

TREBALL EXPERIMENTAL

EN MITJANS PROPIS: **UPF.RÀDIO**

PAULA BRUJATS RUBIROLA

Tutor: FRANCESC SALGADO DE DIOS

TREBALL FINAL DE GRAU EN PERIODISME

Maig 2013

Facultat de Comunicació
Universitat Pompeu Fabra



Abstracte: aquesta memòria recull el projecte experimental que quatre estudiants del grau en Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra han portat a terme al mitjà UPF.Ràdio, durant el curs 2012-2013. Aquesta investigació neix de la voluntat de modernitzar i dinamitzar l'emissora universitària, a partir d'un estudi de camp inicial i del treball pràctic al mitjà. En aquest document s'exposen els objectius executats, les tasques desenvolupades i una autoavaluació final del projecte. Queda com la primera investigació sobre la naturalesa d'UPF.Ràdio i com a base per a ajudar a consolidar un projecte radiofònic solvent en el futur.

Paraules clau: ràdio, universitat, upf.ràdio, Internet, periodisme, investigació

Abstracto: esta memoria es una recopilación del proyecto experimental que cuatro estudiantes del grado en Periodismo de la Universitat Pompeu Fabra han llevado a cabo en el medio UPF.Ràdio, durante el curso 2012-2013. Esta investigación surge de la voluntad de modernizar y dinamizar la emisora, a partir de un estudio inicial y el trabajo práctico en el medio. En este documento se exponen los objetivos ejecutados, las tareas desarrolladas, así como, se ofrece una evaluación final del trabajo. Se considera la primera investigación sobre UPF.Ràdio, y se debe considerar como una guía para futuras investigaciones y una base para asentar un proyecto solvente en este medio.

Palabras clave: radio, universidad, upf.ràdio, Internet, periodismo, investigación

Abstract: this report contains an experimental work developed in UPF.Ràdio by four journalism students from the University Pompeu Fabra. This work was elaborated during the 2012-2013 academic year. The goal of the research is reach the radio to the modernity and achieve dynamism on that media. This document contains the assignments developed, the executed tasks and the final results, as well as, a final evaluation. This job can be considered as the first studio of that university radio and it is expected to use that investigation as a useful tool for future investigations in this radio.

Keywords: radio, university, upf.ràdio, radio campus, Internet, journalism, investigation

Com a autor/a de la memòria original del Treball Fi de Grau citat més amunt, autoritzo la UPF a dipositar-la i publicar-la a l'e-Repository: Repositori Digital de la UPF, <http://repositori.upf.edu>, o en qualsevol altra plataforma digital creada per o participada per la Universitat, d'accés obert per Internet. Aquesta autorització té caràcter indefinit, gratuït i no exclusiu, és a dir, sóc lliure de publicar-la en qualsevol altre lloc.

PREFACI

Què és la ràdio de la Universitat Pompeu Fabra?

Quan intentem respondre aquesta pregunta podem obtenir dues respostes. Per una banda, que és la ràdio que produeixen els estudiants de la universitat. I per l'altra, que és l'emissora que reporta sobre els principals temes que passen en l'àmbit de la universitat i que interessin a la seva comunitat. Però és simplement això?

Actualment la naturalesa i les funcions d'UPF.Ràdio estan poc explorades, i malgrat existir des de 2007, s'ha evolucionat molt poc en les seves prestacions i possibilitats. Fins a resultar, a dia d'avui, un mitjà força oblidat per la universitat, molt poc explotat i quedant molt lluny de l'essència d'altres ràdios universitàries d'Espanya, Europa o Amèrica Llatina –país de referència en l'àmbit radiofònic universitari–.

En aquest escenari, s'identifica com a necessari un treball experimental dins el marc d'UPF.Ràdio per a avaluar la situació del mitjà i traçar les línies de treball per a un futur. Què és i cap on ha d'anar?

Amb aquest projecte anual s'ha intentat fer un diagnòstic del mitjà i iniciar algunes activitats de renovació. Aquesta memòria és el reflex d'un curs de treball experimental a partir del qual s'han plantejat millores i s'han assolit alguns objectius. Malgrat això, moltes actuacions encara estan per consolidar o, fins i tot, per definir.

Aquest treball vol ser la primera pedra en el camí de transformació d'UPF.Ràdio i hauria de servir com a base per a futures investigacions. Aquí queda doncs, pels estudiants i membres de la comunitat universitària de la UPF, pels amants de la ràdio i per les futures generacions que en vulgui prendre el relleu.

ÍNDEX

1. MARC TEÒRIC

1.1.	LA RÀDIO UNIVERSITÀRIA	7
1.1.1.	La ràdio universitària a Europa	8
1.1.2.	La ràdio universitària espanyola	9
1.1.3.	Models de ràdio universitària a Espanya	9
1.1.4.	Característiques de la ràdio universitària espanyola	10
1.2.	‘AGRUPACIÓN DE RÁDIOS UNIVERSITÁRIAS’ (ARU)	11
1.3.	LA RÀDIO A INTERNET	12
1.4.	CONSUM RADIOFÒNIC JUVENIL A CATALUNYA	14
1.4.1.	Participació juvenil i ràdio universitària	15
1.4.2.	Formes de participació	17
1.4.3.	La ràdio universitària com a eina de formació	17

2. MISSIÓ A DESENVOLUPAR I PERÍODE D’EXECUCIÓ

2.1.	EL MITJÀ: UPF.RÀDIO	19
2.1.1.	Conveni amb Catalunya Ràdio	20
2.1.2.	UPF.Ràdio i <i>Cetrencada</i>	20
2.2.	MISSIÓ A DESENVOLUPAR	21
2.2.1.	Punt de partida	21
2.2.2.	Metodologia	25
	Fase I: inici	25
	Fase II: equip de treball	26
	Fase III: objectius	27
	Fase IV: repartiment de rols i objectius	29

3. ACTIVITAT I TASCA INDIVIDUAL

3.1.	PERIODE DE TREBALL	31
3.2.	TASQUES A DESENVOLUPAR	32

3.3.	LA RÀDIO UNIVERSITÀRIA SUECA: LINNAEUS UNIVERSITY	37
3.3.1.	Característiques Radio Shore (Kalmar)	38
4.	ANALISI CRÍTICA DEL PROJECTE	
4.1.	AVALUACIÓ DEL PROJECTE	41
4.2.	ASSOLIMENT OBJECTIUS	42
4.3.	CARACTERÍSTIQUES UPF.RADIO	43
4.4.	FUNCIÓ FORMATIVA	47
4.5.	LIMITACIONS	48
5.	AUTOAVALUACIÓ INIDVIDUAL	49
6.	REFERÈNCIES	51
7.	ANNEX	52

1. MARC TEÒRIC

1.1. RÀDIO UNIVERSITÀRIA

La ràdio és un dels mitjans de comunicació més importants entre la societat del segle XX. Els primers antecedents de la ràdio es remunten a principis del segle XIX amb els descobriments d'Alessandro Volta i de Samuel Morse –pila voltaica i innovació en el telègraf, respectivament–. Destaca, també, l'avenç que aconseguí Graham Bell amb la invenció del telèfon, que permet propagar el so a través de cable.

Però no és fins al segle XX, amb les aportacions de John A. Fleming i Reginald A. Feesenden que descobreixen com transmetre la veu humana, que es pot parlar de la ràdio que avui es coneix. La ràdio neix i es desenvolupa per la necessitat de transmetre i informar sobre els esdeveniments que passaven a la societat de l'època.

Reafirmant aquesta darrera idea d'informar, es pot afirmar que les ràdios universitàries espanyoles tenen el mateix origen que les convencionals –informar sobre el què passa a les institucions educatives des d'un àmbit institucional, científic i social–. Però cal destacar, un matís que les fa diferents: són també, una eina per a preparar als futurs professionals de la comunicació (Fidalgo, 2009).

Els objectius generals de les ràdios universitàries es classifiquen com a socials i educatius, per fomentar, per exemple, la comunicació participativa, comunitària i la voluntat de desenvolupar mitjans alternatius als convencionals i ciutadans (Vázquez, 2012:21).

El naixement dels primers exemples de ràdio universitària se situen a Centre i Sud Amèrica a principis del segle XX i tots ells han servit d'exemple per a desenvolupar altres ràdios universitàries arreu del món.

Mèxic va ser un dels primers països que va veure néixer emissores de ràdio universitàries. Va ser el 1937 amb el naixement de *Radio UNAM* (Ràdio de la Universitat Nacional) amb un perfil cultural i educatiu. Tot i això, no és fins a la segona meitat del segle XX que es consoliden definitivament les ràdios universitàries mexicanes i comencen a emetre a través de FM –freqüència modulada–.

Aquestes primeres ràdios que neixen a l'Amèrica Llatina ho fan finançades per anuncis, patrocini i aportacions de les mateixes universitats i es caracteritzen per combinar la idea d'educació alliberadora –Paulo Freire– i el concepte de la comunicació oberta per a tots i per al desenvolupament (Vázquez, 2012:22). En aquesta línia, totes aquestes ràdios pioneres es caracteritzaven per tenir com a objectiu principal la difusió cultural i la transmissió d'afers universitari. L'any 2004 Mèxic tenia 1.500 emissores de ràdio legals, de les quals setanta eren ràdios universitàries.

A la dècada de 1920, Argentina també comença a desenvolupar la ràdio universitària. Inicialment, a la Universitat de La Plata (1923) i més endavant, també a la Universitat Nacional de Córdoba (1958). Seguint el mateix procés que les emissores mexicanes, les ràdios argentines es consoliden als anys setanta, quan definitivament, reben les llicències FM. Actualment, a Argentina existeixen quaranta ràdios universitàries.

Tant a Mèxic com a Argentina, les emissores de ràdio universitàries es reuneixen en associacions per defensar els seus drets, facilitar l'assoliment d'objectius i per desenvolupar col·laboracions –les ràdios universitàries espanyoles també compten amb aquest tipus d'agrupació. S'explica més endavant, en aquest mateix projecte–.

1.1.1. La ràdio universitària a Europa

Al continent europeu s'identifiquen tres països com a principals impulsors de les emissores de ràdio universitàries: Gran Bretanya, França –inicia les emissions als anys setanta– i Alemanya –als noranta–.

Les ràdios universitàries europees també es caracteritzen per tenir concedides llicències d'emissió, però molt poques d'aquestes són llicències comercials. La majoria disposen de llicències culturals, cosa que obliga a la mateixa institució educativa a suportar els costos econòmics i de plantilla. Precisament, en relació a la plantilla d'aquestes emissores, a Anglaterra destaquen bàsicament les ràdios

estudiantils –gestionades cent per cent pels alumnes–, mentre que a França i a Alemanya les administren els estudiants amb la col·laboració estreta de personal docent i institucional. Les temàtiques d’aquestes ràdios són bàsicament temes culturals, universitaris i en molts casos, música alternativa a la què ofereixen les emissores comercials (Fidalgo, 2009).

1.1.2. La ràdio universitària espanyola

La Universitat de La Laguna (Tenerife) va ser la primera universitat espanyola que va estrenar una ràdio universitària, l’any 1987. Aquesta emissora va néixer per donar resposta a la voluntat d’uns estudiants de la universitat canària i van començar a emetre a finals dels anys vuitanta, a través de freqüència FM –concretament, en el dial 104.4–.

A la Universitat de La Laguna, la segueix la Universitat de Salamanca que estrena la seva ràdio el curs 1996-1997. Tot i això, aquesta emissora no va quedar consolidada fins l’any 2001 degut als entrebancs per assentar el projecte.

A partir de l’any 2000, altres universitats com la de Navarra, León o les madrilenyes Complutense i Autònoma també s’estrenen amb una ràdio universitària (Fidalgo, 2009).

1.1.3. Models de ràdio universitària a Espanya

Al llarg dels anys d’investigació en ràdios universitàries s’han desenvolupat diversos models per a classificar aquestes emissores. Segons un estudi produït per la revista *Universia* (2006) i recollit en el treball de Marina Vázquez (2012) s’identifiquen tres tipus de ràdio universitària:

- Ràdios institucionals: emissores en què l’organització i l’elaboració de continguts va a càrrec de professionals del sector –actualment, pràcticament inexistents–.
- Ràdios estudiantils: ràdios gestionades i produïdes únicament per estudiants.

- Ràdios mixtes: combinen la gestió i l'organització institucional amb la participació activa dels estudiants tant en la producció de continguts i el disseny de la programació.

En aquest últim grup, és on se situa UPF.Ràdio: una ràdio institucional i estudiantil, produïda cent per cent per estudiants, però gestionada pel departament de Comunicació de la UPF.

1.1.4. Característiques de la Ràdio Universitària Espanyola

Marina Vázquez (2012) destaca que les ràdios universitàries espanyoles reuneixen les següents característiques:

- Les emissores universitàries neixen majoritàriament vinculades a tallers de comunicació cursats en els estudis de cada universitat. Normalment, no estan vinculada a cap figura institucional, ni són finançades ni reconegudes com a ràdios públiques.
- La majoria emeten a través d'Internet, ja sigui en format 'a la carta' o a través de podcasts. Les que ho fan a través de freqüència són molt reduïdes, com per exemple, la ràdio de la Universitat de La Laguna o la *UniRadio* de Huelva.
- Estan caracteritzades per la falta d'una llei que empari l'existència de les ràdios universitàries com a mitjà convencional i també, per la manca de personal i de recursos econòmics. És per això, que totes operen a baix cost i amb poc personal contractat –i no totes en tenen de contractat–.
- Funcionen sempre d'acord al cicle escolar i els objectius comuns entre elles són la formació estudiantil, la difusió cultural i científica.
- Els continguts són semblants en totes les emissores espanyoles: informació universitària i/o cultural i especialment, sobre temes que no tenen cabuda en les ràdios comercials –literatura, música o art–. Algunes ràdios experimenten

en la producció de nous formats, però mai acaben de deixar de banda la importància de l'informatiu, el magazine o l'entrevista.

- Pel seu contingut especialitzat estan destinades a un públic molt concret: l'universitari –estudiants, professorat, personal administratiu, etc.–.
- Internet ha estat un punt d'inflexió per totes aquestes ràdios –moltes d'elles no neixen fins a l'aparició d'Internet–. En aquesta plataforma digital hi han trobat la oportunitat d'emprendre la ràdio, de desenvolupar-la o bé, d'experimentar amb nous recursos i formats. Totes utilitzen les noves tecnologies, tant per a la gestió de la web, amb comptes a les xarxes socials, en la forma d'oferir els continguts –per exemple, a través de podcast o 'a la carta'–, etc. La majoria, emeten en formats gravats prèviament i no en directe.
- És comú la rotació d'estudiants i de voluntaris, sempre sense cobrar. És per això, que la ràdio universitària és bàsicament juvenil. A Espanya s'ha concebut com una ràdio perquè 'la facin els estudiants'.
- Algunes compten amb patrocinis i convenis, com per exemple, UPF.Ràdio que té signat un conveni amb l'emissora nacional Catalunya Ràdio.

1.2. 'AGRUPACIÓN DE RADIOS UNIVERSITARIAS' (ARU)

En els últims anys, i especialment a partir del 2004, el número de ràdios universitàries s'ha multiplicat. Malgrat alguns entrebancs, moltes universitats han conservat la voluntat de tirar endavant aquestes emissores i també, de potenciar la col·laboració i l'intercanvi de continguts entre totes elles (Vázquez, 2012).

Aquesta col·laboració interuniversitària pren forma per primer cop el 2004 en el Congrés de Ràdios Universitàries celebrat a León. Continua prenent forma el març de 2005 en un Congrés similar a Granada i és, finalment, el 2010 en una trobada a Baeza quan es materialitza l'agrupació de ràdios universitàries espanyoles. Pren forma quan la Universitat de Huelva crea una plataforma comú a Internet per intercanviar

continguts i constituir l'espai comú que es buscava des del 2004. Finalment, el novembre de 2011, en una trobada a Badajoz, es crea la ARU (Asociación de Radios Universitarias). Es defineix com una associació civil sense ànim de lucre formada per 22 emissores que emeten des de diferents universitats espanyoles, tant públiques com privades.

Encara que la seu principal de l'associació està establerta a la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Complutense de Madrid, l'àmbit d'actuació de l'ARU s'estén a tot el territori espanyol. Des d'un inici, l'ARU es va organitzar a partir de comissions integrades per representants de cada una de les universitats. Amb aquesta agrupació es gestionen les relacions institucionals i internacionals de l'ARU, s'organitzen trobades per a compartir experiències i formació, i es treballa per dissenyar un sistema comú per compartir continguts. Precisament, en aquest últim punt, és on l'equip d'UPF.Ràdio d'aquest curs ha centrat més esforços per materialitzar l'intercanvi de continguts entre les emissores espanyoles –*s'amplia a l'apartat Metodologia i objectius, pàgina 28*-.

Des de la creació de l'ARU també es contemplava la possibilitat d'estendre les seves activitats a altres països fora d'Espanya. L'octubre de 2012 l'ARU va firmar un acord de col·laboració amb la 'Red de Radio Universitaria de Latinoamerica y el Caribe' (RRULAC) i un altre, amb USTATION.it –la primera xarxa de mitjans de comunicació universitaris italians-. Amb aquests convenis neix una col·laboració estable entre un total de 188 emissores universitàries d'Espanya, Llatinoamèrica, el Carib i Itàlia -26 d'aquestes pertanyen a l'ARU, 127 a RRULAC i 35 són ràdios universitàries italianes-.

1.3. LA RÀDIO A INTERNET

Internet ha suposat un canvi significatiu en la transmissió radiofònica. Des de finals de 1980 amb la 'invasió' informàtica i els avanços tecnològics han canviat les rutines de producció, d'edició, gravació i automatització (Fidalgo, 2009).

Internet, fins i tot, ha propiciat el naixement d'emissores que emeten únicament a través de la xarxa o ha propiciat la transformació d'emissores convencionals que emetien per antena a fer-ho només per Internet –per exemple, a partir de l'octubre de 2012 l'emissora, iCat.fm, ho fa només via Internet–.

Internet també ha propiciat que actualment, la majoria d'emissores de ràdio tinguin pàgina web per penjar els continguts i oferir la programació. Algunes emissores dediquen més recursos i esforços a la web i per exemple, ofereixen la possibilitat d'escoltar en directe les emissions que es fan al mateix temps per antena. Però més enllà d'això, totes les webs coincideixen en què són dinàmiques, interactives i amb abundants continguts multimèdia –imatges, vídeos, àudios, etc. –.

La ràdio amb Internet es transforma i utilitza noves eines sorgides bàsicament per a l'ús a la xarxa, com per exemple, el podcast. D'acord amb Vázquez (2012) avui dia es parla d'un nou paisatge mediàtic degut al canvi de paradigma en els processos de comunicació pública dels mitjans de masses. Es passa de l'anonimat a un model on les persones tenen més protagonisme: l'usuari és l'eix del procés comunicatiu, el contingut és la identitat de cada mitjà i el llenguatge multimèdia és una exigència per a tots ells.

Internet és un avantatge, però al mateix temps un repte per als mitjans convencionals, que avui, encara busquen el seu lloc i especialment, el seu negoci dins el món digital dominat per la gratuïtat. Internet ha esborrat les barreres entre països i ha eliminat les distàncies reals. A més a més, ha potenciat el desenvolupament de noves fórmules de diàleg, com xats o videoconferències, i ha permès la creació d'espais comuns i públics d'informació com per exemple, els blocs.

Durant els últims anys han nascut nous models de producció i consum de la informació. En aquest escenari, dominat per Internet, és on la ràdio universitària ha de trobar el seu lloc (Vázquez, 2012:27). Caracteritzada per ser petita, limitada o alternativa, amb Internet es pot beneficiar de les noves possibilitats tecnològiques i aconseguir una bona presència a la web –vital per donar-se a conèixer i difondre's

entre l'audiència—. En aquesta societat governada per la sobre informació es valora més que mai la possibilitat de trobar continguts especialitzats i diferents, com els que generen –o haurien de generar– les emissores universitàries. Però al mateix temps, és un repte per a elles atreure aquest públic jove, i així es veu amb l'exemple d'UPF.Ràdio. No només és suficient la presència a Internet o l'ús de recursos online, sinó que cal oferir contingut atractiu, diferent i que capti l'atenció del jove que navega per Internet atret per infinitat de recursos i d'informacions.

1.4. CONSUM RADIOFÒNIC JUVENIL A CATALUNYA

Durant els últims deu anys la ràdio convencional catalana i espanyola ha detectat una pèrdua progressiva d'oients joves. Això es deu al desenvolupament de les noves tecnologies i les noves xarxes de comunicació, que provoca que molts joves puguin escoltar la ràdio a través d'altres vies –online, telèfon mòbil, etc.– (Gutiérrez [et al.] 2010:1). Per tant, la supervivència de la ràdio convencional depèn d'una revisió del seu rol dins una societat dominada per la digitalització. Els joves utilitzen els dispositius digitals i han integrat en la seva rutina diària els telèfons mòbils, la xarxa i els reproductors musicals. En aquest escenari, la ràdio d'antena perd contínuament audiència, ja sigui pel canvi dels aparells de recepció o per les noves pràctiques de consum a través de serveis 'a la carta' o de podcasts (Gutiérrez [et al.] 2010:2). És per això que segons els operadors radiofònics a Internet és on queden les esperances per atrapar al públic jove. Tot i això, tal i com mostra l'estudi del CAC sobre el consum radiofònic dels joves (Gutiérrez [et al.] 2010), més d'una quarta part dels enquestats (28%) desconeix que les emissores de ràdio tinguin pàgina web. Aquest desconeixement pot ser el factor per explicar que només menys de la meitat d'ells visita aquestes pàgines web (46%) i que d'aquests, només el 28% ho fa de forma fidel –'sovint' o 'molt sovint'–.

Pel que fa al consum de la ràdio a través d'Internet, només un 36% dels enquestats es consideren ciber-oients –més de la meitat (56%) la consumeix de forma esporàdica–, mentre que un 64% escolta la ràdio convencional. Aquest estudi del

CAC (Gutiérrez [et al.] 2010) apunta que és alarmant que només un 5% dels joves catalans escoltin la ràdio a través d'Internet. Entre els que l'escolten per Internet, un 88% dels enquestats ho fa en directe, un 24% escolta cançons o fragments de programes 'a la carta' i només un 14% utilitza el podcast –descàrrega i posterior, escolta–.

Sovint, s'atribueix als joves –pel simple fet de ser-ho– el coneixement de tecnologies i noves eines de comunicació. Per això, es tendeix a apuntar que el consum de la ràdio a través d'Internet o via podcast és superior per part d'aquest col·lectiu (Gutiérrez, Ribes, Monclús, 2010). Però moltes vegades no és així. Si el producte no s'adapta a les expectatives dels joves, optaran per vies alternatives de consum. Una de les prioritats dels joves és obtenir ràpidament i fàcilment el que volen escoltar. A més a més, normalment busquen novetats –per exemple, novetats musicals a la ràdio– per sobre de continguts de molta qualitat (Gutiérrez, Ribes, Monclús, 2010). Grosso modo, podem afirmar que els joves busquen en la ràdio continguts específics que els cridin l'atenció, per sobre d'escoltar-la de forma rutinària sense un objectiu concret.

En aquesta línia, i com a opinió personal, penso que aquest és un dels factors que cal destacar en la poca audiència que té UPF.Ràdio. Pocs estudiants coneixen l'existència de l'emissora i molts pocs visiten la seva pàgina web. A més a més, d'entre aquesta minoria, molt pocs n'escolten els seus continguts.

Una enquesta realitzada a estudiants i personal de la Universitat Pompeu Fabra –contestada per 76 persones– revela que un 70% dels participants coneix i ha escoltat alguna vegada UPF.Ràdio. Però al mateix temps, apunta que els que no l'han escoltada mai és perquè no saben on trobar-la (45%), no se'ls ha fet prou promoció (47%), o bé, no els hi interessa (8%).

1.4.1. Participació juvenil i ràdio universitària

Encara que el consum de ràdio per part dels joves ha davallat en els últims anys, aquest col·lectiu ha estat, des dels inicis, el màxim impulsor i seguidor del mitjà

(Vázquez, 2012:228). En molts països apareix la figura del jove com a productor, locutor o reporter de ràdios –principalment, locals–. En moltes ocasions, moguts per la impossibilitat d’impulsar les seves pròpies emissores, han apostat per presentar els seus projectes a ràdios locals i als seus ajuntaments amb l’esperança de tenir un petit espai radiofònic com a sortida ocupacional o d’entreteniment.

A Espanya es té constància que diverses ràdios universitàries han nascut arrel d’iniciatives d’estudiants –Radio Campus Universitat de La Laguna o Ràdio Universitat de Barcelona– (Vázquez, 2012:229).

En aquesta línia, els resultats d’una enquesta realitzada per Vázquez (2010) entre els anys 2008 i 2009, apunten que els principals col·laboradors de les ràdios universitàries espanyoles són joves estudiants d’entre 18 i 24 anys. Per exemple, sobre UPF.Ràdio mostra que un 96% dels seus col·laboradors es troben dins d’aquesta franja d’edat. Les xifres demostren que entre les deu ràdios espanyoles analitzades¹ la UPF és la que compta amb una participació més alta d’estudiants (95%), seguida per la Universitat CEU (95%) i per la Complutense (90%), totes dues de Madrid.

L’enquesta també destaca que l’estudiant que participa a les ràdios universitàries no és sempre de les carreres de periodisme i comunicació, sinó que altres perfils professionals volen col·laborar en aquest mitjà.

La Pompeu Fabra també figura entre les quatre emissores amb el cent per cent dels continguts produïts totalment per estudiants. Altres ràdios universitàries, com per exemple la de Huelva, compten amb la participació d’estudiants i al mateix temps de professorat i/o de produccions externes.

¹ Universitats enquestades: Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Navarra, Universidad de Salamanca, Universidad de La Laguna, Universidad de Huelva, Universitat Pompeu Fabra, Universidad de Extremadura, Universidad CEU San Pablo de Madrid, Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Universidad Jaume I de Castelló.

Grosso modo, dels resultats d'aquesta enquesta es conclou (Vázquez, 2012:237) que el total de la producció radiofònica d'aquestes deu universitats és realitzat en un 73% per joves, de mitjana de 22 anys. El 27% restant de la producció es deu a material de producció externa (11%) o produït amb un mínima col·laboració dels joves (15%).

Pel que fa a la UPF, tot apunta que les xifres de participació podrien ser més altes si els estudiants tinguessin més facilitats per participar en el mitjà. L'enquesta pròpia d'aquest projecte –realitzada a estudiants i personal de la universitat– apunta que més d'un 60% dels estudiants desconeixen la possibilitat de participar en el mitjà.

1.4.2. Formes de participació

Pel que fa a les tasques que els joves desenvolupen a les ràdios universitàries destaquen la producció de continguts i la presentació –locució o conducció–. En set de les anterior universitats també es potencia que els joves que hi participen actualitzin la pàgina web, editin i desenvolupin algunes tasques de control tècnic (Vázquez, 2012:239).

L'estudi destaca que els joves que hi participen els agrada la flexibilitat i la llibertat que tenen per desenvolupar les tasques, però l'enquesta també apunta que aquesta llibertat provoca que alguns programes es regeixin més per un context amical que no pas professional. El fet que la programació s'estructuri d'acord al cicle escolar, genera una rotació constant de col·laboradors que sovint es tradueix en una falta de continuïtat, de constància i de compromís.

1.4.3. La ràdio universitària com a eina de formació

Entre les funcions de la ràdio universitària destaca la formativa. Més enllà de ser un mitjà de comunicació i d'expressió per a la comunitat universitària, és una plataforma per a educar i ampliar la formació dels estudiants. Tot i que la funció formativa és una de les prioritàries, s'observa que el principal problema de les ràdios universitàries espanyoles és que no tenen actuacions específiques per vincular els

joves a la ràdio. Ni per un llarg període de temps, ni tenen suficient personal per fer-los un seguiment de la feina realitzada en el mitjà. En algunes universitats, com per exemple a la UPF, les emissores tenen alguna línia específica d'actuació com a 'ràdio-escola' o com a taller de les carreres de periodisme o comunicació.

Però, moltes de les ràdios universitàries no tenen un programa d'actuació clar, ni uns objectius fixats, ni tampoc una línia a desenvolupar (Vázquez, 2012:272). Així doncs, moltes se centren en aconseguir una suficient participació estudiantil per tirar endavant programes i produir continguts durant el curs, deixant de banda la funció educativa i formativa.

2. MISSIÓ A DESENVOLUPAR I PERÍODE D'EXECUCIÓ

2.1. EL MITJÀ: UPF.Ràdio

UPF.Ràdio neix a principis de l'any 2007 com a primera ràdio universitària –dins l'àmbit espanyol– amb emissió total per Internet. Inicia les emissions el març de 2007 i és pionera a l'estat espanyol per emetre tots els continguts en format *podcast*. Aquest format permet escoltar els continguts de la ràdio en diversos suports: *streaming*, descàrrega directa a l'ordinador, reproductor mp3, telèfon mòbil, etc. Actualment, UPF.Ràdio també és present a iTunes-U. Precisament, UPF.Ràdio neix de la inquietud de l'actual director, Josep Maria Palau, i de la petició de diversos estudiants per crear una emissora –encara que anteriorment a 2007, diversos professors havien fet peticions similars que mai s'havien arribat a consolidar–.

Ubicada en un principi a l'antic Campus de La Rambla, actualment té el seu estudi i oficina a l'Edifici La Nau del nou Campus de Poblenou. UPF.Ràdio és una emissora institucional, depenent del rectorat de la universitat, però amb gestió delegada a la Facultat de Comunicació. És també, una ràdio de caire estudiantil, ja que des del seu naixement ha comptat amb la col·laboració d'estudiants per als informatius i els programes temàtics.

El projecte neix per ser una eina d'expressió a disposició de la comunitat universitària i té com a objectius informar sobre l'actualitat universitària, augmentar la visibilitat exterior de la universitat, reforçar l'aprenentatge dels alumnes de Periodisme i de Comunicació Audiovisual, i al mateix temps, ser un projecte de futur i d'investigació sobre la ràdio online universitària. El seu director, Josep Maria Palau, apunta que UPF.Ràdio s'ha d'entendre per una banda, com una eina de projecció externa, per exemple, a partir del conveni amb Catalunya Ràdio o pel fet de treballar en xarxa amb altres emissores universitàries de l'estat espanyol, i per altra banda i a nivell intern, com una oportunitat per provar nous formats amb propostes creatives, més enllà dels típics informatius o magazins.

2.1.1. Conveni amb Catalunya Ràdio

A principis del 2007, UPF.Ràdio va firmar un conveni amb l'emissora catalana Catalunya Ràdio a partir del qual s'establí una col·laboració entre els dos mitjans. L'acord inicial contemplava la cessió d'estudis per part de Catalunya Ràdio, el suport tècnic per a la gravació puntual de certs programes i la possibilitat d'una comissió d'estudi conjunta entre les dues ràdios. Però finalment, i a dia d'avui, el conveni amb Catalunya Ràdio està força aturat i aquestes col·laboracions inicials han quedat en paper mullat. És per això que en els darrers mesos des d'UPF.Ràdio s'han fet esforços per desencallar el conveni i obtenir-ne resultats factibles. Actualment, el conveni continua actiu, però està a l'espera d'una nova concreció per part de Catalunya Ràdio que, ara per ara, està immersa en una crisi, un possible ERO i un procés de convergència amb TV3.

2.1.2. UPF.Ràdio i *Cetrencada*

Durant els dos darrers anys els continguts d'UPF.Ràdio han augmentat a partir de la creació del Taller Integrat –assignatura del tercer curs del grau de periodisme a la UPF–. Aquesta assignatura dedica un tram –set setmanes per a cada estudiant– exclusivament a la ràdio i durant aquest període els estudiants produeixen informatius i programes que es publiquen directament a la web d'UPF.Ràdio. Des del curs 2011-2012 el portal de la ràdio ofereix una capçalera amb el nom *Cetrencada* on s'hi acullen les propostes de programes ideades pels estudiants del Taller Integrat –*Caçatuits, Butxaca de Puça, Cita amb Ç, Convenç-me, Dolç Destí, Enllaç a 4, Fem Balanç i Traçant la Jugada*–.

La manca d'un conveni solvent amb un mitjà de comunicació convencional pel tram de ràdio, ha fet que s'hagi apostat pel mitjà radiofònic de la universitat com a plataforma per presentar els continguts de *Cetrencada*. A part dels programes, els alumnes també hi publiquen reportatges i alguns d'ells han començat a ser també, col·laboradors del mitjà.

2.2. MISSIÓ A DESENVOLUPAR

La missió principal és experimentar sobre la base d'UPF.Ràdio poc familiar per mi, tot i algunes col·laboracions durant el darrer any en el marc del taller integrat de ràdio. Precisament per això i atreta pel 'desconegut' decideixo que investigar a la ràdio de la universitat és un bon treball final de grau. Per una banda, per la necessitat de dissenyar una metodologia de treball i cercar els continguts adients per a una ràdio universitària. I per altra banda, per satisfer la motivació personal i professional en el camp de la ràdio donant continuïtat un any més, a l'aprenentatge sobre aquest mitjà.

Abans d'entrar en profunditat a detallar la feina realitzada a UPF.Ràdio, cal entendre el context en què emprenem aquest treball final de grau –setembre de 2012–.

A continuació s'ofereix una anàlisi del mitjà a principis d'aquest curs (2012/2013) i es detallen les característiques inicials de la ràdio que serviran per a identificar els objectius del treball pràctic.

2.2.1.Punt de partida

UPF.Ràdio és una ràdio jove, cent per cent online, poc dinàmica i d'actualització bàsicament, setmanal. Aquesta poca actualització es pot associar a la baixa producció, col·laboració i a la inexistència de personal o estudiants dedicats al mitjà. Un altre factor que s'identifica és el desconeixement total o parcial de la ràdio per part dels estudiants i personal docent i administratiu de la Universitat Pompeu Fabra. En aquest context, també sorprèn la poca difusió que es fa de la ràdio a través del seu compte de Facebook o per part, de la mateixa web de la universitat. És per això, que una de les primeres tasques desenvolupades en el marc d'aquest projecte és una enquesta per a estudiar quina percepció té la comunitat universitària sobre UPF.Ràdio.

Per a aquesta finalitat es dissenya una enquesta que s'envia a través de cada facultat via e-mail i que aquestes reenvien als seus membres -s'adjunta còpia i

resultats a l'annex-. Encara que l'enquesta s'envia a més de 200 persones, només s'obtenen 76 respostes, que s'utilitzen per a dissenyar les següents conclusions:

- Un 74% dels enquestats coneix i ha escoltat UPF.Ràdio, mentre que un 26% no n'ha sentit mai a parlar.
- Entre els que no l'han escoltada mai, els principals motius són que no la coneixien, que no saben en quin lloc escoltar-la, o bé, que és difícil i poc atractiu escoltar una ràdio que no sona per antena i que tampoc té una programació fixa.
- Dels que l'han escoltada algun cop només al voltant de la meitat destaca que li han interessat els continguts –un 33% assegura que ‘sí’ i un 33% que ‘una mica’–. Un 13% destaca que no els hi han interessat gens o ‘no gaire’ (21%).
- ‘Programes, Música i Reportatges’ són els gèneres que els hi agradaria trobar a UPF.Ràdio (21%, 18% i 18% respectivament). Per contra, només un 5% assegura voler-hi escoltar notícies –aquesta xifra crida l'atenció quan molts dels esforços de l'emissora se centren en produir un informatiu setmanal–. Alguns dels enquestats també demanen trobar-hi debats (13%) i entrevistes (12%). Quan especifiquen les respostes d'aquesta pregunta, tots ressalten la importància de combinar els diferents gèneres amb l'actualitat universitària, però per sobre de tot, demanen l'increment de programes musicals i d'estones musicals –opció que fins al moment no s'ha explorat–.
- En relació a les temàtiques un 36% demana temes d'actualitat universitària i un 33% culturals. Només un 9% hi vol trobar continguts polítics, i encara menys, temes de viatges, economia o esports (4%, 3%, 1% respectivament).
- Una de les xifres més rellevants, és que d'entre els enquestats només un 38% sap que pot col·laborar en el mitjà. Més de la meitat (62%) desconeixen aquest tipus de participació.

Característiques –a setembre 2012- :

- **Ràdio online però mancada d'eines digitals:** l'única via per escoltar UPF.Ràdio és a través de la seva pàgina web i a partir dels podcasts de contingut. Malgrat això, la pàgina web no està adaptada a les possibilitats digitals i no compleix les característiques d'una bona i accessible web, ni tampoc està dissenyada per a la navegació online. No ofereix enllaços directes als àudios, no és dinàmica, ni destaca els continguts més recents.
- **Actualització setmanal -informatiu i programes-:** El contingut d'UPF.Ràdio es redueix per una banda, a un informatiu setmanal –simple, amb poques notícies sobre l'actualitat universitària presentades per un/dos conductors i sense talls de veu–. Per altra banda, la ràdio ofereix disset programes de diverses temàtiques i elaborats per estudiants de diferents carreres. Entre aquests disset, vuit són programes produïts pels alumnes de tercer de periodisme, en el marc de *Cetrencada*. També elaborat per aquests alumnes, UPF.Ràdio compta amb una secció per a reportatges.
- **Continguts generats per *Cetrencada*:** des del començament del Taller Integrat del tercer curs del grau en periodisme i el naixement del producte *Cetrencada*, UPF.Ràdio ha tingut un punt d'inflexió en el seus continguts: augment en programes i reportatges, de periodicitat setmanal o quinzenal i més atractius.
- **Poc personal i manca de col·laboradors:** la ràdio no compta amb cap persona dedicada exclusivament a aquesta feina. És per això, que el director del mitjà, Josep Maria Palau, combina la seva feina principal amb la direcció de la ràdio. Així mateix ho fan el coordinador de l'emissora, César Colorado, i el tècnic responsable, Jose Lozano.
- **No professional:** les ràdios universitàries es caracteritzen per estar obertes a la participació de tots els estudiants i personal universitari, però moltes

vegades, això provoca que els continguts finals resultin més aviat, un joc d'amics o una conversa amical. UPF.Ràdio compta amb la col·laboració d'estudiants de diversos estudis, encara que principalment, d'estudiants de comunicació i periodisme. Tot i això, fa que com a resultat s'obtinguin productes acceptables, però poc professionals –per exemple, moltes vegades mancats d'un criteri editorial, d'una estructura fixa a repetir en cada edició, etc.–.

- **Inexistència d'un criteri editorial i de treball:** la rotació constant de col·laboradors provoca que no hi hagi una rutina de treball clara, sinó que cal readaptar-la cada vegada que hi ha canvis en l'equip. A més a més, no hi ha hagut mai un acord pel què fa als continguts de l'informatiu, per exemple, en la forma de presentació, en el criteri per a seleccionar la importància, etc. Com a conseqüència, moltes vegades s'acaba fent dependre l'informatiu de l'agenda de la mateixa universitat –buscant actes per omplir l'informatiu, més que no pas valorant la importància de cada un, ni tampoc contemplant la possibilitat de produir de temes propis fora de l'agenda mediàtica de la UPF–.
- **Manca d'audiència i poca difusió.** Tot i ser la ràdio de la universitat, pocs estudiants i personal universitari la coneixen i encara menys, l'escolten. El format online, la web poc atractiva, la manca de continguts adients i la poca actualització fan que la comunitat universitària no se senti atreta per la seva ràdio. A més a més, des de la universitat es potencia molt poc el mitjà, per exemple, amb cap campanya de difusió i donant-li molt poca presència, per exemple, en la portada web de la universitat –simplement un petit tiolet–.
- **Aturat el conveni amb Catalunya Ràdio:** tot i les premisses inicials signades a principis del 2007, el conveni es troba totalment aturat i no són efectius cap dels acords fixats.
- **Recursos d'UPF.Ràdio:** estudi de gravació a l'edifici La Nau del Campus de Poblenou, amb control tècnic incorporat, però sense la possibilitat

d'enregistrar trucades telefòniques –per exemple, és impossible gravar una entrevista per telèfon en aquest estudi–. També, disposa d'una oficina en el mateix edifici La Nau amb tres ordinadors –lents, amb constants problemes informàtics i sense el programa d'edició de veu Dalet–. A disposició de la ràdio: gravadores i material de gravació disponible a la sala de préstec de la biblioteca. Però, manca d'estudis o sales de gravació per a realitzar i gravar trucades. Per utilitzar les cabines d'autogravació de l'edifici Tallers cal reservar amb antelació. Molts impediments que alenteixen molt la feina de producció i obliguen quasi sempre, a sortir a cobrir actes a l'exterior, sovint difícil per la manca de personal, de temps i per la compaginació amb la resta d'assignatures.

2.2.2. Metodologia

a) Fase I: inici

- L'inici d'aquest treball experimental a UPF.Ràdio coincideix amb el començament del curs universitari -setembre de 2012-.
Un cop decidia la sub-modalitat per als nostres treballs finals de grau a partir de diverses trobades amb els professors Salvador Alsius i Francesc Salgado. Seguidament, els estudiants interessats en aquesta modalitat comencem a reunir-nos amb el professor i director de la ràdio, Josep Maria Palau.
- Entre finals del mes de setembre i principis del mes d'octubre 2012, mantenim trobades amb Josep Maria Palau per conèixer els seus objectius de treball i acordar quins projectes calia explorar durant aquest treball.
- Principis octubre 2012: reunions entre els quatre estudiants que portàrem a terme el projecte d'UPF.Ràdio durant aquest curs, per acordar objectius, organització, divisió de les tasques, etc.

- Segona setmana octubre 2012: trobada de nou amb Josep Maria Palau, per identificar objectius i avaluar el treball de les primeres setmanes.
- Dilluns, 21 d'octubre 2012: reunió final de la fase d'execució amb els quatre estudiants, el director, coordinador de l'emissora i un dels tècnics en pràctiques al mitjà.
Objectius de la reunió: dissenyar els quadrants amb la disponibilitat horària dels estudiants i de l'estudi de gravació, definició de rols i de programes i fixar definitivament, objectius a desenvolupar.
- Dijous, 25 d'octubre 2012: gravació del primer informatiu d'UPF.Ràdio del curs 2012-2013 –emès el divendres, 26–. Amb aquest informatiu, s'engega també, la nova campanya de difusió dels nous continguts de la ràdio.

b) Fase II: equip de treball

Organització interna entre l'equip de treball i fixació del calendari de treball.

Entre els quatre estudiants que participem en aquest treball experimental ens dividim el curs en funció de la disponibilitat de cadascú. De manera que la duració de la feina a realitzar a UPF.Ràdio queda determinada de la següent manera:

Període	Persona
1r trimestre (set. – des. 2012)	Carlota Alegre Garcia Paula Brujats Rubirola Marina Vicens Sibecas
2n trimestre (gener – març 2013)	Carlota Alegre Garcia Pau Bartrolí Claramunt Marina Vicens Sibecas
3r trimestre (abril – juny 2013)	Pau Bartrolí Claramunt

L'equip de treball de cada trimestre es reunirà cada dilluns per fer previsió de la setmana i per repartir els actes i esdeveniments a cobrir. En aquestes reunions també hi haurà presents els col·laboradors que hi hagi en cada moment a la ràdio, per atorgar-los alguna de les tasques setmanals.

Objectius a definir cada dilluns: previsió de la setmana, repartiment de temes i de rols, fixar dies i hores per anar a cobrir temes i l'hora de gravació de l'informatiu –a principi de curs i d'acord amb la disponibilitat de l'estudi de ràdio, es fixa el dijous com a dia per a gravar l'informatiu, encara que es presentarà sempre com a divendres, dia de publicació a la web–.

A part de les reunions setmanals, el grup de treball està sempre connectat via grup privat a Facebook, via Google Drive i Dropbox. En les dues últimes plataformes és on es dissenya l'informatiu entre tot l'equip. D'aquesta manera tots els membres tenen accés a les peces dels companys i el conductor té clara abans de la gravació, l'estructura final de l'informatiu.

c) **Fase III:** objectius

En un inici, l'objectiu més immediat del grup de treball és produir un informatiu setmanal millorat respecte als que s'havien fet fins el moment. Tot i això, la feina del grup no es limita a aquest informatiu, ja que es fixen altres objectius més enllà de produir continguts.

Algunes de les finalitats es focalitzen, entre d'altres, en la gestió de la ràdio, en la difusió del mitjà o en la nova imatge de la marca. Per aquest motiu l'equip de treball centra esforços en trobar nous col·laboradors per a produir l'informatiu, ja que d'aquesta manera l'equip queda parcialment alliberat de la part informativa i es pot centrar en altres tasques –però, com s'explica més endavant, això no s'acaba d'aconseguir i molts objectius queden aturats–.

A continuació es detallen els objectius principals que l'equip de treball fixa a principi de curs, i amb la supervisió del director de l'emissora:

1. Producció d'un informatiu setmanal.
2. Mantenir els programes existents a l'emissora i buscar nous col·laboradors amb noves idees de programa.
3. Difusió d'UPF.Ràdio a les xarxes socials Facebook i Twitter –crear compte de Twitter-.
4. Difusió d'UPF.Ràdio als diferents Campus de la UPF i buscar el suport de la universitat per exemple, amb esdeveniments socials i artístics on la ràdio hi estigui implicada com podrien ser, concerts.
5. Creació d'una nova pàgina web –depenent del departament d'informàtica de la UPF-.
6. Creació d'una nova adreça de correu per a contactar persones, col·laboradors, etc. També compte de Dropbox per emmagatzemar continguts.
7. Cercar més estudiants interessats en col·laborar.
8. Iniciar la participació de professorat. La idea és proposar a professors destacats la seva participació a la ràdio a través d'una reflexió setmanal o quinzenal –de dos o tres minuts– sobre un tema d'actualitat (Ràdio blocs).
9. Renovació de les sintonies de l'emissora.
10. Iniciar contactes amb l'Asociación de Rádios Universitarias (ARU) i intercanvi de continguts.
11. Creació de manuals divulgatius per a les ràdios universitàries i posar-los a disposició de tots els membres de l'ARU –per exemple, un manual per a crear podcasts–.
12. Crear una base de contactes per a facilitar la cerca de contactes en el futur.
13. Identificar la popularitat de la ràdio entre el personal de la universitat –via enquesta–.
14. Pla de comunicació.

d) Fase IV: repartiment de rols i objectius:
(es presenten els més importants)

Objectiu	Descripció	Període d'execució	Responsable
Informatiu	<ul style="list-style-type: none"> - Duració: màxim 20 min. - Continguts: 4 o 5 notícies d'actualitat universitària. <ul style="list-style-type: none"> - Requisits: totes les notícies han d'incloure tall de veu, d'una durada <u>màxima</u> de 1'15''. - Intentar incloure una notícia d'alguna altra universitat (intercanvi a través de l'ARU). - Espai Entrevista: "De tu a tu" - Espai Reportatge: "Avui som a": cada setmana es prepara un reportatge d'alguna de les aules o activitats de la UPF. Per exemple, de l'Aula de Teatre. - Agenda: Previsions de la següent setmana, sempre abans d'acabar. <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p>*subscriure'ns a la pàgina de premsa de la UPF per obtenir l'agenda d'actes. Contacte: Marc Permanyer –facilitar contactes, telèfons, cites, etc.-</p> <p>*Sintonies → amb indicatius diferents per seccions.</p>	Gravació: setmanal. DIJOUS 19.00h	Tots + col·laboradors
Associació Ràdios Universitàries (ARU)	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar <u>MANUAL</u> conjunt per a la creació de continguts, o per exemple, de podcasts. Col·laboració entre les altres universitats per a recopilar el contingut per elaborar els manuals. - <u>Intercanvi de notícies</u>: identificar quines universitats fan informatius i demanar-los l'intercanvi de peces que puguin ser d'interès per a tots. - Reforçar el contacte amb altres ràdios universitàries 	Immediat (octubre 2012)	Paula Carlota
'Ràdio blocs' professors	<p>Presentació en podcasts independents.</p> <p>Reflexió de màxim dos minuts de professors destacats de la UPF sobre temes d'actualitat. Definir si es graven ells mateixos o els anem a gravar. → té sentit aplicar el manual que cal crear amb l'ARU, sobre 'Com fer un podcast'.</p> <p>Difusió: a través del Twitter – ens serveix per a projecció exterior de la ràdio, per captar nous oients.</p> <p>Procediment:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar professors i contactar amb ells. 2. Definir periodicitat de presentació. 	Immediat (octubre 2012, començar a contactar)	Marina

(Dinamització) Xarxes socials	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciar promoció de la “nova ràdio”, però caldrà esperar a obtenir bons resultats a la creació de la nova web. - Crear compte de Twitter (vincle amb UPF i Cetrencada). (Buscar noves audiències mencionant a diferents col·lectius en funció de les temàtiques de les notícies, dels programes, etc.) - Facebook → Fer una pàgina, no un compte personal. - Estratègia conjunta de difusió amb <i>Cetrencada</i> → (contacte amb els companys encarregats de les xarxes de Ç -Adrià Attardi i Javi Domínguez-) 	Immediat (octubre 2012)	Paula Marina
Base de CONTACTES	Recopilar telèfons i adreces electròniques de les persones contactades un cop, per a col·leccionar-los i facilitar la feina als futurs equips de treball. Creació d'un document Excel, compartit al Dropbox. Esquema: Nom – càrrec – telèfon – e-mail- descripció	A partir del primer informatiu	Tots
Enquesta	Enviada a tota la comunitat universitària, via e-mail. Objectiu: estudi de camp. Coneixement de la ràdio, satisfacció, continguts, etc. Eina per fer-la: Polldaddy Avaluació de resultats.	Última setmana octubre	Paula Marina
Renovar Sintonies	<p>Dues opcions:</p> <p>a) Renovar música i veu → <i>Boreals</i>? (Parlar amb ells, si ho poden fer gratuïtament)</p> <p>b) Renovar només veu</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Per Entrada i sortida de l'informatiu 2. Sintonia de fons per als Titulars 3. Espai entrevista (“De tu a tu”) 4. Espai Reportatge (“A fons”) 5. <i>Radioblogs</i> professors 6. Separadors / ràfegues 	Novembre	Paula Marina
Col·laboracions	<p>Insistir amb promoció en paper (Cartells) per les facultats (ja s'ha fet crida per e-mail)</p> <p>Buscar col·laboracions dels departaments de recerca i d'investigació (no s'ha fet encara)</p>	Immediat (última setmana octubre)	Paula Marina

Taula elaborada per identificar els objectius a assolir durant aquest curs. S'hi identifiquen els objectius principals amb la seva descripció, el període d'execució i el responsable de portar-los a terme.

Realitzada a data: 21 octubre 2012.

3. ACTIVITAT I TASCA INDIVIDUAL

3.1.Període de treball

El meu treball a UPF.Ràdio es concentra durant el primer trimestre del curs 2012-2013 (de setembre a desembre 2012) i també, durant les dues primeres setmanes del mes de gener de 2013. La curta durada d'aquesta feina es deu a una estada Erasmus durant el segon i tercer trimestre a la universitat sueca Linnaeus University de Kalmar. Per aquest motiu, i per la impossibilitat d'estar present a la UPF els dos últims trimestres, ha estat molt difícil continuar amb tasques d'UPF.Ràdio i també de compaginar-les amb els estudis a Suècia.

Coneixent això des d'un principi, ens vam organitzar amb l'equip de treball per tal que un gruix important de la feina del primer trimestre fos responsabilitat meua. A més a més, un cop a Suècia i endinsada a la universitat, he tingut la oportunitat de conèixer la ràdio universitària de la Linnaeus i per aquest motiu, n'he volgut fer un petit estudi comparatiu amb UPF.Ràdio –ajuda i enriqueix el present estudi i ofereix noves idees de treball–.

Horari personal de treball a UPF.Ràdio:

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres
Matí	11.00 a 14.00h (Reunió redacció)	-	11.00 a 14.00h	-	Fins les 13.00h
Tarda	16.00 a 19.00h	-	16.00 a 19.00h	18.30 - ... (gravació informatiu)	-

Horari base –subjecte a modificacions en funció dels actes de cada setmana, les hores d'anar-los a cobrir o els imprevistos que puguin sorgir–.

3.2. Tasques a desenvolupar

A continuació es detallen els rols i activitats que he desenvolupat durant el meu període de pràctiques a UPF.Ràdio:

I. Reunions inicials:

Participació en totes les trobades amb el director de l'emissora, Josep Maria Palau, i amb el coordinador, César Colorado. Reunions que van servir per fixar objectius, línies de treball, acordar disponibilitats, etc. En resum, per traçar una mica el desenvolupament del treball a la ràdio d'acord amb les inquietuds del seu director.

II. Redacció objectius:

Juntament amb la resta de l'equip de treball, identificació dels objectius a treballar. Els més importants, els defineixo i els recullo en una taula –pp. 29 i 30– que presento al director de l'emissora el mes d'octubre de 2012.

III. Informatius setmanals:

Producció i cobertura de temes, redacció, locució, etc. Aquestes són les principals tasques he portat a terme dins els espais informatius de l'emissora. Durant els tres mesos que he realitzat les pràctiques –i a partir del primer informatiu gravat el dia 25 d'octubre– he participat activament cada setmana en l'informatiu setmanal: tres vegades assolint la conducció del programa i en totes les altres produint temes de la universitat, algun tema propi, reportatges –per exemple, sobre l'aula de teatre de la UPF- i entrevistes –com l'elaborada a l'Ariadna Fernández en el marc d'una jornada d'estudis d'audiència juvenil a la UPF, o també, la producció de l'entrevista a en Carles Costa, convidat a la UPF el dia per a la inauguració del curs de periodisme-. –tots aquests continguts es poden recuperar a la pàgina web d'UPF.Ràdio dins la secció 'L'informatiu'–.

IV. Xarxes socials:

Transformació de l'antic perfil de Facebook d'UPF.Ràdio –creat el maig de 2010– a una pàgina d'empresa (www.upf.edu/upfradio). D'aquesta manera professionalitzem la presència a la xarxa, és una pàgina amb fans –i no amb amistats, com era abans–. Al mateix temps, facilita tenir un perfil públic per a compartir informació, àudios i imatges, i proporciona estadístiques de vistes i popularitat per a estudis d'audiència.



The screenshot shows the Facebook 'About' page for UPF.Ràdio. It is divided into three main sections:

- Més informació:** Contains a description of the page as a tool for university information, a mission statement, and information about the company.
- Informació bàsica:** Lists the registration date (06/05/2010), location (80180 Barcelona, Spain), and a link to the programming page.
- Informació de contacte:** Provides contact details including a phone number (+34 935 42 11 76), an email address (radio@upf.edu / redaccio@upf.edu), and a website link (http://www.upf.edu/upfradio/).

Descripció de la pàgina de Facebook d'UPF.Ràdio.

A part, de la creació del nou compte d'empresa a Facebook, impulso la creació del compte de Twitter, que juntament amb la meua companya, Marina Vicens, gestionarem durant el primer trimestre. Amb el compte @UPFRadio es volen 'repiular' els continguts que es presenten a la pàgina de Facebook i buscar públics específics en funció de les temàtiques. Amb el Twitter es vol aconseguir col·locar temes d'UPF.Ràdio a partir de 'tags' a diversos col·lectius professionals.

El Twitter, més que el Facebook, dóna projecció exterior a l'emissora i és una bona eina per captar nous públics fora de la universitat.

A l'hora de determinar els perfils a seguir a Twitter, se segueix una estratègia clara: seguir a totes les persones que contactem a partir de la ràdio, a més de personalitats destacades de la política, del periodisme o de l'àmbit juvenil i

universitari de Catalunya. No es contempla la possibilitat de seguir estudiants, encara que finalment, veiem que en la llista de persones seguides hi apareixen alguns estudiants de periodisme de la universitat.




Capçalera del perfil de Twitter d'UPF.Ràdio.

Una de les idees principals, tant amb Twitter i Facebook, és aconseguir la col·laboració tant de la UPF com de *Cetrencada*. S'intenta, des d'un inici, buscar la cooperació a l'hora de 'repiular' o compartir continguts entre la ràdio i les altres dues plataformes.

V. Col·laboradors i acord de compromís:

Una de les necessitats més imminents que identifiquem amb l'equip de treball és la necessitat de comptar amb col·laboradors compromesos amb el mitjà. Pel que coneixem dels darrers anys molts estudiants s'interessen en un inici amb el projecte però a mesura que avança el curs es van desentenant. Això provoca que la feina que en un començament està dividida entre diverses persones, finalment acabi recaient en una o dos. A l'haver de compaginar la tasca de gestió i desenvolupament de la ràdio amb la realització setmanal d'un informatiu veiem que falten persones per a aquesta

última. Un cop feta difusió i crida de col·laboradors, i davant l'alta demanda per a participar –especialment, per part d'estudiants del primer i segon curs del grau en Periodisme–, decidim reunir-nos amb ells (gener 2013). L'objectiu d'aquesta trobada és conèixer les ganes i implicació d'ells i familiaritzar-los amb la forma de treball. A més a més, els demanem firmar un acord de compromís on han d'especificar la seva disponibilitat, quines tasques els agradaria realitzar en l'informatiu i també, durant quin període ho volen fer –document que s'adjunta a continuació–.



Nom complet:
Estudis i curs:
Correu electrònic:
Mòbil:

Per què vols col·laborar als informatius d'UPF.Ràdio?

.....
.....

Amb la signatura del present full adquireixes el compromís de col·laborar als espais informatius d'UPF.Ràdio d'acord amb les condicions que s'especifiquen a continuació:

- Període:
 - 2n trimestre (gener a març 2013)
 - 3r trimestre (abril a juny 2013)
 - De gener a juny 2013
- Freqüència de col·laboració:
 - Setmanal
 - Quinzenal
- Tasques que t'agradaria desenvolupar (pots marcar-ne més d'una):
 - Redacció (cobrir notícies i redactar-les i produir temes propis)
 - Locució de peces pròpies o de tercers
 - Conducció de l'informatiu
- Especifica la teva disponibilitat (per exemple: dilluns de 16h a 19h):
DILLUNS DIMARTS DIMECRES DIJOUS DIVENDRES
.....

Em comprometo a col·laborar amb UPF.Ràdio (informatius) d'acord amb les condicions indicades anteriorment,

Signatura, Data,

VI. Enquesta:

Creació i anàlisi d'una enquesta per identificar el coneixement o desconeixement que la comunitat universitària té en relació a UPF.Ràdio.

L'objectiu primer és analitzar els resultats per identificar quin tipus i en quina quantitat s'ha de fer difusió de la ràdio, quins temes i continguts s'han de tractar, etc. L'objectiu final és fer una ràdio atractiva per a la comunitat universitària -guiant-nos amb les peticions de cadascú- i aconseguir més oients.

-Els resultats de l'enquesta han estat presentats anteriorment i s'adjunten a l'annex-.

VII. Sintonies:

Proposta de canvi de sintonies -antigues i poc atractives-. Contacte amb el grup musical Boreals (www.boreals.bandcamp.com) per a la creació. Davant la impossibilitat de tirar-ho endavant, redefinim la idea: canviar només la veu dels indicatius i mantenir la música anterior. Gravació de la veu a mitjans de novembre 2012 i creació de nous indicatius corresponents a les noves seccions.

VIII. Manuals per a l'ARU:

Recull d'informació per a la creació dels manuals de seguiment, per exemple, per a crear un podcast. Primer contacte amb les ràdios universitàries de l'ARU, però procediment molt lent i no aconseguim intercanviar cap manual. Decideixo aturar el procés degut a la meua estada Erasmus i la impossibilitat de continuar i gestionar aquest aspecte des de l'estranger. Queda com un dels principals objectius a tirar endavant en un futur.

3.3. La ràdio universitària sueca: Linnaeus University (Radio Shore)

La ràdio universitària a Suècia es remunta a inicis dels anys 80, quan va ser impulsada per les destacades universitàries de Lund (Radio AF) i Uppsala (Studentradion 98.9). A partir d'aquesta dècada la ràdio estudiantil es va anar desenvolupant a la resta d'universitats sueques amb emissions tant per via FM –a través d'una freqüència atorgada– i també, via online.

Actualment, deu de les ràdios universitàries sueques estan agrupades dins l'organització nacional, Studentradion i Sverige (SRS). Aquesta associació va ser fundada als anys 90 i des de llavors, ha tingut un creixement destacat passant de tres ràdios en un inici a les deu emissores actuals, i fins a comptar amb més de 25.000 membres. En l'últim any, l'associació ha multiplicat les seves activitats i també ha millorat la cooperació entre les diverses ràdios universitàries que l'integren. La SRS rep anualment una subvenció estatal atorgada per la Ungdomsstyrelsen (Junta de Joventut), que es reparteix entre les ràdios membres per a facilitar i impulsar projectes.

Dins de la SRS s'hi emmarca Radio Shore, la ràdio estudiantil de la Linnaeus University de Kalmar. En motiu de la meua estada Erasmus en aquesta universitat, decideixo agafar Radio Shore com a objecte d'estudi i com a eina per traçar una comparació amb UPF.Ràdio.

Radio Shore neix el 2003 a partir de la voluntat de diversos estudiants de tenir una ràdio on poder expressar les seves opinions i oferir els seus programes. Ho fa a model de les ràdios de Lund o Uppsala que havien nascut amb anterioritat. Radio Shore compleix les característiques de 'Radio de Campus', per ser un tipus de ràdio totalment a càrrec dels alumnes d'una universitat i autoritzada i regulada pel govern nacional. Així doncs, es beneficia de les ajudes econòmiques del govern –de forma indirecta via, la SRS– i té llicència per a tenir freqüència i emetre via antena.

En aquest cas, Radio Shore emet a través de la freqüència 98.6FM corresponent a la ràdio local de Kalmar i també, publica els seus continguts via online a través de podcast.

A partir d'una entrevista² amb Martina Larsson, directora musical de Radio Shore, es detallen les següents característiques:

3.3.1. Característiques Radio Shore, Kalmar:

- **Organització:** l'equip de Radio Shore -'The Board'- està compost per dotze estudiants escollits a través d'una votació d'entre diverses candidatures a principi de cada curs. Aquesta ràdio està gestionada cent per cent per aquest equip d'estudiants que s'organitzen a partir de diferents tasques i rols: Presidència (Andreas Nielsen), Vicepresidència i Gerència SRS, Gestió de la secció 'Programes', Gerència general, Cap de màrqueting i publicitat, Direcció de les seccions musicals, Tecnologia, Finançament i Secretaria. El 'Board' es reuneix dues vegades per setmana per a definir continguts i fer valoracions.

A part de l'equip base, la ràdio compta amb el suport d'altres estudiants que col·laboren en diversos programes. Tots aquests estudiants combinen els estudis amb la participació a la ràdio i ho fan sens ànim de lucre.

Les diferències són clares pel què fa a l'organització d'UPF.Ràdio, que no té un equip de treball clar en cada nou curs i encara menys, tasques definides i clares com Radio Shore.

- **Difusió i recursos:** Radio Shore té la seva oficina i els seus tres estudis en un dels edificis del Campus Kalmar Nyckel de la Linnaeus University. Els seus membres hi poden accedir lliurement i durant totes les hores del dia.

La ràdio té un horari de gravació fixe –de dilluns a divendres de 18.00 a 22.00h– i durant aquesta franja horària emeten per freqüència (98.6FM) en l'àmbit local de la ciutat de Kalmar. Així doncs, cada dia entre setmana a partir de les sis de la tarda i fins les deu, si els ciutadans de Kalmar sintonitzen

² Entrevista realitzada a dia 22 de maig de 2013, als estudis de Radio Shore a l'edifici Kalmar Nyckel de la Linnaeus University (Kalmar, Suècia).

98.6FM poden escoltar la programació en directe dels estudiants de la universitat. A més a més, ofereixen els continguts a la seva pàgina web en format podcast. No tenen emissió ni programació durant la resta del dia.

UPF.Ràdio no té ni ha tingut mai l'opció d'emetre per freqüència, i aquesta és la principal diferència en aquest apartat. Veiem que en les dues ràdios coincideix l'emissió via online a través de podcast, però per Radio Shore és només una eina complementària o per les persones que no poden escoltar la freqüència local de Kalmar. Mentre que per a UPF.Ràdio és la única via d'emissió. A més a més, Radio Shore reproduceix alguns dels seus continguts i els espais musicals a través d'altaveus als passadissos de la universitat –de moment, no efectiu a la UPF–.

- **Programació:** la temàtica dels continguts de Radio Shore és ben diversa. Des de programes de cultura, humor o esports, fins a una ronda de notícies que es repeteix cada hora cada dia de gravació.

Una de les parts més destacades de la programació és la musical. Els programes de música i la reproducció de música en directe és molt popular en aquesta ràdio. Veiem que això coincideix amb les característiques de totes les 'ràdios de Campus', que amb el temps s'han associat a les tendències musicals emergents. Totes elles, i així ho fa Radio Shore, tenen llicències per reproduir música i també estan subscrietes a canals musicals on poden descarregar música.

Igual que a UPF.Ràdio veiem que l'equip de treball de Radio Shore produeix cent per cent els programes i continguts informatius. Les temàtiques també són semblants -culturals i àmbit universitari-, però destaca la importància de la ràdio musical a Suècia. Precisament, aquesta és una de les mancances d'UPF.Ràdio ja que des de Radio Shore asseguren que els programes musicals i la reproducció de cançons en directe per antena capten a molts oients.

- **Suport universitari i esdeveniments socials:** Els membres de Radio Shore asseguren que la Linnaeus University els dóna suport i recursos per a desenvolupar esdeveniments socials i els facilita l'accés als espais universitaris. A més a més, els posa a disposició un tècnic –al què recorren en cas de dificultats tècniques greus, ja que Radio Shore disposa del seu propi tècnic–.

Radio Shore organitza diversos actes fora dels seus estudis i oberts al públic. Destaquen, per una banda, una setmana de programació en directe – octubre– des d'un dels parcs de Kalmar per estrenar el nou curs escolar i per altra banda, una jornada anual d'emissió continua de continguts i música durant tres dies –'non stop'– per a recaptar fons per a projectes per combatre la pobresa.

Aquesta cooperació entre universitat i estudiants no és efectiva de moment, a la UPF. Segurament, la projecció social és un dels punts a reforçar ja que probablement, és la millor forma d'aconseguir que la ràdio sigui popular i els estudiants s'hi sentin identificats. A més a més, el suport de la institució universitària és imprescindible per a tirar endavant el projecte. No ens referim a un suport econòmic, sinó a facilitar la feina per exemple, amb la cessió d'espais i amb la supressió d'alguns dels requisits burocràtics.

4. AUTOAVALUACIÓ

4.1. Avaluació del projecte

Per a produir programació per a ràdio cal posar en marxa plans i programes ben dirigits per atraure d'audiència i assolir l'èxit social. Per això -per a generar informació i prendre les decisions adequades- fa falta un element indispensable: la investigació (García i Gregorio, 1999). Amb aquest argument es justifica la necessitat d'involucrar la investigació en el treball radiofònic i en aquest cas, la investigació en el marc d'UPF.Ràdio: una ràdio sense audiència i sense unes línies de treball clares i ben dirigides.

La informació que es genera amb aquesta investigació ha de servir per plantejar canvis estratègics en la programació i redefinir les estratègies de l'emissora. A més a més, els resultats de la investigació han de servir també per a organitzar el mitjà, definir els tipus de gèneres i la temàtica, el personal, les ideologies professionals i les rutines de producció (García i Gregorio, 1999). Precisament, aquest és el principal objectiu d'aquest projecte experimental a UPF.Ràdio. Malgrat que realment, tan sols s'ha començat la investigació -un curs no és suficient per investigar i obtenir-ne resultats factibles- és una primera passa cap a la redefinició de l'emissora.

D'acord amb el què apunten García i Gregorio (1999) en el seu treball, veiem que la informació sobre audiències i escenaris radiofònics és molt profunda i obliga a un seguiment i desenvolupament llarg. Parlen de tècniques com sondejos d'audiències o d'estudis qualitius sobre la recepció de la ràdio i apunten que en una avaluació no convé prendre decisions dràstiques basades en simples suggeriments o opinions personals derivades de percepcions. D'acord amb aquesta afirmació es conclou que l'autoavaluació d'aquest projecte s'efectua a partir d'un inici d'investigació i de percepcions de l'equip de treball. Per a avaluacions més concretes i desenvolupades sobre UPF.Ràdio caldrà continuar la investigació els següents anys. Així doncs, tot seguit es presenten les conclusions a les quals s'ha arribat amb el treball d'aquest any i també, la valoració i assoliment dels objectius marcats.

4.2. Assoliment dels objectius

A continuació, s'avaluen els resultats que s'han aconseguit amb aquest projecte a partir de l'assoliment dels objectius que es van proposar a l'inici del projecte:

Objectiu	Grau (0 a 5)	Comentaris
Informatiu setmanal	5	Gravació setmanal, estructura fixa i rica, amb continguts, dia a dia, més interessants. Rutina assolida.
Manteniment de programes i creació de nous	3	Manteniment dels programes anteriors, però cap nova estrena. Poca difusió dels programes i tampoc, difusió temàtica a les xarxes a col·lectius concrets.
Difusió i promoció + xarxes socials	4	Bona difusió pels Campus de la UPF –ho demostra l'augment de col·laboradors–. Creació de Twitter amb bona activitat i pàgina de Facebook amb bones estadístiques –però poca interacció de l'audiència–. Segueix faltant suport universitari, per exemple, per a la organització d'actes amb la ràdio com a protagonista, concerts, o simplement, per a la reproducció de la ràdio per als passadissos de les facultats.
Nova pàgina web	4	Dinàmica i millorada respecte a l'anterior. Però encara poc atractiva i moderna per una mitjà d'aquestes característiques –i en comparació per exemple, amb la ràdio sueca Radio Shore–
Organització interna -correu, dropbox, grups interns-	5	Bona organització de l'equip de treball, a partir de l'ús de Dropbox i Google Drive per a l'elaboració d'informatius. I nou correu i grup de Facebook per a les comunicacions internes.
Col·laboracions	3	Augment de col·laboradors per als informatius i acord de compromís. Falta introducció i formació bàsica per als col·laboradors quan comencen i també, una persona de referència per a ells dins el mitjà.
Ràdio blocs professorat	1	Establerts contactes i identificats col·laboradors, però cap gravació.

Renovació sintonies	1	Canvi de la veu dels indicatius i creació de nous. Però no canvi de músiques perquè no prospera la proposta amb el grup musical ja que no se'ls ofereix cap recompensa -econòmica o no- per la feina, per part de la universitat.
L'ARU + intercanvi continguts	2	Contactes establerts i iniciat l'intercanvi de continguts puntual. Cal treballar a partir d'aquesta base i amb les universitats que han donat més <i>feedback</i> -p.ex. de La Laguna-
Manuais per a l'ARU	0	No materialitzat. No intercanvi de material entre les universitats per a elaborar-los.
Base de contactes	5	Actiu.

*A la columna 'Grau (0 a 5)' es fa referència al grau d'assoliment dels objectius establerts en un principi. Les xifres signifiquen (0=gens; 5=completament assolit).

4.3. Característiques d'UPF.Ràdio:

I. Ràdio especialitzada

UPF.Ràdio compleix totes les característiques per qualificar-la com a una ràdio especialitzada ja que està destinada a un segment específic d'audiència i ofereix un producte radiofònic exclusiu (Moreno, 2005:69). Es caracteritza per oferir continguts segmentats en temàtiques, destinats a la comunitat universitària -especialment, als estudiants- i per atendre a un propòsit bàsicament informatiu (Moreno, 2005:70).

II. Ràdio informativa

La 'ràdio-informació-comunicació' és la que busca oients propers per integrar-los en el seu entorn i els manté informats sobre tot el què els afecta directament dins del seu àmbit (Moreno, 2005:66). És per això, que UPF.Ràdio ha de potenciar el diàleg amb la seva audiència -desenvolupant més les eines de participació-, per escoltar-la, generar continguts del seu interès i fer-la partícip de l'emissora i dels seus continguts.

III. Ràdio online

Una ràdio efectiva a Internet és aquella que aconsegueix superar el concepte tradicional de ràdio i entendre les prestacions que ofereix la xarxa per a desenvolupar el mitjà (Rodero, 2002:2). És per això, que una ràdio totalment online –com és UPF.Ràdio– s’ha de dissenyar d’acord als hàbits de consum a Internet i no pas a les peculiaritats de la ràdio convencional.

Les característiques de l’oient digital són que es connecta a la xarxa en moments puntuals, per buscar informació concreta i esperant trobar-la de forma ràpida i directa. Per tant, la immediatesa és un dels principals factors a tenir en compte a la ràdio digital (Rodero, 2002:3). En el seu treball, Rodero (2002) destaca que els continguts més atractius per oferir via digital són el reportatge i l’entrevista, ja que tracten informació de manera més profunda i no només ofereixen continguts informatius sinó també de ficció. Apunta també, que l’oient digital està poc atret pels àudios amb contingut purament informatiu –tipus butlletí de notícies–.

Rodero destaca que els principals elements per a presentar un producte radiofònic solvent a Internet, són els següents:

- Dins de l’especialització temàtica, cal buscar i oferir productes diversos per sorprendre i atreure l’atenció de l’oient.
- El producte ha d’oferir un tractament profund i atractiu del tema i ha de ser sempre, curt.
- Ha d’utilitzar correctament els elements del llenguatge radiofònic i ha de ser de fàcil accés. També ha d’oferir a l’usuari la possibilitat d’interactuar amb ell, per exemple, via xarxes socials compartint elements.

Dins de l’àmbit de la ràdio digital i universitària, és interessant destacar que les emissores universitàries que emeten via Internet tenen més facilitats per atreure el públic jove –ja que és un participant actiu a la xarxa i està acostumat a cercar-hi i consumir-hi informació–. En aquesta línia, les ràdios universitàries –entre altres

emissores— són un ham per atreure l'audiència juvenil que, dia a dia, la ràdio convencional està perdent. És una ràdio especialitzada, per a un públic concret i amb uns continguts molt clars. Però això no és suficient, pel què es deriva amb l'exemple d'UPF.Ràdio. A aquesta ràdio li falta trobar la fórmula per atreure i satisfer al públic, buscar temes concrets que la distanciïn de la ràdio generalista i la facin interessant pels estudiants i generin debat entre ells. Un cop aconseguit això, cal anar més enllà de la universitat i obrir una porta exterior cap a nous públics —per exemple, via conveni amb ràdios generalistes, com s'ha intentat repetidament amb Catalunya Ràdio—, oferint un contingut diferent, i potenciant el fet de ser produït per estudiants o personal universitari.

A continuació, prenent com a referència les característiques identificades per a definir UPF.Ràdio a setembre de 2012 —pàgina 23 d'aquest document—, s'ofereixen unes característiques més concretes i per a complementar les anteriors:

- **Ràdio online adaptada a les eines digitals amb nova pàgina web:** la nova web d'UPF.Ràdio és més atractiva, més dinàmica i interactiva que l'anterior. Ofereix els podcasts de contingut i presenta els darrers temes en una capçalera didàctica on destaca el més interessant. És més ràpid i fàcil accedir als continguts, ja que compta amb una bona organització temàtica. També, ofereix com a novetat una barra lateral dreta per al compte de Twitter. Pel que fa al posicionament web, destaca que UPF.Ràdio està ben situada en els cercadors digitals, ja que apareix com a primer resultat en les cerques de Google relacionades amb 'ràdio', 'universitat' i 'UPF'.
- **Actualització setmanal -informatiu i programes-:** es guanya en qualitat en l'informatiu setmanal. Per una banda, es compleix l'elaboració setmanal d'aquest espai informatiu i segueix sempre un esquema clar. Darrerament, oferia simplement quatre o cinc notícies normalment sense tall de veu. Ara, en canvi, ofereix notícies complementades amb tall de veu, seccions d'entrevista i reportatge i una secció final per a l'agenda de la següent setmana. Manté els

programes que oferia anteriorment, amb la incorporació d'alguns de nous, i continua la cessió de continguts de *Cetrencada* –amb programes i reportatges propis-.

- **Continguts generats per *Cetrencada*:** UPF.Ràdio continua sent la plataforma per als estudiants del Taller Integrat de Periodisme per a publicar alguns dels seus continguts.
- **Augment de col·laboradors:** fruit de la insistent crida es multiplica el número de col·laboradors, especialment per als informatius. A més a més, s'elabora un acord de compromís amb el mitjà i les col·laboracions resulten més fructíferes que temps enrere, si més no, els col·laboradors no es desenten de la ràdio sense motiu.
- **No professional:** continua sent un repte per al mitjà. Encara que la majoria dels col·laboradors que hi participen són estudiants de Periodisme o Comunicació, per tant tenen coneixements de ràdio, el resultat no acaba de ser professional. L'exercici s'allunya força del què seria la feina professional, ja que generalment es tendeix a produir continguts per tirar el producte endavant però deixant de banda la *praxi* periodística.
- **Criteri de treball:** queda definida una rutina de treball, com a mínim pel què fa a l'informatiu –trobada cada dilluns del consell de redacció per a previsió de la setmana–. A més a més, el fet de comptar amb col·laboradors fixes per als espais informatius facilita definir la forma i el com del treball.
Però, segueix faltant un equip de treball per a desenvolupar les altres tasques del mitjà –de gestió, difusió, experimentació, etc.-, així com també, una estratègia clara a seguir en el futur.
- **Més difusió i augment d'audiència:** les campanyes de difusió a través de correu electrònic, anuncis als Campus de la universitat i també, a través de les xarxes socials apunta que més gent coneix el mitjà i que més persones

l'escolten. Així ho demostren, les estadístiques de la pàgina de Facebook que indiquen un augment de les visites i del nombre de persones que parlen d'UPF.Ràdio –per exemple, a partir de les comparticions–. També ho indica el nombre de seguidors a Twitter.

- **Continua aturat el conveni amb Catalunya Ràdio:** tot i haver redissenyat l'anterior conveni amb una trobada amb representants de l'emissora durant aquest curs, el conveni torna a quedar aturat, aquest cop per la crisi i la incertesa que viu pel moment, Catalunya Ràdio.
- **Recursos limitats:** continua la impossibilitat de realitzar i gravar trucades des de l'estudi d'UPF.Ràdio i els tràmits administratius per accedir a cabines de gravació.

A desenvolupar:

En comparació amb la ràdio sueca, Radio Shore, UPF.Ràdio no ofereix continguts musicals. Una de les característiques que li manquen és l'emissió de música i per exemple, la possibilitat de crear una llista musical entre els oients –via recursos com Spotify– per després reproduir-la. En aquesta línia, i ja s'ha apuntat anteriorment, caldria contemplar la possibilitat d'emetre continguts de l'emissora pels campus de la universitat –passadissos, bar, etc.– i fins i tot, la possibilitat d'emetre en directe l'informatiu setmanal. Propostes que queden apuntades per al futur.

4.4. Funció formativa

Aquesta funció caldrà valorar-la i desenvolupar-la en els següents anys. La docència i investigació sobre ràdios universitàries identifiquen la funció educativa i formativa com una de les més importants del mitjà. Les emissores universitàries no són només un punt de trobada d'estudiants per a produir continguts i informar, sinó que han de ser una eina pedagògica i formativa. De moment, és impossible

desenvolupar aquesta funció a UPF.Ràdio per la manca d'un suport docent que supervisi els continguts i doni guies d'actuació als seus estudiants.

4.5. Limitacions

Les conclusions finals d'aquest projecte i també, la resultant autoavaluació estan condicionades per una sèrie de limitacions.

Per una banda, la inexistència d'una nova enquesta a la comunitat universitària per extreure'n una comparació final. Seria interessant repetir-la a finals d'aquest curs 2012-2013 o a l'inici del següent, per redirigir les línies de treball a seguir un cop finalitzat aquest primer treball experimental al mitjà.

Per altra banda, s'obtindrien resultats més concrets en relació a la satisfacció, formació o millora a partir d'entrevistes amb els col·laboradors d'aquest curs i també, amb els membres de l'equip de treball del projecte (Carlota Alegre, Pau Bartrolí, Marina Vicens i Paula Brujats). Caldrà una reunió final –a juny 2012– amb el director de l'emissora i l'equip per assentar unes conclusions i una valoració final.

5. AUTOAVALUACIÓ INDIVIDUAL

A nivell personal, com a conclusió m'agradaria destacar per una banda, la meua pròpia implicació en el projecte, i per altra banda, la percepció general que tinc d'UPF.Ràdio després d'aquest treball.

La meua participació a títol personal a UPF.Ràdio es veu molt condicionada per la meua estada Erasmus durant el segon i tercer trimestre d'aquest curs. Malgrat això, crec que vaig centrar tots els esforços, i la meua participació i dedicació a UPF.Ràdio durant el trimestre va ser pràcticament total -malgrat les altres assignatures que tenia a cursar durant aquest període-.

La motivació per a emprendre aquest treball venia marcada per la meua passió per la ràdio i pel fet de voler experimentar en algun àmbit intern de la UPF. A més a més, per la idea de seguir formant-me en ràdio durant aquest quart curs, durant el qual no realitzaria cap assignatura en aquest àmbit. Tot i això, aquesta darrera motivació no ha quedat satisfeta perquè en cap moment he pogut trobar la vessant formativa que buscava en el projecte. Segurament, accentuat per les presses i l'ajustat calendari ens hem limitat a tirar endavant un producte –per exemple, presentant informatius setmanals–, que no pas a avaluar-ne pas a pas els resultats que n'anàvem obtenint. En aquesta línia, he trobat a faltar la supervisió docent de tots els nostres continguts. En moltes ocasions, ens hem trobat experimentant sols i intentant tirar endavant projectes, sense el suficient suport docent. És per això, i bàsicament per la manca de temps material, que alguns dels objectius principals s'han quedat en el camí.

Encara que UPF.Ràdio queda lluny del què seria el món professional –les rutines diàries, la programació marcada per un horari fixe i estricte, el rigor, etc.– ens ha ajudat a desenvolupar noves tècniques de locució, facilitat per un context menys rigorós que el professional, i també hem guanyat en rapidesa per obtenir fonts i arribar a diferents veus. La pràctica de la figura del 'reporter' és la que més hem explotat durant aquest treball, i és de ben segur, una de les pràctiques que més falta ens faran a l'incorporar-nos al món professional com a joves 'inexperts'.

En relació al treball en grup, voldria apuntar que ha estat pràctic i beneficiós. Tot i no coincidir tot l'equip treballant al mateix temps i sent un grup molt reduït hem creat i desenvolupat la majoria d'objectius fixats. Tots quatre hem patit la incertesa d'aquest nou projecte –ofert com a primer cop com a treball final–, però malgrat això, hem acabat tirant endavant un informatiu setmanal, aconseguint col·laboradors compromesos i apropant la ràdio a moltes persones de la UPF, per primer cop.

A part d'aquests resultats que podem palpar, també cal valorar altres objectius que hem engegat i que mica en mica, van prenent forma. Molts d'aquests necessitaran un llarg temps per esdevenir reals o caldrà reformular-los però, de moment, ja hi ha posada la primera pedra –parlem, per exemple, de la col·laboració i l'intercanvi de continguts entre les ràdios universitàries de l'ARU–.

Per últim, destacar el descobriment de la ràdio universitària de la Linnaeus University de Kalmar (Suècia) com a eina de comparació i de noves idees a aplicar a UPF.Ràdio. Característiques i idees que comentaré amb l'equip de treball i que poden servir per traçar les línies del treball de cara al curs vinent.

A nivell general apuntar que amb aquest projecte UPF.Ràdio inicia les primeres passes cap a una etapa de canvi i desenvolupament. Possiblement estancada i sense un projecte de futur clar, esperem que aquesta feina serveixi per millorar i fer de la ràdio una veritable ràdio universitària: caracteritzada per tenir definits uns objectius de treball, fer-la popular entre la comunitat universitària i sobretot, aconseguint una audiència fidel.

Cal superar els entrebancs burocràtics per a realitzar una bona feina i també, buscar el suport de la universitat, per exemple, organitzant esdeveniments socials on la ràdio hi tingui un paper important. Però sobretot, no cal perdre l'ambició i la voluntat, perquè és complicat tirar endavant nous projectes –especialment, quan no hi ha cap persona que s'hi dediqui exclusivament–. Malgrat això, cal seguir esforçant-se per mantenir i fer atractiva una ràdio que és l'eina d'expressió, d'informació i entreteniment d'una comunitat universitària.

6. REFERÈNCIES

Alsius, S; Da Rocha, I; Narberhaus, M. (2012). *Taller integrat de periodisme: Innovació docent en la integració de mitjans, la simulació professional, els vincles entre universitat i empresa i la internacionalització*. CIDUI, Barcelona.

Fidalgo Díez, D. (2009). *Las Radios Universitarias en España. Transformación al mundo digital*. TELOS, cuadernos de Comunicación e Innovación. [online] www.sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulodocumento.asp?idarticulo=2&rev=80.htm

García, M. I Gregorio, J. (1999). *De radio en radio: el escenario radiofónico*. Revista Latina de Comunicación Social, Vol. XX. La Laguna (Tenerife). [online] www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/cartagena/59mara.htm

Gutiérrez, M; Martí, J.M; Martínez, Ll.; Monclús, B; Ribes, X (2010). *La crisi del consum radiofònic juvenil a Catalunya*. Quaderns del CAC, Barcelona.

Gutiérrez, M; Ribes, X; Monclús, B. (2010). *Percepción de los jóvenes ante las estrategias programáticas de la radio musical de antena convencional y online. El caso de Cataluña*. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).

José Perona, J. (2009). *Edu-webs radiofónicas: experiencias españolas de educación en medios*. COMUNICAR, 33, v.XVII. Revista Científica de Educomunicación, pp. 107-114 [online] www.dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3056482

Moreno, E. (2005). *Las “radios” y los modelos de programación radiofónica*. Pamplona (Navarra). Comunicación y Sociedad, Vol. XVIII, Núm.1.

Rodero, E. (2002). *La radio en Internet. El reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red*. Comunicació del III Congrés Nacional de Periodisme Digital. Osca.

Vázquez, M. (2012). *La Radio Universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes*. Tesis Doctoral UPF, Barcelona.

Webliografia:

www.radioshore.se
www.studentradion.se/
www.upf.edu/upfradio
www.radiosuniversitarias.es

7.ANEX

ENQUESTA ENVIADA a la COMUNITAT de la UPF:

1. Has sentit mai a parlar d'UPF.Ràdio?

SÍ - NO

2. L'has escoltada alguna vegada?

SÍ - NO

3. No he escoltat mai UPF.Ràdio perquè... Marca alguna de les opcions:

- a. No sé on escoltar-la
- b. No m'interessa
- c. Altres

4. Si a l'anterior pregunta has respòs altres, especifica la teva resposta:

5. T'ha interessat el que has escoltat?

- a. Sí
- b. No
- c. Una mica
- d. No gaire

5. Què t'agrada/agradaria sentir-hi?

- a. Notícies
- b. Programes
- c. Entrevistes
- d. Debats
- e. Reportatges
- f. Música
- g. Altres

6. Si a l'anterior pregunta has marcat altres especifica la teva resposta:

7. Quins temes t'agradaria que s'hi tractessin?

- a. Actualitat universitària
- b. Política
- c. Economia
- d. Esports
- e. Viatges
- f. Cultura
- g. Altres

8. Si a l'anterior pregunta has marcat altres especifica la teva resposta:

9. Si a l'anterior pregunta has respost 'altres' especifica la teva resposta:

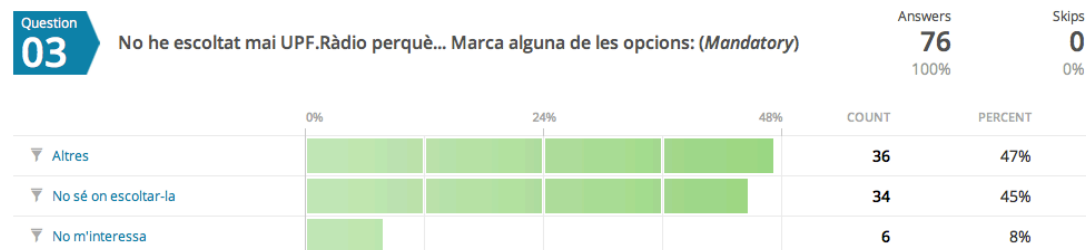
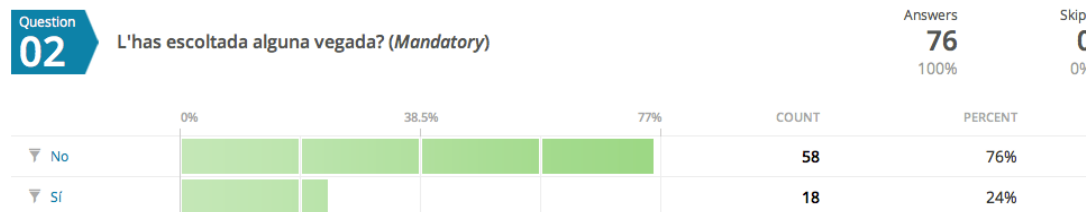
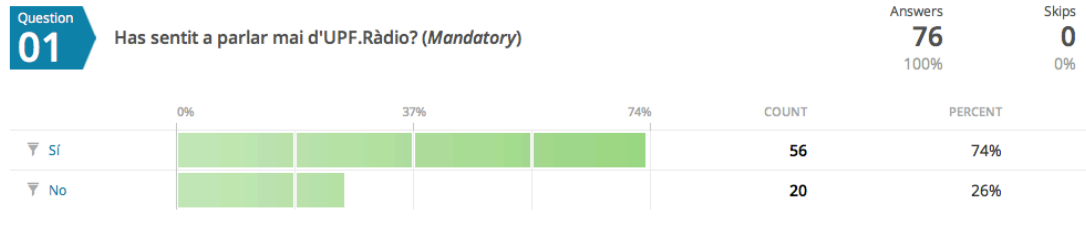
10. Sabies que qualsevol estudiant de la UPF pot col·laborar-hi?

SÍ- NO

RESULTATS ENQUESTA:

Eina: Polldaddy

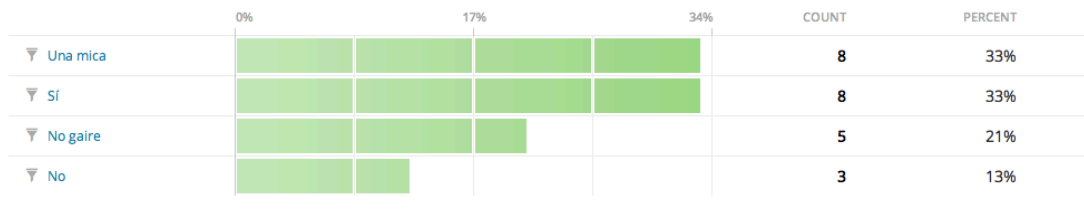
Participació: 76 respostes



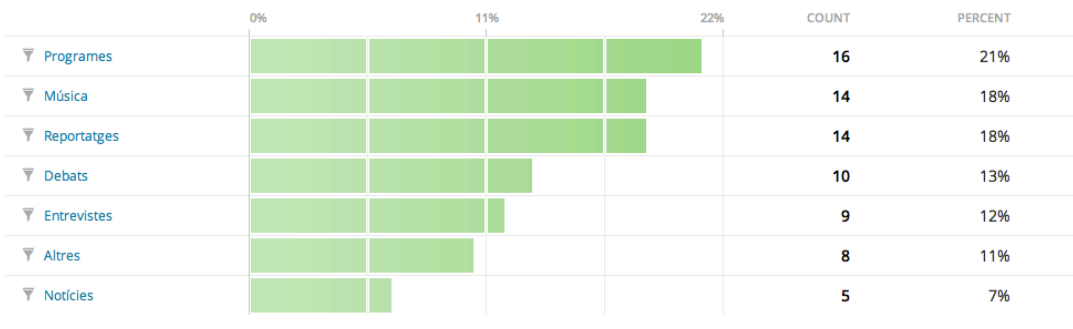
Question 04 Si a l'anterior pregunta has respòs "altres", especifica la teva resposta: Answers **24** 32% Skips **52** 68%

36,153,719	ningú m'ha parlat mai de UPF ràdio	Monday, Dec 3rd 5:53PM
35,997,775	No enrecordarme'n	Saturday, Dec 1st 2:32AM
35,600,985	Tengo una rutina de oir radio preestablecida y no he experimentado con otras emisoras	Tuesday, Nov 27th 10:24AM
35,584,340	No estaba segura hasta qué punto funcionaba (horarios, días...)	Tuesday, Nov 27th 5:04AM
34,807,645	Sí que l'he escoltada, però l'enquesta no em deixava continuar si no contestava la 3r pregunta. S'hauria de modificar!	Thursday, Nov 15th 6:30PM
34,774,282	la veritat es que mai m'en recordo de que hi és... i a més a més mai escoto ràdio	Thursday, Nov 15th 9:38AM

Question 05 T'ha interessat el que has escoltat? Answers **24** 32% Skips **52** 68%



Question 06 Què t'agrada/t'agradaria escoltar-hi? (Mandatory) Answers **76** 100% Skips **0** 0%



Question	Answers	Skips
07 Si a l'anterior pregunta has respòs "altres", especifica la teva resposta:	10 13%	66 87%
M'interessarien debats, entrevistes, reportatges i música experimental 35,609,112		Tuesday, Nov 27th 11:56AM
Combinación de noticias, programas, entrevistas, reportajes, debates, música de miembros de la UPF (bandas, coro...) 35,584,340		Tuesday, Nov 27th 5:04AM
Opció multiple: notícies, entrevistes, reportatges i música! 35,582,281		Tuesday, Nov 27th 3:52AM
Programes musicals on es parla de música, no només es fa sonar; reportatges on s'apregui o es parli de temes poc habituals o amb perspectives originals 35,580,962		Tuesday, Nov 27th 3:08AM
Dramàtics 34,780,733		Thursday, Nov 15th 11:16AM
Notícies universitat, programes, reportatges... 34,278,281		Thursday, Nov 8th 3:51AM

Question	Answers	Skips			
08 Quins temes t'agradaria que s'hi tractessin? (Mandatory)	76 100%	0 0%			
	0%	18%	36%	COUNT	PERCENT
Actualitat universitària				27	36%
Cultura				25	33%
Altres				11	14%
Política				7	9%
Viatges				3	4%
Economia				2	3%
Esports				1	1%

