



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Taller Integrat de Periodisme

**Innovació docent en la integració de mitjans, la simulació professional,
els vincles entre universitat i empresa i la internacionalització**

- Da Rocha Fort, Irene
Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació
C/ Roc Boronat, 138.
08018 Barcelona (Espanya)
irene.darocha@upf.edu
- Narberhaus Martínez, Marta
Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació
C/ Roc Boronat, 138.
08018 Barcelona (Espanya)
marta.narberhaus@upf.edu
- Alsius Clavera, Salvador
Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació
C/ Roc Boronat, 138.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

08018 Barcelona (Espanya)

salvador.alsius@upf.edu

1. RESUM:

Aquesta comunicació presenta el model docent innovador que s'ha desenvolupat en el marc del Taller Integrat de Periodisme, assignatura de tercer curs del Grau en Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra, a partir de quatre eixos principals: la integració de mitjans, la simulació professional, el vincle amb empreses mediàtiques i la internacionalització. A través de quatre àrees (premsa escrita, televisió, ràdio i internet) els alumnes han treballat en una redacció integrada i han publicat els seus treballs sota la capçalera comuna “Cetrencada” gràcies als convenis signats amb diversos mitjans de comunicació.

2. ABSTRACT:

This paper presents an innovative teaching model that was developed under the *Integrated Journalism Workshop*, a third year subject of the Bachelor in Journalism in Pompeu Fabra University. Four are the main key points of this model: media integration, simulation training, bonds with media companies and internationalization. Across four areas (print, television, radio and internet) students have worked in an integrated newsroom and have published their work under the common heading “cetrencada” through the agreements signed with various media.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

3. **PARAULES CLAU** (llengua proposta): **periodisme, simulació professional, universitat i mitjans de comunicació .**
4. **KEYWORDS** (in English): **journalism, simulation training, university and media.**
5. **ÀREA DE CONEIXEMENT:** Ciències Socials i Jurídiques
6. **ÀMBIT TEMÀTIC DEL CONGRÉS:** Innovació en l'ensenyament superior
7. **MODALITAT DE PRESENTACIÓ:** Comunicació oral
8. **DESENVOLUPAMENT:**

1. Plantejament inicial de l'assignatura

1.1 La necessitat d'una assignatura d'integració periodística

Amb la revolució de l'ecosistema de la comunicació, les universitats han d'adaptar el seu currículum a la nova realitat i a més promoure i investigar les noves dinàmiques de les sales de redacció que permetran formar una nova generació de periodistes exercitats de base en la multimedialitat, la hipertextualitat i la interactivitat.

Una redacció integrada es considera "aquella capaç de nodrir de continguts a dos o més mitjans mitjançant una única unitat de producció" (Salaverría i Negrodo, 2008, 51). El concepte de redacció integrada s'està debatent en el context comunicatiu actual, especialment per la por a que aquesta forma de treball pugui generar una mena de

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

"periodista orquestra", "periodista mòbil", "periodista motxilla"(Salaverría i Negrodo, 2008, Massey, 2010; Blom i Davenport, 2012) que es contempla amb una connotació negativa en l'àmbit de la professió. Si ens fixem en les característiques positives del concepte, però, trobem un periodista polivalent, que pot participar en una producció integrada i una distribució multiplataforma, elements claus en molts grups mediàtics actuals. Existeixen diverses experiències prèvies a Espanya, fora de la universitat, en què dos o tres mitjans de característiques diferents treballen conjuntament. No obstant això, el model que planteja l'assignatura Taller Integrat de Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) preveu que siguin quatre els mitjans que es complementin: premsa escrita, televisió, ràdio i internet.

Rebre obertament el nou paradigma de comunicació i acceptar els canvis que promouen les noves tecnologies i crear models informatius renovats d'àmbit local són prioritats que les empreses periodístiques han d'assumir amb rapidesa (Castells, 2001). Però, desenvolupar aquests nous models periodístics, com és el cas de *The New York Times*, pot suposar una despesa d'enormes proporcions per al mitjà. La universitat és l'entorn perfecte per desenvolupar, testar i aplicar possibles noves línies de funcionament i organització.

1.2 El model docent

Involucrar els estudiants de periodisme en projectes pilot té antecedents en els anys 90, amb la pràctica de l'anomenat periodisme de precisió (*Journalism Desktop*) (Flores i

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Salinas, 2009, 53). Per exemple, la Universitat de Missouri (EUA), a través del projecte NICAR, va establir una relació de sinergia entre els periodistes professionals i els estudiants de periodisme. Els estudiants d'últim any de carrera ensenyarien als periodistes les destreses i habilitats informàtiques, principalment bases de dades, elements clau del periodisme de precisió; i els periodistes ensenyarien les tècniques de l'ofici als professionals novells (Flores, 2008).

Des de la perspectiva universitària s'observa una diversitat important pel que fa als models d'ensenyament de la pràctica del periodisme. Tant a Espanya com a la resta d'Europa ha anat proliferant la cohabitació de l'experiència docent i professional, però els aprenentatges s'han plantejat sempre considerant per separat cada un dels mitjans. L'objectiu que persegueix el Taller Integrat de Periodisme és proporcionar als estudiants una base sòlida i transversal que els permeti assolir les competències necessàries per a l'escenari on previsiblement es trobaran en el món laboral.

A la Universitat Pompeu Fabra es va tenir en compte també el model plantejat per Missouri o la recent fórmula plantejada per l'Escola de Periodisme de Columbia i la Universitat de Stanford d'Enginyeria (EUA), que s'han unit per crear un Institut per a la innovació dels mitjans. L'Institut aspira a convertir-se en un pont que fomenti la col·laboració entre les dues disciplines.

1.3 Els quatre eixos del Taller Integrat de Periodisme

Amb la reforma de l'EEES en el Grau en Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra ha comportat la incorporació de noves assignatures adaptades al context actual dels mitjans

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

de comunicació. Aquest és el cas del Taller Integrat de Periodisme, de 24 crèdits EEES, que durant el curs 2011-12 s'està desenvolupant per primera vegada al llarg dels tres trimestres acadèmics, amb un equip docent format per quinze professors especialitzats, un coordinador docent i quatre professors assistents.

Aquest projecte docent es va veure beneficiat pel trasllat de la Facultat al nou Campus de la Comunicació, un espai dotat d'instal·lacions professionals que permeten el treball integrat, gràcies a una aula dissenyada específicament per a aquesta assignatura. L'aula disposa d'ordinadors per a 80 alumnes, equipats amb els programes de programari necessaris per a l'edició de continguts específics de cada àrea, un plató de televisió, dos locutoris de ràdio i una sala per a consells de redacció.

L'espai ha afavorit el treball en la línia de la integració de mitjans, que com apunten Salaverría i Negrodo, part d'un procés de convergència. "És per la seva naturalesa, alguna cosa sempre inacabada. Quan aquestes dues línies acaben per unir-se finalment en un punt, deixen de ser convergents. En aquest precís lloc d'intersecció, és on se situa el concepte periodístic de 'integració' "(Salaverría i Negrodo, 2008, 51).

Tres eixos s'uneixen a la integració de mitjans per desenvolupar el model docent innovador dins del marc del Taller Integrat de Periodisme: la simulació professional, el vincle amb empreses mediàtiques i la internacionalització. Les quatre característiques clau són els objectius diferenciadors respecte a altres experiències i assignatures prèvies:

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

- Integració de mitjans: La fusió dels quatre antics tallers de la Llicenciatura (premsa escrita, televisió, ràdio i internet), ha implicat un canvi necessari de mentalitat dels professors per reciclar cap a noves pautes docents.
- Simulació: En els anteriors tallers i en altres activitats de la cursa ja s'usava la simulació professional com a metodologia clau de l'aprenentatge (Rhodes i Roessner, 2009, 304). Ara la simulació és constant. Es tracta de crear mecanismes i situacions el més semblants possible a les que es trobaran més enllà de la carrera universitària.
- Vincle universitat - empresa: El treball realitzat pels estudiants es converteix en producte periodístic real que és publicat i difós per empreses de comunicació. Això, a més de multiplicar fins a extrems insospitats el grau de motivació de l'alumnat, serveix per implicar les empreses en la formació de professionals i establir sinergies. És una vinculació que complementa les habituals pràctiques "in situ", que es mantenen, però que vol anar molt més enllà.
- Internacionalització: Es pretén trencar fronteres a partir de les TIC, que avui en dia permeten la comunicació en línia entre estudiants de diferents països, així com ho fan off-line els programes ERASMUS. D'altra banda, treballar en una segona o tercera llengua permet el desenvolupament d'altres competències curriculars.

A més, s'han plantejat diverses qüestions referents al model educatiu que suposen innovar. Per exemple, coordinar tot l'equip docent perquè treballi sota uns objectius comuns, determinar un sistema d'avaluació equitatiu per a totes les àrees i trams, generar dinàmiques de treball que permetin tant el treball en equip com el desenvolupament

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

personal, o donar oportunitats a professors assistents que completen la seva formació docent. Tots aquests punts han trobat resposta a través del debat i l'experimentació que ha sorgit amb la posada en escena del primer tram del Taller.

Dels quatre punts claus plantejats com a objectius inicials només en queda un pendent de resoldre: la internacionalització. S'està treballant en aquesta línia a través de la inclusió del Grau en Periodisme al programa ERASMUS, i el ressorgiment del projecte EURO-reporters, una xarxa internacional d'estudiants corresponsals.

El 18 d'octubre de 2011, gairebé un mes després d'haver iniciat la docència de l'assignatura, la Universitat Pompeu Fabra, representada pel seu rector Josep Joan Moreso, va signar convenis amb els respectius directors de la Fundació el Punt, BTV i VilaWeb per a la publicació dels treballs de l'assignatura. Altres facultats del mateix campus han vist amb interès el projecte i estan disposades a implicar. Un exemple d'això és la previsió d'una col·laboració de professors i d'estudiants de Traducció i Interpretació perquè tinguin cura de la revisió lingüística dels textos. O amb el Departament de Tecnologies de la Comunicació per desenvolupar una plataforma on-line que integri més als mitjans.

1.4 La organització del Taller Integrat de Periodisme

En començar el curs, 80 estudiants de tercer curs de Grau van ser repartits en quatre grups de 20. El perfil és un alumnat menor de 25 anys amb formació multidisciplinària en

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

periodisme i una de les següents carreres: humanitats, economia, dret i ciències polítiques. D'altra banda, el curs acadèmic ha estat dividit en quatre trams, de set setmanes i mitja. En el primer tram cada un dels grups d'estudiants va ser assignat a un àmbit concret de treball (premsa escrita, ràdio, televisió i internet), amb un professor especialitzat i amb un professor assistent. En acabar el primer tram es produeix una rotació, de manera que al final del curs cada un dels grups haurà passat pels quatre àmbits de treball i haurà fet aprenentatges específics. Aquests trams de set setmanes i mitja s'han convertit així una nova unitat de divisió temporal que ha trencat el model de trimestre, l'habitual a la Universitat Pompeu Fabra.

D'aquesta manera, amb el treball de temes comuns entre àrees, encara que a ritmes diferents marcats per les característiques de cada mitjà, s'ha construït una redacció integrada. L'èxit de la implicació dels alumnes rau en l'equilibri entre la simulació professional i l'aprenentatge docent que exigeix la universitat.

Una capçalera comuna, *Cetrencada*, dona unitat als quatre productes diferenciats que han nascut a partir del Taller: una publicació mensual per a premsa escrita, un magazine televisiu de mitja hora, programes radiofònics pensats per a un sistema de podcast, i reportatges per a premsa digital. El *branding* original ha dotat tota la producció de personalitat pròpia, permetent que mitjans com el diari *El Punt-Avui*, la cadena *Barcelona Televisió* (BTV) o el diari digital *VilaWeb* hagin confiat en el treball realitzat al Taller, actuant com a plataformes de difusió del producte periodístic. A partir de convenis s'ha aconseguit la implicació de les empreses que aporten, d'una banda la possibilitat per als

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

estudiants de publicar fora de la universitat, i d'altra l'assessorament directe als alumnes per part de professionals d'aquests mitjans.

Un element que s'ha plantejat a posteriori de l'inici de l'assignatura és la incorporació de les xarxes socials, en primer lloc com a eina docent de consulta disponible 24 hores al dia i 365 dies a l'any, en segon com a sistema per compartir experiències i cohesionar els grups, i finalment també com a forma d'explotació dels resultats de l'assignatura. La gestió d'aquestes xarxes socials la duen a terme els propis alumnes sota la supervisió del professorat, sempre en una doble dimensió que separa el que és l'esfera privada de l'assignatura i l'esfera pública del que es fa difusió.

2. *Cetrencada*: el vincle entre la Universitat Pompeu Fabra i els mitjans professionals

2.1 Els reptes educatius i professionals dels acords amb mitjans de comunicació

Un dels reptes claus en la col·laboració entre mitjans de comunicació i *Cetrencada* ha estat l'adaptació a un nou model de treball. Els alumnes han passat de produir reportatges pensats per ser avaluats acadèmicament a nivell intern a realitzar productes concebuts per ser difosos en un mitjà de referència dins l'espai comunicatiu en llengua catalana.

L'adaptació a aquest nou model ha significat un pas més enllà per als alumnes: produir els continguts sota els estàndards professionals de qualitat del mitjà, com estableix la idea

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

de la simulació professional, i és que el fet d'elaborar materials que apareixeran en un mitjà real exigeix als estudiants treballar sota els màxims criteris de rigor, professionalitat i respecte pels principis fonamentals de la deontologia informativa (Alsius, 1996), entre ells la veritat en la representació de la realitat (Broersma, 2010) i la precisió en l'aportació d'informació (Voakes, 2004).

Tot i això, els docents tenen sempre molt present que els alumnes estan en ple procés d'aprenentatge i que la seva tasca és anar polint i millorant poc a poc les seves habilitats. El fet de publicar per a un mitjà de comunicació establert no és incompatible amb dedicar el temps docent necessari per a que els estudiants puguin aprendre a utilitzar els llenguatges periodístics respectius (de la premsa escrita, la ràdio, la televisió i d'internet) independentment de l'empresa per a la que en un futur treballin.

Un segon repte fonamental ha estat construir i reforçar els vincles entre els agents implicats. Aquests vincles s'han creat i enfortit gràcies a la constant interacció entre els mitjans de comunicació i els responsables de *Cetrencada*. En aquest aspecte també ha estat clau la identificació dels alumnes amb els diferents projectes, que detallem més endavant. Aquesta identificació s'ha vist reforçada d'una banda per la visita conjunta dels alumnes i docents a les redaccions dels mitjans de comunicació amb que s'ha establert un conveni, i de l'altre per la relació estreta dels estudiants amb professionals d'aquests mitjans.

La col·laboració entre les diferents plataformes de difusió i *Cetrencada* també ha significat un repte per als mitjans com *El Punt-Avui*, *Barcelona Televisió* (BTV) i

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

VilaWeb. Indubtablement, aquest intercanvi també és una gran font d'aprenentatge per a aquests mitjans. Gràcies a aquesta iniciativa poden estar en contacte amb les idees dels nous periodistes, que realitzen productes periodístics pensats des de una òptica jove i que aprofiten a fons un ampli ventall d'eines, incloses les multimèdia de la web 2.0, que permeten donar una nova dimensió al tractament de les diverses peces informatives (Kolodzy, 2006, 206-208).

Per últim, la relació entre *Cetrencada* i els mitjans de comunicació té com a objectiu superar un altre repte més enllà de la pròpia feina realitzada al Taller, el d'atraure noves generacions de lectors (Parra Valcarce, Álvarez Marcos, 2004, 165). L'òptica jove dels temes desenvolupats pels estudiants i les característiques dels seus productes periodístics han de servir com a punts de suport que motivin l'increment de lectors de les franges d'edat més baixes. (Da Rocha, Ramon, 2012) Es necessitarà temps i la realització d'estudis de recepció per avaluar degudament el compliment d'aquest últim repte assenyalat.

2.2 *Cetrencada* i *El Punt-Avui*

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT



Figura 1: Portades del suplement *Cetrencada* al diari *El Punt-Avui*. Font: Elaboració pròpia.

Un dels convenis signats entre la Universitat Pompeu Fabra i els mitjans de comunicació va ser amb *El Punt-Avui*, diari de premsa generalista del Grup Hermes fruit de la fusió entre les capçaleres *El Punt* i *Avui* el juliol de 2011.

El diari en paper *Avui* va sortir al carrer el 23 d'abril de 1976 com a diari difós a tots els Països Catalans, i el diari *El Punt* ho va fer el 24 de febrer de 1979 com a diari comarcal de la zona d'influència de Girona. Segons la darrera onada del Baròmetre de Comunicació, la primera de 2012, *El Punt-Avui* té 208.000 lectors a Catalunya¹.

¹ Resum Fundacc. Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. 1a onada 2012 (any mòbil març de 2011 a febrer de 2012). http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/resum_public_1a_onada12_barometre_cat.pdf [Última consulta 23.4.2012.]



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

En aquest context va veure la llum el primer número del suplement *Cetrencada*, que va sortir amb *El Punt-Avui* el dimarts 1 de novembre de 2012. El projecte editorial, dissenyat per Olga Lamas i Teresa Domingo, es distribueix amb una periodicitat mensual, i en total se'n faran vuit edicions al llarg del curs acadèmic. La iniciativa, fruit del conveni entre la Universitat Pompeu Fabra i la Fundació El Punt, es desmarcava amb l'objectiu de contribuir al desenvolupament dels ensenyaments de Periodisme en una línia innovadora i creativa, i amb l'esperança de contribuir al foment entre els joves de l'interès en el consum periodístic.

Els continguts del suplement estan adreçats als joves, si bé des del seu inici s'ha destacat que la intenció és obrir-lo més enllà del món universitari.

En el model docent dels cursos previs al conveni amb *El Punt-Avui*, els estudiants realitzaven en el marc de l'assignatura Taller i Redacció de Premsa un projecte periodístic per a premsa escrita del qual n'assumien el disseny, tant de la maqueta com dels continguts. Un cop finalitzat aquest s'imprimia amb un tiratge de mil exemplars; i els mateixos estudiants se n'encarregaven de la distribució. Aquest tret és, fonamentalment, en el que es diferencia el conveni amb el diari, ja que la difusió del suplement mensual amb el mateix diari permet que es multipliqui exponencialment i arribi a un públic molt més nombrós i, a la vegada, molt més divers.

Les dates de tancament de cada suplement de *Cetrencada* marquen el ritme de l'assignatura, establint uns *tempus* determinats per a cada fase de la producció del producte. Des del plantejament del contingut de cada número, passant per la seva ideació

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

en pàgina, fins a la redacció i maquetació de cada peça, hi ha tot un procés en què cada estudiant adquireix, a més del de redactor, un rol afegit com els que hi ha en qualsevol publicació convencional: editor, director d'art, director de fotografia i corrector.

Un cop el número és a punt per al tancament s'envia als responsables de *El Punt-Avui* que s'ocupen de la seva impressió. El suplement surt encartat a les pàgines centrals del diari.

2.3 *Cetrencada i UPF.ràdio*

En el cas de l'àrea de ràdio no hi ha de moment conveni amb cap mitjà de comunicació convencional, ja que la universitat disposava d'una plataforma de difusió pròpia, *UPF.ràdio*. La ràdio universitària va començar les seves emissions el 23 de febrer de 2007, i va ser així pionera a l'estat espanyol en emetre per Internet en format podcast. Va néixer com a eina docent i d'informació universitària amb els objectius de posar a disposició de la comunitat universitària una eina d'expressió, augmentar la visibilitat exterior de la Universitat, contribuir al desenvolupament professional dels alumnes de Periodisme i de Comunicació Audiovisual, i extreure conclusions docents i de projecció de futur del mitjà ràdio.

Des del seu naixement *UPF.ràdio* ha comptat amb la col·laboració d'estudiants voluntaris que han creat una programació molt diversa pel que fa a la temàtica (apartats d'informatius, reportatges, entrevistes, esports, nous formats, musicals, etc.). El format podcast permet escoltar els continguts de l'emissora en qualsevol lloc i moment, amb un reproductor portàtil mp3, còpia en un CD, o bé descarregat a l'ordinador personal o al telèfon mòbil.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

A més, actualment també és present a *iTunes-U*, una plataforma que permet distribuir material audiovisual docent de la Universitat, i on a més dels programes radiofònics s'hi pot trobar conferències, classes, entrevistes o altres esdeveniments de la Universitat Pompeu Fabra, que es poden reproduir al PC, Mac, PDA o iPod/iPhone. El director d'*UPF.ràdio* és Josep Maria Palau, professor dels Estudis de Periodisme i també de l'àrea de ràdio de l'assignatura Taller Integrat de Periodisme.

Sota la capçalera radiofònica *Cetrencada*, els estudiants de ràdio van idear set programes (*Butxaca de Puça, Caça-tuits, Convenç-me, Dolç Destí, Enllaç a 4, Fem Balanç* i *Traçant la Jugada*), que han anat nodrint de continguts la secció *Cetrencada* a la web d'*UPF.ràdio*. A més a més, els estudiants realitzen reportatges que també s'emeten en podcast a través d'aquesta web, així com informatius locals.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT



Figura 2: Espai *Cetrencada* a la web d'*UPF.ràdio* <http://www.upf.edu/upfradio>. Font: Elaboració pròpia.

Cada programa té una pàgina pròpia a la web, amb un resum del contingut específic que fa de guia abans de triar què es vol escoltar.

LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT



Figura 3: Pàgina web d'un dels programes realitzats al Taller Integrat de Periodisme per a UPF.ràdio, que es poden descarregar en podcast. Font: Elaboració pròpia.

Mentre que en els antics Tallers de ràdio de la Llicenciatura només tenien sortida els programes realitzats per estudiants que decidien de forma voluntària dedicar-hi el seu temps, al marge de l'assignatura, amb el Taller Integrat de Periodisme tots els estudiants creen un producte que serà difós a través de la web d'*UPF.ràdio*. Paral·lelament a l'aprenentatge del llenguatge propi de la ràdio, els alumnes tenen la oportunitat de realitzar programes de veritat que són escoltats per l'audiència d'*UPF.ràdio*.



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

2.4 *Cetrencada* i *BTV*

Amb la cadena *Barcelona Televisió (BTV)* també es va arribar un conveni per a la difusió de quatre magazins de televisió. La televisió local de Barcelona va néixer el 1984 com a televisió de districte. No va ser fins al 1993 que es va signar un primer conveni de col·laboració amb l'Ajuntament de Barcelona, i des de mitjans anys noranta l'Ajuntament en va assumir la gestió del servei públic de televisió local. La nova *BTV* va iniciar les seves emissions el 3 de novembre de 1994 des dels seus antics estudis ubicats a la Via Laietana. Va néixer com una televisió de proximitat, pensada pels barcelonins, amb una programació de qualitat i amb especial interès per la cultura i la participació ciutadana. L'aposta per la qualitat, la cultura alternativa, la proximitat i la participació van fer de l'emissora un referent de les televisions locals.

L'any 2004 començà una nova etapa amb l'emissió 24 hores al dia, i un any després es traslladà a una nova seu al 22@, mudança que va significar la culminació de la digitalització de la cadena.

El 24 de desembre de 2011, a les 12 hores, el magazín *Cetrencada* va fer la primera incursió en el mitjà televisiu dins la graella de *Barcelona Televisió (BTV)*. Posteriorment va ser re-emès diverses vegades i també es troba disponible a través del servei de televisió a la carta de la cadena. El conveni signat entre la Universitat Pompeu Fabra i *BTV* preveu l'emissió de quatre magazins durant el curs acadèmic 2011-12.

En la primera emissió a *BTV* el programa va ser introduït per Francesc Centelles, coordinador d'informatius de la cadena, que va destacar el fet de que estigués fet

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

íntegrament pels estudiants de la Universitat Pompeu Fabra, des de la proposta i selecció dels temes, fins al maneig de les càmeres o els controls de realització.

Els magazins tenen una durada aproximada de 30 minuts i es componen de set seccions que tenen una doble intenció: d'una banda, proposar un producte informatiu dinàmic i innovador, i de l'altra, poder experimentar obertament amb el llenguatge audiovisual informatiu:

- *Llença't*: entrevistes al carrer, que permeten donar veu a la gent sobre un tema en concret.
- *En confiança*: tracta del seguiment d'una persona en el seu dia a dia, que acaba amb un petit test d'actualitat.
- *L'antifaç*: una entrevista al plató que permet conèixer diferents joves que ens parlen de les seves empreses.
- *Aciençant*: és la secció de tecnologia, en la qual generalment s'expliquen aplicacions per a mòbils o temes tecnològics d'interès per a la gent jove.
- *La peça*: es tracta d'un reportatge en profunditat, l'espai més seriós del magazín.
- *Barcelona fugaç*: un reporter/a explica què es pot fer per sortir i divertir-se tota una setmana a Barcelona per menys de 20 euros.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

- *L'abraçada*: és el *making-of* del programa, que a més de mostrar alguns moments divertits de darrere de la càmera, també permet veure com el programa està fet completament per estudiants.

En el model anterior al Taller Integrat de Periodisme els estudiants realitzaven pràctiques de televisió a l'aula, que si bé també simulaven les rutines d'una redacció televisiva permetien treballar sobre un producte que no tindria difusió més enllà del visionat a classe. Cal destacar que el fet de que el magazín sigui emès per *BTV* és un punt de motivació impressionant per als estudiants, que en el seu dia a dia al Taller treballen en equip com a autèntics professionals, on amb cada programa adquireixen un nou rol professional a desenvolupar d'entre tots els necessaris per realitzar un producte televisiu.

Cal destacar que la frescor dels temes i del tractament dels estudiants ha enriquit també els professionals de *BTV*, que han treballat estretament amb els responsables de *Cetrencada* per a un enriquiment recíproc a partir de les sinergies establertes.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT



Figura 4: Pàgina web de BTV on es pot veure el magazí *Cetrencada* a la carta. Font: Elaboració pròpia.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT



Figura 5: Un moment d'un dels magazins *Cetrencada* que ja ha estat emès per *BTV*. Font: Elaboració pròpia.

2.5 *Cetrencada* i *VilaWeb*



Figura 6: Capçalera de *Cetrencada* a *VilaWeb*, canal on els alumnes del Taller Integrat de Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra publiquen els seus reportatges multimèdia. Font: Elaboració pròpia.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Un altre dels convenis firmats entre la Universitat Pompeu Fabra i els mitjans de comunicació va ser amb *VilaWeb*, diari electrònic independent amb seu a Barcelona, nascut el 1995 a partir de la iniciativa de Vicent Partal i Assumpció Maresma. El 1994, Partal havia estat l'impulsor de la versió en línia de la revista cultural *El Temps*, que “primer es va oferir a la xarxa comercial Servicom i després a través d'Internet” (Parra Valcarce i Álvarez Marcos, 2004, 130). Més tard, també va ser el fundador del directori de webs en català *La Infopista* (Micó, 2006, 20), també anomenat *The Catalan Highway*, un dels primers directoris locals del món i el primer en llengua catalana, difós mitjançant els BBS (*Bulletin Board Service*). *La Infopista* canviaria el seu nom el 1996 pel de *VilaWeb*.

Al ser un mitjà natiu digital, des dels seus inicis *VilaWeb* s'ha diferenciat clarament dels seus competidors, al produir continguts nous per a la web, desmarcant-se de les pràctiques conservadores que van caracteritzar els primers anys del periodisme on-line, com per exemple el simple bolcat d'informació o *shovelware* (Nguyen, 2008).

Durant la seva trajectòria, *VilaWeb* ha demostrat i consolidat la seva gran capacitat d'innovació per presentar productes de qualitat que aprofiten els recursos que aporta Internet per desenvolupar les tasques periodístiques. Entre les seves fites destaquen l'impuls d'edicions digitals locals (1997), el sorgiment el 2005 de “mésVilaWeb” (una plataforma de pagament que inclou serveis addicionals per a subscriptors, com la possibilitat de crear un bloc personal a *VilaWeb*), l'aposta per la televisió per IP amb

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

“VilaWeb.tv” (2006) o el desenvolupament de “Nosaltres.cat” (un directori amb més de 40.000 llocs web de Catalunya, el País Valencià y les Illes Balears).

A l'actualitat, *VilaWeb* és una marca periodística consolidada en el sector de la comunicació com a principal diari electrònic en català, amb una xifra de 1.144.900 lectors mensuals².

El 25 de novembre de 2011 es va estrenar dins de *VilaWeb* el canal específic *Cetrencada* (vilaweb.cat/cetrencada), fruit de l'acord entre el mitjà i la Universitat Pompeu Fabra (UPF) de Barcelona. Gràcies a aquesta plataforma, els estudiants de l'assignatura Taller Integrat de Periodisme, tenen la possibilitat de publicar setmanalment al mitjà els reportatges multimèdia que ells mateixos realitzen durant el taller.

Durant els cursos acadèmics previs a l'acord amb *VilaWeb*, s'havia utilitzat la plataforma interna *Redacciodigital.com*, creada l'any 2008 amb l'objectiu d'allotjar els aconteixements produïts pels estudiants i facilitar la seva avaluació per part del professorat.

El model prèviament treballat a *Redacciodigital.com* ja apostava clarament per la multimedialitat, és a dir, per la combinació de continguts escrits, visuals i sonors: textos escrits, fotografies, sons, il·lustracions, imatges en moviment, animacions i diferents aplicacions informàtiques en un sol producte informatiu (López García, 2003; Micó,

² Dades: OJD Interactiva, corresponents a gener de 2012.

http://www.ojdinteractiva.es/muestra_acta/119/01/2012 [Última consulta: 20 d'abril de 2012]





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

2006; Parra Valcarce i Álvarez Marcos, 2004; Salaverría i Negrodo, 2008), a més de fer èmfasi en la hipertextualitat i la interactivitat.

Així mateix, el model *Redacciodigital.com* també oferia als estudiants la possibilitat de formar-se i aplicar a casos reals els principis essencials de la redacció periodística a Internet (Da Rocha i Ramon, 2012), incloent la documentació, la composició, la redacció informativa i els diferents gèneres periodístics a la xarxa (Salaverría, 2005). Dins aquesta proposta docent, el reportatge, com a gènere molt adequat per a la generació de temes propis (Larrondo, 2008) per part dels estudiants i exemplificador de la multimedialitat, la estructuració hipertextual i la possibilitat d'interactivitat (Salaverría, 2005), ja jugava un paper central en el model *Redacciodigital.com*.

Es prepara als alumnes per a que comencin a assumir les característiques que ha de tenir el seu estil de redacció com a ciberperiodistes, tals com la exactitud, la claredat, la concisió, la precisió, la senzillesa, la naturalitat, la originalitat, la varietat o l'atractiu, entre d'altres (Micó, 2006). Els alumnes utilitzen per a les seves peces aplicacions d'imatge digital i vídeo (Kizoa, YouTube), de creació de cronologies informatives (TimeRime), de generació de gràfics interactius (Manyeyes), d'elaboració i difusió d'enquestes (Poll daddy o SurveyMonkey), de recollida i presentació d'informació procedent de xarxes socials i webs col·laboratives (Storify) o de generació de presentacions interactives (Slideboom i Prezi), entre moltes altres eines. Totes aquestes aplicacions són molt intuïtives i senzilles d'utilitzar, però alhora poden ajudar a fer un

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

millor periodisme, no només als alumnes sinó també als professionals. (Da Rocha i Ramon, 2012)



Figura 7: Exemple de reportatge estructurat en tres peces, destacat a la portada del Canal de *Cetrencada a VilaWeb*. Font: Elaboració pròpia.



SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Figura 8: Cronologia informativa elaborada amb TimeRime per a un reportatge sobre l'educació lliure. Font: Elaboració pròpia.



Figura 9: Slideboom i Wordle són algunes de les eines utilitzades amb finalitats informatives per part dels alumnes. Font: Elaboració pròpia.

VilaWeb ja és per ell mateix un cas clarament il·lustratiu d'un mitjà que amb finalitat informativa ha aprofitat les possibilitats de la multimedialitat com a característica fonamental del missatge periodístic digital (Alonso, Martínez, 2003; García De Torres i Pou Amérgo, 2003), però gràcies als alumnes, el mitjà és testimoni de com des de l'àmbit educatiu també es treballa aquesta innovació contínua, que pot servir d'inspiració per aportar un valor afegit als continguts produïts des de la seva pròpia redacció.

3. Recapitulació dels resultats

L'èxit d'aquesta experiència innovadora es pot mesurar a través de diversos factors:

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

- ▲ En els tres trimestres de l'assignatura s'han publicat vuit números de premsa escrita amb una tirada de més de 30.000 exemplars, s'han emès quatre magazins televisius en horari diürn, s'ha creat una nova portada digital dins *VilaWeb*, i s'han emès més de cinquanta programes de ràdio a través d'*Itunes-U* i d'*UPF.Ràdio*.
- ▲ El *hashtag* #cetrencada és present fora de la universitat i és seguit per usuaris de fora, amb una freqüència gairebé diària. A més, l'usuari de Twitter @cetrencadaUPF, després de vuit mesos del seu naixement, té més de 200 seguidors, entre els quals hi ha mitjans, periodistes, estudiants i públic general.
- ▲ S'ha recollit la valoració de professionals, professors i altres alumnes de facultats de comunicació espanyoles i estrangeres, amb opinions molt positives sobre com s'està duent a terme l'experiència i l'interès en repetir i traslladar el model cap als seus respectius centres.
- ▲ L'experiència dels propis estudiants ha estat molt positiva, tant pel que han après durant el període de docència com per la gratificació de veure publicats els seus treballs.
- ▲ La figura del professor assistent ha assolit una importància més enllà del suport bàsic a una assignatura, i se li han atorgat noves competències com la coordinació i la transversalitat.
- ▲ El model que s'ha construït amb el Taller Integrat de Periodisme suposa l'evolució d'unes pautes de funcionament que eren correctes però que calia actualitzar i potenciar.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

- ✦ S'ha aconseguit a partir d'algunes propostes que són extrapolables a altres assignatures i que podrien ser assumides per altres facultats.

9. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- ALONSO, J.; MARTÍNEZ, L. (2003): “Medios interactivos: caracterización y contenidos”, DÍAZ-NOCI, J.; SALAVERRÍA, R. (Coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona, Ariel.
- ALSIUS, S. (1996): *Ètica i televisió informativa: anàlisi comparativa dels codis deontològics de nou cadenes d'interès mundial*, Barcelona, Universitat Pompeu Fabra (Tesis doctoral).
- BECKER, L. B.; GRAF, J.D (1995):. *Myths & Trends: what real numbers say about journalism education*. Arlington (VA), Freedom Forum.
- BLOM, R; DAVENPORT, L. (2012): “Searching for the core of journalism education: program directors disagree on curriculum priorities”, *Journalism and Mass Communication Educator*, núm. 67(1), EUA. Pàgs. 70-86.
- BROERSMA, M. (2010): “The Unbearable Limitations of Journalism: On Press Critique and Journalism’s Claim to Truth”, *International Communication Gazette*, núm. 72, Londres, Reino Unido. Pàgs. 21-33.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

- CASASÚS, J. M.(1991): *Informe sobre l'ensenyament del Periodisme*. Barcelona: edició restringida per a l'ús de la comissió redactora del primer pla d'estudis de Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra.
- DA ROCHA, I; RAMON, X. (2012): "La integració de medios en la formació de los futuros periodistas: el caso de Cetrencada". *El periodismo digital analizado desde la investigación procedente del ámbito académico*. Huesca, XIII Congreso de periodismo digital. Pàgs. 179-192.
- DEUZE, M. (2009): "The future of citizen journalism", ALLAN, S.; THORSEN, E. (Eds.). *Citizen journalism: global perspectives*, Nueva York, Peter Lang Publishing.
- DOMÍNGUEZ, E. (2010): *El Cuarto Bit: Una década de reflexiones sobre periodismo e Internet*, Barcelona, Editorial UOC.
- FLORES, J. (2008): "La gestión del conocimiento en la Web 2.0.", Chasqui. núm. 101, Quito.
- FLORES, J. M.; SALINAS, C. (2009): "Los estudiantes de periodismo en la reinención de los medios: Análisis, tendencias y propuestas de colaboración entre los Medios y estudiantes de periodismo para la creación de noticias locales y la generación de nuevos perfiles", Anagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación, núm. 43, Colombia, Pàgs. 9-62.
- GALDÓN, G. (1999): *La enseñanza del periodismo. Una propuesta de futuro*. Barcelona, CIMS.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

- GARCÍA DE TORRES, E.; POU AMÉRIGO, M.J. (2003): “Características de la comunicación digital”, DÍAZ-NOCI, J.; SALAVERRÍA, R. (Coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona, Ariel.
- HERMIDA, A. (2011): “Fluid Spaces, Fluid Journalism. The role of the ‘active recipient’ in participatory journalism”, SINGER, J.; HERMIDA, A.; DOMINGO, D.; HEINONEN, A.; PAULUSSEN, S.; QUANDT, T.; REICH, Z.; VUJNOVIC, M. *Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers*, Chichester, West Sussex, Reino Unido, Wiley-Blackwell.
- KILLEBREW, K. C. (2005): *Managing news convergence. Pathways to Journalistic Cooperation*. Oxford, Blackwell Publishers.
- KOLODZY, J. (2006): *Convergence Journalism. Writing and Reporting across the News Media*, Lanham, Maryland, Rowman & Littlefield Publishers.
- KOLODZY, J. (2006): *Convergence Journalism. Writing and reporting across the news media*. Oxford, Rowman and Littlefield Publishers.
- LARRONDO, A. (2008): *Los géneros en la Redacción Ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual*, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- LEE-WRIGHT, P.; PHILLIPS, A.; WITSCHGE, T. (2011): *Changing Journalism*. Londres, Routledge.
- *Libro Blanco de los títulos de grado en Comunicación* ANECA, 2004.
http://www.aneca.es/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf Consultat el 22 d’abril de 2010.

SECRETARIA TÉCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

- LÓPEZ GARCÍA, G. (2003): “Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica”, DÍAZ-NOCI, J.; SALAVERRÍA, R. (Coords.). *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Barcelona, Ariel.
- MARQUES DE MELO, M (1989): "A formação de jornalistas na universidade espanhola", a *Comunicações e Artes*, nº 22, Sao Paulo, Universidade de Sao Paulo (pàgs. 83-90).
- MASSEY, B. (2010): “What job advertisements tell us about demand for multiplatform reporters at legacy news outlets”, *Journalism and Mass Communication Educator*, núm. 65(2), EUA. Pàgs. 142-155.
- MICHELSTEIN, E.; BOCZKOWSKI, P.J. (2009): “Between tradition and change: A review of recent research on online news production”, *Journalism*, núm. 10 (5), Londres, Reino Unido. Pàgs. 562-586
- MICÓ, J.LL. (2006): *Periodisme a la xarxa. Llenguatge nou d'un ofici vell*, Vic, Eumo Editorial.
- NGUYEN, A. (2008): “Facing ‘The Faculous Monster’. The traditional media’s fear-driven innovation culture in the development of online news”, *Journalism Studies*, núm. 9(1), Basingstoke, Reino Unido. Pàgs. 91-194.
- PARRA VALCARCE, D.; ÁLVAREZ MARCOS, J. (2004): *Ciberperiodismo*, Madrid, Editorial Síntesis.
- PAULIK, J. (2001): *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, Paidós Comunicación.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

- RHODES, R; ROESSNER, A. (2009): “Teaching magazine publishing through experimental learning”, *Journalism and Mass Communication Educator*, núm. 63(4), EUA. Pàgs. 304-316.
- SALAVERRÍA, R. (2005): *Redacció periodística en internet*, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA).
- SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. (2008): *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*, Barcelona, Sol90.
- SCHNEIDER, S.M.; FOOT, K.A. (2004): “The web as an Object of Study”, *New Media & Society*, núm. 6(1), Londres, Reino Unido. Pàgs. 114-122.
- VALDETT ARO, S. (2009): “Diarios: Entre Internet, la desconfianza y los árboles muertos”. CARLÓN, M.; SCOLARI, C. (eds.), *El fin de los medios masivos*, Buenos Aires, La Crujía.
- VILLAR ANGULO, L. M.(2004): *Manual para la excelencia en la enseñanza superior*. Madrid, McGraw-Hill.
- VOAKES, P. (2004): “A brief history of public journalism”, *National Civic Review*, núm. 93(3), Hoboken, Nueva Jersey, Estados Unidos. Pàgs. 25-35.

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2

