

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Índex

APARTAT	PÀGINES
1. Introducció:	1-4
1.1) Explicació del tema escollit	
1.2) Delimitació de l'objecte d'estudi.	
1.3) Objectius.	
1.4) Metodologia.	
2. Marc Teòric:	5-21
2.1) Web 3.0.	
2.2) Bitcasters.	
2.3) Podcasting.	
3. Casos d'estudi:	22-41
3.1) Cadena Ser.	
3.2) Cadena COPE.	
3.3) Onda Cero.	
3.4) Ràdio 4 – RNE.	
3.5) Catalunya Ràdio.	
3.6) RAC 1.	
3.7) Ràdio Estel.	
3.8) Radio Gladys Palmera, SL.	
4. Conclusions	42-46
5. Referències:	47-50
5.1) Llibres.	
5.2) Informes, articles electrònics i tesis doctorals.	
5.3) Pàgines webs.	
6. Bibliografia:	51-52
6.1) Llibres.	
6.2) Informes i articles electrònics.	
7. Annexos:	53-125
7.1) Taula anàlisi llicències de Radio Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).	

- 7.2) Resposta CAC empreses amb llicència per emetre ràdio per internet.
- 7.3) Model document Cessió Drets autor.
- 7.4) Qüestionari model entrevistes casos d'estudi.
- 7.5) Entrevistes Casos d'estudi:
 - 7.5.1) Cadena Ser.
 - 7.5.2) Cadena COPE.
 - 7.5.3) Atresmedia- Europa FM.
 - 7.5.4) Atresmedia – Onda Cero.
 - 7.5.5) Ràdio 4 – RNE.
 - 7.5.6) Catalunya Ràdio.
 - 7.5.7) RAC 1.
 - 7.5.8) Ràdio Estel.
 - 7.5.9) Radio Gladys Palmera, SL.
 - 7.5.10) Director Catalunya Ràdio.

1. Introducció

1.1 Explicació del tema escollit:

Nereida López (2011) explica com el pas d'una societat industrial a una societat de la informació i de la comunicació basada en el coneixement ha comportat que Internet sigui un dels elements centrals del món social d'avui dia. Això, de retruc, també ha repercutit en el funcionament diari dels mitjans de comunicació.

Ja pel que fa a la ràdio, si es pogués utilitzar una paraula de resum del que ha estat la seva història es podria utilitzar el terme superació. Si més no això és el que es dedueix del que Diego Carcedo (2011), ex-director de Radio Nacional d'Espanya (RNE), explica que *"la historia de la radio es la historia de una muerte anunciada y de una resurrección gloriosa"*. Així és. El mitjà radiofònic s'ha sabut adaptar als canvis que s'han anat produint al llarg dels anys. Quan va néixer la televisió, semblava que hagués de desaparèixer. I no ho ha fet. Al contrari. Ara, més que mai, la ràdio continua sent el mitjà audiovisual informatiu més veloç, sense tenir en compte òbviament Internet. El fet que únicament es requereixi de talls de veu per elaborar les notícies fa que sigui molt més àgil que la televisió.

No cal explicar els canvis que Internet ha provocat en el camp dels mitjans de comunicació. Són conegut. El que sí que es destacarà en aquest treball són les oportunitats que Internet ha generat per un mitjà com la ràdio, tant acostumat a estar al llindar de la desaparició, tot i que com es veurà sense cap fonament. Habitualment el punt on s'ha centrat l'atenció no és tant en les oportunitats com en els riscos que ha portat Internet. És per aquesta raó per la qual s'ha optat per abordar en aquest treball la recerca dels reptes en positiu que Internet té pel mitjà radiofònic, centrant-nos principalment en el món de la web però introduint el concepte dels podcasts.

1.2 Delimitació de l'objecte d'estudi:

Per delimitar l'objecte d'estudi s'han agafat les freqüències que de ràdio que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha adjudicat. El total de freqüències s'ha dividit en diferents tipus:

0. Emissores de ràdio sense pàgina web.

1. Emissores de ràdio sense pàgina web que es poden escoltar a través de plataformes a la xarxa.
2. Emissores amb presència a Internet i que no ofereixen cap servei addicional.
3. Emissores amb pàgina web agrupades sota el paraigua d'alguna administració o ens públic (Ajuntaments, institucions de comunicació municipals,...) o que ofereixen algun servei addicional, sense proporcionar notícies actualitzades o un bon disseny del seu portal web.
4. Emissores amb pàgina web i on a més d'escoltar els programes s'ofereixen altres serveis addicionals (podcast, notícies (producció pròpia o no), ...).
5. Emissores que únicament emeten per Internet: 3 emissores. iCat FM, Radio Gladys Palmera, SL, Producció de Comunicacions Mediàtiques, SL].

Un cop s'han establert els criteris mitjançant els quals s'ha decidit escollir a un nombre reduït d'emissores, cal mencionar les classificacions numèriques per decidir quin és el grup d'emissores sobre el qual s'analitzarà el seu comportament a la xarxa en el present treball.

Primer de tot cal dir que a les emissores radiofòniques que no s'ha trobat pàgina web a la Taula 1¹ han estat classificades amb un 0. En segon lloc hi ha aquelles emissores que utilitzen Internet com a forma de posicionar-se a la xarxa o que es poden escoltar a través de plataformes de ràdios digitals que et permeten accedir a un gran nombre variat de freqüències; aquestes han estat agrupades amb el número 1. Les catalogades amb el número 2 són aquelles que o no ofereixen cap servei addicional.

Amb el número 3 s'ha agrupat a aquelles emissores que compleixen una de les següents dues condicions: a) la pàgina web de la que formen part, al mateix temps, és propietat d'administracions o ens públics, com ajuntaments o empreses municipals, i b) tot i oferir serveis addicionals no inclouen un apartat de notícies en la seva pàgina web. A més a més, també s'han inclòs altres emissores que per qüestions de disseny web no els correspon estar al mateix grup que als objectes d'estudi del present treball.

A partir d'aquí ja s'explica la classificació de les emissores que s'estudiaran en el present treball. En quart lloc hi ha el grup d'emissores, la majoria, que a més de tenir pàgina web pròpia, ofereixen algun tipus de valor afegit al usuari que hi accedeix.

¹ En la Taula 1 es troba un recull de totes les freqüències que actualment estan en vigor pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). El document es troba en un annex al contingut d'aquest treball.

En cinquè lloc, tot i que no formen part de la Taula 1, cal afegir les tres úniques emissores amb llicència per emetre només des d'Internet a Catalunya. S'està parlant de Radio Gladys Palmera, SL; Producció de Comunicacions Mediàtiques, SL; i iCat FM. En el cas d'aquesta última és necessari afegir que s'engloba dins el grup d'emissores de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

Abans de començar amb el marc teòric del treball, és necessari introduir un element. A l'anàlisi de les emissores anteriorment mencionades, cal sumar-hi a Ràdio Nacional d'Espanya (RNE) que, tot i que no emet per freqüència del CAC, sí que és una emissora destacada en l'àmbit comunicatiu, tant català com espanyol.

Un cop explicats els criteris de selecció del total d'emissores amb freqüència pel CAC, hi ha un total de 369 freqüències que entren dins l'objecte d'estudi. Ara bé, com s'ha dit anteriorment, hi ha casos d'emissores amb més d'una freqüència. Un cop hem tingut això en compte, el nombre final és de 169 emissores.

Ara que ja tenim un registre més específic sobre la primera mostra constatada, és necessari establir una sèrie de mecanismes per especificar encara més la tria de les emissores a analitzar en aquesta recerca. Per aquest motiu ara s'inclouen dos elements a considerar més: si es tracta d'una emissora generalista o especialitzada (ens quedem amb les generalistes) i si aquestes són d'àmbit local o nacional, òbviament referint-se sempre que no es digui al contrari al territori català.

Una vegada s'han aplicat els dos nous criteris, el total d'emissores a analitzar és de 6 (generalistes i d'àmbit nacional, és a dir, que no són ràdios locals)². Són la Cadena Ser, la COPE, Catalunya Ràdio, Onda Cero, RAC1 i Ràdio Estel. A més a més, cal no oblidar que també es vol analitzar els casos de RNE i de les emissores que a Catalunya tenen llicència per emetre únicament per Internet. D'aquest darrer grup únicament s'ha analitzat el cas de Radio Gladys Palmera, SL degut a que és la única que explota la llicència que el CAC li va concedir.

² Després d'aplicar el primer dels nous valors (radio generalista vs ràdio temàtica), el resultat ha estat que entraven dins la mostra 83 emissores.

1.3 Metodologia:

En la preparació d'aquest treball s'han seguit bàsicament dues metodologies: la documental i la qualitativa. Les parts en les quals s'ha utilitzat cada una de les metodologies és fàcilment identificable.

La metodologia documental s'ha utilitzat per la redacció de l'apartat del 'Marc Teòric' i per la preparació dels diferents qüestionaris per les entrevistes que s'han format, tant els responsables d'Internet de cada una de les emissores estudiades com en el cas del director de Catalunya Ràdio i antic director de l'edició digital del diari *El Periódico de Catalunya*, en Saül Gordillo.

Pel que fa a la metodologia qualitativa s'ha utilitzat per elaborar l'apartat corresponent a l'anàlisi de cada un dels casos d'estudi que s'han treballat. A partir de les entrevistes i els formularis que han respòs tots els entrevistats en aquest projecte s'ha redactat cada una de les parts, corresponent a cada un dels diferents casos d'estudi. Així hi ha 7 subapartats en la part d'anàlisi del treball.

1.4 Objectius:

Els objectius d'aquest treball es poden dividir en generals i específics.

Objectius generals:

- Veure la importància que cada emissora li dóna a Internet.
- Avaluar com és el funcionament intern de cada una de les emissores pel que fa a Internet.
- Esbrinar a quin element relacionat amb Internet li donen més importància els casos d'estudi seleccionats.
- Veure quins són els elements que centraran el futur de la ràdio a Internet.

Objectius específics:

- Conèixer les tecnologies que utilitza cada una de les emissores a l'hora d'elaborar els seus continguts per ser difosos a la web.
- Analitzar la capacitat d'actualització en el context de l'entorn digital que té cada una de les emissores seleccionades.

2. Marc Teòric

2.1 Ràdio 3.0:

En la introducció del treball s'utilitza una cita que entén la història de la ràdio com un mitjà que constantment ha sobreviscut a l'aparició de tecnologies que han fet avançar i canviar la nostra societat. Així, Miguel Ángel Ortíz Sobrino (2011), considera que la primera gran revolució en el món de la ràdio va ser l'aparició del transistor.

Però sense menys preàmbuls dirigim-nos a la qüestió fonamental. Com a definició de ràdio 3.0 s'ha escollit la que van donar Padilla i Calvo (2011). L'expliquen com el pas següent del que coneixíem fins ara. Elles fan un símil entre el consumidor de ràdio i el consumidor de fruita per explicar aquest nou tipus de ràdio:

“Ambiciosa, treure de sí mateix, més que mai, els seus interessos personals i agafar una peça de fruita de cada lloc del mercat radiofònic. No admet fruita recollida en safates, on corre el risc de trobar quelcom en mal estat. Pot fabricar la seva pròpia safata i cada dia, una diferent. És el seu cabàs 3.0” (Padilla i Cabo, 2011: 284).

Què volen dir les autores amb aquesta cita? Bàsicament introdueixen l'usuari com a actor principal en l'acte d'escolta. És a dir, que de ser un oient passiu, entès com que consumeix allò que s'emet, passa a consumir el què vol i com ho vol³.

Un cop tenim una primera definició de ràdio 3.0, repassem una mica l'evolució i els principals canvis. Com diu López (2011) las Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC) han canviat el panorama mediàtic i han comportat canvis en tots els mitjans (fragmentació de l'audiència, noves maneres de fer negoci, reducció de la publicitat,...). Per tant, això també es dona en la ràdio. Per introduir la importància d'Internet, caldria citar el següent fragment de la mateixa autora:

“El gran protagonista de molts d'aquests canvis ha estat Internet. Una vegada conclosa la primera dècada d'aquest Tercer Mil·lenni, cap mitjà de comunicació, tradicional o modern, ha pogut escapar a la influència de la xarxa. Internet no només ha transformat els mitjans convencionals imposant el seu model d'accessibilitat com a nou paradigma social, sinó que marca l'agenda de previsions pel futur en tots els entorns –econòmic, polític, social-, molt

³ Posteriorment també es comentarà les opcions que té l'oient, sobretot, en la part de triar quina part vol escoltar i descarregar-la de la pàgina web (podcasting, aplicacions als smartphones,...).

especialment en el cultural; és precisament Internet el que sembla haver assenyalat la frontera entre l'“abans” i el “després” en el món de la comunicació” (López, 2011: 16).

Seguint amb aquesta tesi, l'autora explica que els periodistes han passat a ser “*professionals de la comunicació o ciberperiodistes*”. A més, López (2011) advoca per una redefinició del concepte de ràdio conegut fins ara. Per tant, a primera vista podem dir que l'adaptació als nous canvis produïts per la revolució tecnològica provoquen un nou escenari, fins ara desconegut.

En aquest context, la ràdio és on s'ha de resituar (López, 2011). “En realitat, la ràdio com a mitjà d'informació ha deixat pas en els últims temps a un mitjà caracteritzat per l'augment de prestacions i serveis cap al ciutadà” (2011: 17). Amb aquestes paraules, López exemplifica un dels canvis més significatius que ha hagut de fer la ràdio. Evidentment que la ràdio, generalista, es continua escoltant per exemple els automòbils mentre es va a treballar, però també cal tenir molt present l'increment d'oients a partir de les aplicacions que tenen les emissores. A més a més, en aquestes apps, els programes solen estar separats per seccions, per fer encara més personal l'escolta i el consum.

Primer de tot, per aconseguir que la ràdio s'adapti al nou escenari el que cal fer és implementar la tecnologia DAB, *Digital Audio Broadcasting*. En paraules d'Ortíz Serrano (2011) es tracta “*d'un nou sistema d'emissió concebut per donar un valor afegit en forma de text i imatge a la senyal d'àudio, cridat a ser un revulsiu pel desenvolupament de la indústria radiofònica*” (2011:42). Es tracta de l'estàndard per poder traslladar la ràdio a Internet, establert a Europa des dels anys 90 (López, 2011). En territori espanyol, per trobar les primeres experiències de la ràdio digital ens hem de traslladar a l'any 1996, amb Catalunya Ràdio; el Pla Tècnic Nacional per aplicar la DAB a l'estat espanyol es va aprovar l'any 1995 (López, 2011). Hi ha autors, com Ortíz Serrano (2011) que consideren la seva aparició com el preludi del que ha vingut després amb les TIC.

Segons Peñafiel i López (2002), l'aplicació de la tecnologia DAB requereix que es compleixin una sèrie de factors:

- *“Tecnològics. És necessària tenir la tecnologia necessària pel desenvolupament de la ràdio digital.*
- *Econòmics. Amb la ràdio digital caldrà serveis afegits. Per tant, les empreses han de tenir un suport econòmic al darrer per donar el pas.*

- *Socials. Cal una nova forma de consumir, molt relacionada amb la interactivitat⁴ i amb una participació activa de l'oient* (2002: 132).

A l'estat espanyol, de la mateixa manera que va passar a Europa, es va formar una plataforma, o fòrum digital, que agrupava als principals afectats (governos i corporacions de ràdio) per establir una línia d'actuació en l'aplicació del DAB. Anteriorment a Espanya, això també havia passat a Alemanya, França i el Regne Unit (Peñafiel i López, 2002). Per veure quins objectius tenien, recuperem el que Peñafiel i López (2002) diuen:

“Els objectius prioritaris d'aquestes plataformes estaven relacionats ara més amb una carrera de fons: marcar directrius generalitzables a tots els països, promocionar la implantació del sistema dins de cada país europeu, obtenir els recursos radioelèctrics necessaris per l'explotació administrativa posterior de les bandes de freqüències assignades, assenyalar les condicions particulars per la introducció de la DAB en cada territori i per suposat informar sobre la marxa de tot el procés” (Peñafiel i López, 2002).

Més tard, s'ha vist com a nivell espanyol el DAB no ha tingut un gran desenvolupament, en part, per l'implementació d'altres tecnologies com la TDT (López, 2011). De fet, fins i tot, alguns operadors radiofònics van decidir utilitzar un altre sistema, el DRM, *Digital Radio Mondiale*, desenvolupat a França (López, 2011).

Ara bé, un pas imprescindible i necessari per transformar el sector radiofònic és la migració cap a un sistema digital, de la mateixa manera que es va fer amb la televisió. De fet, aquest procés estaria emparat per la llei 7/2010 de Comunicació Audiovisual (Ortíz Serrano, 2011).

Així doncs, com diu López (2011: 35): *“És obvi que la definició tradicional de distribució d'àudio a través d'ones hertzianes ja no serveix per definir a la ràdio del segle 21”* i afegeix:

“com es preguntava l'ex responsable de continguts de la Cadena SER, Garcia-Lastra en les Jornades de Ràdio 2.0, de febrer de 2011: “la ràdio corporativa, a través de cloud computing no és ràdio? Ràdio és ara un producte multimèdia basat fonamentalment en l'àudio, amb un empaquetat lògic i diferent, que es distribueix en qualsevol canal i dispositiu”.

També hi ha altres autors que han reflexionat sobre aquesta qüestió, com ara Ortíz Serrano (2011):

⁴ El concepte d'interactivitat és explicat més endavant.

“En plena segona dècada del segle XXI, les emissores i els usuaris estan descobrint les bondats de la nova “telefonía intel·ligent –Smartphone i altres marques- i les seves aplicacions informàtiques que permeten una millor descarrega de continguts d’àudio i una fàcil autoprogramació del consumidor. (...) serà discutible si aquesta nova multiplataforma és un nou mitjà o s’ha de contemplar separatament de la ràdio tradicional, però –en tot cas- el que sembla clar és que el nou escenari reclama una nova redefinició del concepte de mitjà radiofònic” (2011: 48).

2.2 Bitcasters:

Si una cosa ens ha de quedar clara de moment és que la ràdio no ha estat aliena a l’auge d’Internet. Així, González Aldea (2011) explica com el mitjà radiofònic també va seguir el mateix procés que va seguir la premsa a partir de finals dels anys 90. És a dir, va passar de reproduir els mateixos continguts, de la mateixa manera, que s’emetia per la via convencional a finalment produir nous arxius creats específicament per la xarxa (2011: 92).

Un cop introduït el concepte de la ràdio 3.0. és convenient explicar el concepte de les *bitcasters*. Què és? A què fa referència? Per respondre a aquestes i a altres qüestions relacionades amb aquest àmbit temàtic, s’utilitzarà com a font de referència la tesi doctoral de Francesc Xavier Ferrer i Guàrdia *Las emisoras de radio del Estado español en Internet: Las bitcasters* (2001).

Ferrer i Guàrdia (2011) defineix les bitcasters com aquell estat que s’assoleix quan s’integra “el mitjà dins l’estratègia empresarial”. A més, també afegeix que “és en aquesta fase quan l’emissora utilitza els programes i la tecnologia digital per incloure les seves produccions sonores a les pàgines web”. És per la importància que se li dóna a l’entorn web que en l’apartat de delimitació de l’objecte d’estudi s’ha fet una selecció el més acurada possible de les diferents emissores amb llicència concedida pel Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC)⁵.

⁵ Com ja s’ha comentat en l’apartat al qual s’acaba de fer referència, hi ha 3 emissores que s’han afegit posteriorment. Són Ràdio Nacional d’Espanya (RNE); Radio Gladys Palmera, SL; i Producció de Comunicacions Mediàtiques, SL. Les dues últimes emissores mencionades són les úniques que tenen llicència del CAC per emetre ràdio per Internet; recordem que per llei “els prestadors del servei públic de ràdio i televisió d’àmbit nacional i local que (...) no han de transmetre el formulari de comunicació prèvia a aquest Consell”. [Aquest darrer és un fragment de la resposta que el CAC va donar després d’haver contactat amb la institució per aclarir el nombre de llicències concedides a Catalunya únicament per emetre ràdio per Internet].

Les bitcasters són l'antítesi de les "pàgines de presència", utilitzant la terminologia de Ferrer i Guàrdia (2011). Si en algun moment surt aquest terme al llarg del treball s'estarà fent referència a aquelles pàgines que, com diu aquest autor, no disposen d'accés directe als arxius sonors.

Un cop ja sabem què són les bitcasters, continuem analitzant el concepte. Ara, però, centrem-nos en les diverses classificacions que poden existir.

Per Ferrer i Guàrdia (2011) les bitcasters es poden classificar seguint dos factors: a) el tipus de fitxers d'àudio utilitzats; i b) l'origen de la producció.

Segons el tipus de fitxers d'àudio:

Seguint aquest factor de classificació que Ferrer i Guàrdia (2011) estableix, trobem 3 tipus de bitcasters:

- A. En directe. El producte radiofònic que s'ofereix és en temps real. Les transmissions d'aquest tipus en bitcasters es fan mitjançant l'streaming.
- B. Sota demanda. Una de les seves característiques és la incorporació de fragments sonors que es poden recuperar quan l'usuari vulgui. Poden utilitzar l'streaming o el sistema estàndard de transmissió. Per tant, allò diuen Barea i Montalvillo (1992: 12) diuen sobre el receptor en aquest tipus de bitcaster no es podria aplicar: *"no pot seleccionar, no pot passar pàgina, no pot saltar-se la informació econòmica, esportiva, etc, o trobar l'idioma autòcton, per escollir la notícia de successos o els passatemps"*.
- C. Integral. És una barreja de les altres dues classificacions. Ofereix productes a temps real o petites càpsules perquè l'usuari se'l descarregui sempre que vulgui.

Segons l'origen de les produccions que ofereixen:

En aquest punt, Ferrer i Guàrdia (2011) podem trobar dos tipus diferents:

- A. De difusió. Únicament digitalitzen el senyal del programa i el col·loquen en un servidor sense que s'hagi afegit cap contingut nou. És a dir, utilitzen Internet com a element de difusió i distribució de continguts.

- B. De creació exclusiva. En canvi, en aquest cas els continguts que es difonen són exclusius. És a dir, no han estat emesos a través de les ones. S'han creat per ser difosos únicament per Internet.

Funcionament i desenvolupament de les bitcasters:

Per poder penjar un arxiu sonor a Internet, òbviament, el primer que cal fer és digitalitzar-lo. Així és com descriu Ferrer i Guàrdia (2011: 137) el procés de digitalització d'un arxiu sonor:

“Primer de tot, és necessari digitalitzar el so mitjançant la targeta instal·lada a l'ordinador. A continuació, un programa codificador converteix l'arxiu d'àudio digital al format streaming corresponent. Finalment, el nou arxiu es col·loca en un servidor que disposi de les capacitats d'enviar-lo, utilitzant la tecnologia streaming, al programa reproductor que els sol·liciti”.

Hi ha una cosa que és evident. L'etapa de revolució tecnològica en la que ens trobem contribueix a la creació cada cop més de noves bitcasters (Ferrer i Guàrdia 2011). Cal destacar que la primera bitcaster que es va crear a l'estat espanyol és d'una empresa catalana, Catalunya Ràdio. La ràdio pública catalana va crear la seva pàgina web l'any 1996, el 26 d'abril; posteriorment el mateix any van aparèixer Onda Cero i Radio Galega (Ferrer i Guàrdia, 2011)⁶.

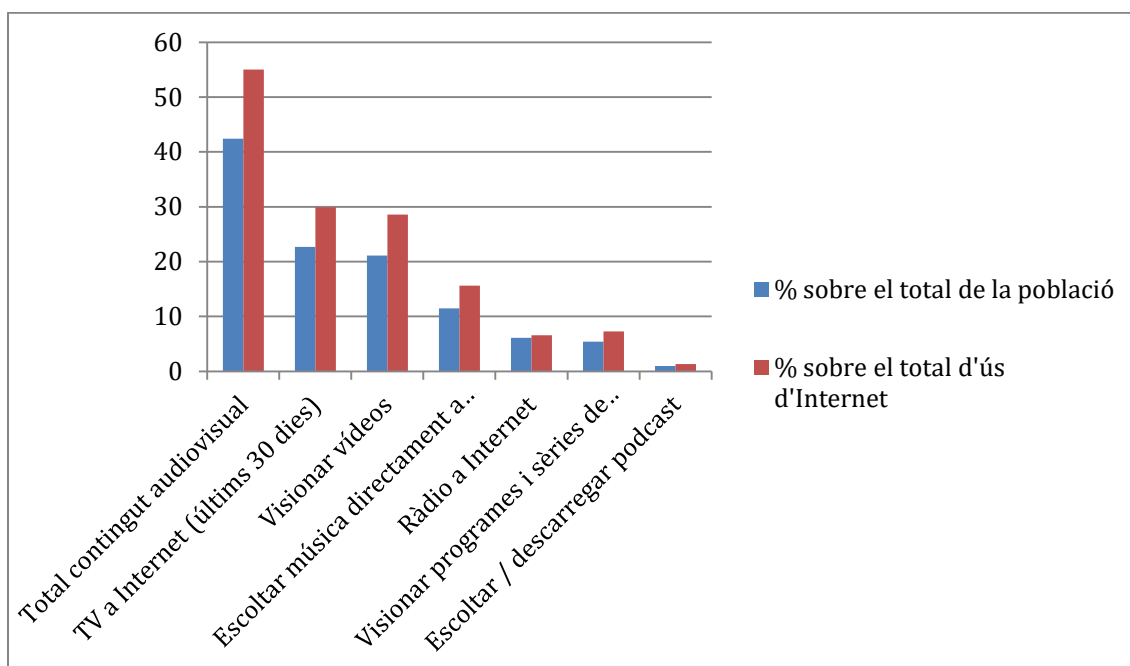
Com s'ha comentat, l'streaming és una de les tecnologies més utilitzades per les bitcasters. Per tant, és convenient també mencionar les principals companyies que la generen. Aquestes són: *Progressive Networks* (avui dia *RealNetworks* i *Xing Technology Corporation* (Ferrer i Guàrdia, 2011)⁷.

En la societat d'avui dia Internet s'ha convertit en una via important per informar-se i consumir els mitjans de comunicació. A les dades ens hem de remetre. Segons el “Butlletí d'Informació Audiovisual”, agafant dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM) Baròmetre a Catalunya corresponents al tercer trimestre del 2015, un 6,1% dels catalans escolta la ràdio a Internet. Aquesta dada, respecte la totalitat dels usuaris d'Internet a Catalunya és d'un 6,6%.

⁶ Tot i que l'objecte d'estudi se centra en avaluar les bitcasters de les principals emissores radiofòniques generalistes que emeten en territori català, s'ha considerat important destacar les creacions de les primeres bitcasters a nivell espanyol, principalment per situar el context.

⁷ Òbviament hi ha més empreses que generen la tecnologia streaming, però com que no entra dins l'objecte d'estudi del present treball únicament s'ha volgut introduir aquesta pinzellada.

Gràfic 1: Consum de continguts audiovisuals a Internet. Percentatge d'oients de la Ràdio a Internet a Catalunya. Font: Butlletí d'Informació Audiovisual (CAC)/EGM Baròmetre Catalunya – 3a onada de 2015



Diferències entre ràdio convencional i ràdio en bitcasters⁸:

És evident que entre la ràdio podríem dir convencional, o la que Ferrer i Guàrdia (2011) anomena “hertziana”⁹, i la que s’emet per Internet hi ha diferències. Primer de tot cal dir que tant siguin hertzianes o bitcasters poden ser de titularitat pública com privada; i d’àmbit municipal, supramunicipal¹⁰, autonòmic o estatal¹¹. Pel que fa a la titularitat, Ortíz Serrano (2011) introdueix la següent reflexió:

“A mesura que l’era digital i la societat de la informació va anar avançant –sobretot a partir de la segona meitat de la dècada dels 90- aquest model públic/privat imperant en el sector de la radiodifusió espanyola s’ha anat transformant poc a poc. La generalització de la xarxa com

⁸ La font principal d’aquest apartat és Ferrer i Guàrdia (2011). Per tant, és lògic i coherent que seguim els mateixos punts que ell utilitza per diferenciar-les. Recordar que ell explica les diferències a partir de l’esquema comunicatiu de Laswell.

⁹ Com que el terme ens sembla correcte, quan a partir d’ara es mencioni “ràdio hertziana” s’estarà fent referència a aquest tipus de ràdio.

¹⁰ Els àmbits autonòmics i estatal també són supramunicipals, però amb l’ús d’aquest terme es vol fer referència a l’acord entre diferents ràdios locals de diferents municipis per emetre certs continguts de la mateixa manera. Un exemple podria ser el cas de la Xarxa de Comunicació Local aquí a Catalunya.

¹¹ Tot i que amb aquest treball únicament es vol analitzar les emissores d’àmbit autonòmic generalistes que emeten a Catalunya, s’ha cregut convenient també introduir en l’explicació els diferents àmbits geogràfics que poden cobrir les bitcasters.

a suport d'emissió basat en la tecnologia "real audio", la implantació del streaming com a sistema d'audició i descarrega a través d'Internet, la incorporació de les FM als telèfons mòbils, i l'aparició de suports alternatius, com la Televisió Digital Terrestre TDT, la web ràdio o les bitcaster, han suposat la concepció d'un model diferent de funcionament en la indústria radiofònica, al ampliar-se l'oferta de plataformes i emissores que apropen fins a l'oient continguts en àudio" (2011: 52).

Les bitcaster també permeten una generalització pel que fa als administradors de les emissores de ràdio; com que amb un ordinador amb connexió a Internet ja es poden produir i penjar continguts, els grans grups de comunicació ja no són necessaris (Ferrer i Guàrdia, 2011).

Respecte a la codificació és en aquest punt que cal explicar com han canviat les rutines productives. En el cas de les pàgines bitcaster sota demanda el producte sonor requerirà més temps de producció (emmagatzemament, edició i penjar els arxius), mentre que si és en directe, al moment es podrà penjar (Ferrer i Guàrdia, 2011). A més a més, les bitcaster també poden utilitzar imatges en vídeo d'un esdeveniment per complementar el producte que volen publicar. Quan aquest element es doni, la sincronització entre imatge i el so s'haurà de produir. Les tasques relacionades amb aquest procés, a les ràdios convencionals no són necessàries (Ferrer i Guàrdia 2011). Per tant, en casos com aquests no es compliria el que diuen Ortiz i Volpini (1995: 22) que *"la ràdio és un mitjà de comunicació amb un sol suport per transmetre missatges: l'àudio. És, per tant, un mitja de comunicació unisensorial"*.

Com diu Ferrer i Guàrdia (2011), cal aclarir que aquest pas d'unisensorial a multisensorial de la ràdio no només es deu a les bitcasters. També el provoca el resultat d'aplicar les tecnologies digitals en la producció i difusió dels continguts com ara la DAB¹².

També pel que fa referència al missatge pròpiament dit, amb les bitcasters l'oient o receptor té la possibilitat d'escoltar-lo tantes vegades com consideri oportú, sempre que es tracti de les que reproduïxen productes sota demanda. És en aquest punt quan Ferrer i Guàrdia (2001) recorren a Palazzo (1999) per diferenciar dos tipus d'exposició a la que poden estar sotmesos els fragments sonors:

- Durables o fonoteca. Com diu el seu nom són durables en el temps. És a dir, es poden recuperar fins que no s'eliminin de la web.

¹² Tecnologia explicada en l'apartat de la 'Ràdio 3.0' i que es va desenvolupar al continent europeu a partir dels anys 90. A Espanya, com hem vist, no va tenir gaire èxit.

- Efímers. Actualització constant. Per tant, amb una vigència temporal limitada. Un cop s'han actualitzat, ja no es poden recuperar.

Quant al canal, Ferrer i Guàrdia (2011) parla de nous, a més del broadcast, que les bitcasters tenen per emetre via Internet. Aquests són: l'unicast i el multicast. Mentre el primer *"envia còpies diferents de cada paquet de dades a cada un dels receptors"* (2011: 164), en el segon *"l'emissor fa arribar les dades a un públic determinat que prèviament s'ha subscrit al servei"* (2011: 164). A més a més, les bitcasters al estar a Internet no s'han de preocupar pel límit de freqüències, ni per tot allò que hi estigui relacionat (interferències,...). Al contrari, en aquest cas el que sí que cal tenir en compte és el límit d'ample de banda amb el qual s'estigui treballant (Ferrer i Guàrdia, 2011).

Pel que respecte a la cobertura geogràfica, a la qualitat de la recepció i a la qualitat de la recepció continuariem en el mateix sentit que en el que s'ha descrit en el paràgraf anterior. Al estar a Internet per poder escoltar l'arxiu només cal tenir l'adreça URL i, per tant, es podria accedir des de qualsevol lloc; amb Internet no hi ha el problema de les possibles interferències que es puguin originar en la ràdio hertziana. Ara bé, sí que cal tenir en compte que hi ha tecnologies, com és el cas de l'streaming, que el que fan és reduir la qualitat de l'àudio (2011).

Altres diferències entre la ràdio hertziana i la bitcaster les podem trobar en els següents àmbits (Ferrer i Guàrdia, 2011):

- El públic al qual es dirigeix. Amb la bitcaster tothom, com ja s'ha comentat, pot accedir a l'arxiu sonor. Perquè això sigui així, només cal tenir un dispositiu amb connexió a Internet.
- Individualització de l'audiència. Amb els nous dispositius mòbils, el consum dels mitjans de comunicació s'ha tornat més específic de cada un dels usuaris. Així, escoltar la ràdio des del menjador com es feia antigament ja no és tant quotidià.
- Amb les bitcaster es poden fer altres activitats al mateix temps, cosa que amb la ràdio hertziana no es podia.

A més, d'altre banda, també hi ha un concepte en el qual autors com Meseguer (2009) posen molt èmfasi; estem parlant de la interactivitat que es produeix a la xarxa entre l'emissora i l'oient o usuari. De fet, després d'analitzar múltiples definicions del concepte que altres autors han fet, Meseguer escriu la seva i l'entén com:

“el nivell de relació que s'estableix entre un usuari/s i un altre usuari/s (relacions socials), i/o entre un usuari i la seva màquina (ordinador, videojoc, mitjans tradicionals com la ràdio, la televisió, la premsa...), amb la pretensió que senti que forma part activa del procés comunicatiu, protagonista i capaç de decidir sobre el devenir d'una sèrie d'esdeveniments futurs, encara que aquesta capacitat d'execució es trobi limitada per les pròpies opcions incloses per la màquina” (Meseguer, 2009: 144).

De fet, per Meseguer (2009), el mitjà que dona més interactivitat per excel·lència és Internet. A més, com a precursora de la ràdio interactiva a la xarxa, Meseguer (2009) assenyala la plataforma *radio@internet*. Es tracta (2009) d'una emissora que penjava els programes a la web, donava la opció de participar en concursos i tenia una base de dades amb continguts ja emesos. En definitiva, la pionera del que posteriorment s'ha acabat imposant, pàgines web de les ràdios on les pàgines per programes dominen i on també es poden recuperar els arxius destacats.

2.3 Podcasting:

La tercera de les parts analitzades en aquest treball és el podcasting. Com a introducció al concepte podem agafar l'explicació que fa Harnett (2012). L'autor situa l'origen del concepte en l'iPod, un dels primers *gadgets* tecnològics que van revolucionar el mercat.

El que va possibilitar l'existència del podcasting va ser l'invent d'Apple: l'iPod. En els seus inicis, era tant sols un altre dispositiu digital que permetia que la gent accedís a la seva música preferida mentre anava d'un lloc a un altre; els altres fabricants van reaccionar ràpid i van crear els seus propis reproductors d'àudio MP3. Al ser el primer en crear-se, l'iPod va donar el seu nom al procés de descarregar qualsevol tipus d'àudio, música o discurs i posar-lo a disposició de les masses. Els presentadors de ràdio van reaccionar ràpid i van percebre les possibilitats de la funció “escoltar una altra vegada” els programes, però el podcasting va portar el procés a un esglaó superior. Els oients podien escoltar-lo en qualsevol moment; no havien de dependre de l'ordinador ni del portàtil” (2012: 10).

Harnett (2012) situa el podcast com un element indispensable en la present revolució tecnològica. A més a més el menciona com una de les formes de negoci de cara al futur, i també a tenir en compte pel present, amb més possibilitats de creixement.

Ignacio Gallego (2010) en la introducció del seu llibre diu que el podcasting “*surge tras la fusión de dos tecnologías ya existentes como son el audio digital y el RSS*”. Tot i que no entra

en detalls importants, aquesta com a definició important serviria per entendre el concepte d'estudi en aquest apartat.

Per entendre'ns, i seguint fent referència a l'obra d'Ignacio Gallego (2010), estem parlant d'una aplicació que mitjançant la mescla entre les tecnologies de l'MP3 i el RSS ens ofereix la possibilitat de tenir un servei més personalitzat. És important però introduir un matis entre el podcasting i una descarrega d'un arxiu sonor normal, *“el que fa més diferent i poderós al podcasting és que permet al creador del contingut syndicar un missatge, i a l'oient li permet a aquell contingut i consumir-lo amb tranquil·litat”*, tal com diu Canglialosi (2008).

Indubtablement, a part de l'explicació feta sobre el podcasting, també cal, si més no, mencionar que entre els avantatges que té hi ha el que senyala Ignacio Gallego (2010); el laboratori que representa per les empreses radiofòniques. Abans d'arriscar-se a emetre un nou contingut per antena directament, una solució que aquestes companyies poden trobar és emetre'l únicament durant un temps per la xarxa. Així un cop vist el seu resultat tindran més fets per valorar si cal o no portar-lo a l'antena de l'emissora.

A més de la personalització dels continguts, el podcasting també “ens permet automatitzar una sèrie de processos gràcies a la sindicació i al desenvolupament del software – agregadors, navegadors, lector de correu o reproductor- implicat en el procés” (2010: 34).

Però, què és la sindicació dels continguts? Ignacio Gallego (2010) l'explica com aquell procés mitjançant el qual els nostres continguts, total o parcialment, es posen a disposició d'altres; això pot ser amb un contracte o gratuït. Dit d'una altra manera més senzilla, en el fons, “es tracta de posar continguts a disposició dels subscriptors” (2010: 35). Aquest sistema també l'utilitzen molts mitjans de comunicació, “en les cadenes de ràdio i televisió ja va aparèixer la paraula sindicació per referir-se a la forma en la qual es relacionaven les emissores associades a les cadenes” (2010: 35).

Els dos principals models de sindicació de continguts són el RSS¹³ i l'ATOM.

RSS¹⁴:

Model que va començar a utilitzar Netscape amb el portal My Netscape Network. Al principi representava l'acrònim de *RDF Site Summary*. El seu portal es basava en un RSS on s'inclouïen els titulars i les URLs d'altres webs, tot això en una pàgina principal. D'aquesta manera, els usuaris van poder tenir informació indexada de manera molt més ràpida, al mateix temps que l'empresa va desenvolupar una nova forma de negoci a través de la publicitat (no paga pels continguts). Aquest és el que es coneix com l'RSS 0.90.

Després de desenvolupar la versió 0.91 basada en XML, Netscape decideix deixar de banda la tecnologia RSS. Aleshores és quan el grup RSS-DEV produeix la versió 1.0, desapareguda al desembre del 2000 retornant així al llenguatge RDF-Resource Description Format. Aquest llenguatge va agafar el nom de RDF Site Summary. El punt clau pel desenvolupament del podcasting arriba amb Dave Winer que llança la versió 0.92 des de Userland. La seva importància radica en que inclou l'etiqueta <enclosure> que va permetre adjuntar l'enllaç de l'usuari perquè es pogués dur a terme la descarrega d'àudio o vídeo.

L'RSS no es converteix en l'acrònim conegut avui dia fins que Winer no desenvolupa la versió 0.92 el setembre del 2002. Amb aquesta actualització també es converteix en un codi més obert pel desenvolupament per part dels usuaris.

ATOM¹⁵:

Sorgeix arran de la feina feta pel grup de treball organitzat per Sam Ruby (grup de tecnologies emergents d'IBM) per arribar a crear un format de sindicació "que fos cent per cent neutral, implementat per tot el món, ampliable de forma lliure per qualsevol i clara i minuciosament especificats" (Sayre, 2005). La primera versió creada és la 0.3. És utilitzat com a forma de sindicació de continguts en alguns dels principals servidors de blogs com Blogger, Livejournal o Typepad. Avui dia s'ha actualitzat fins a la versió 0.5.

¹³ Acrònim de *Really Simple Syndication* (2010: 38).

¹⁴ La font de referència per completar aquest apartat ha estat l'obra d'Ignacio Gallego (2010).

¹⁵ L'obra de referència per la redacció d'aquest apartat és el llibre d'Ignacio Gallego (2010).

Comparant-ho amb el RSS cal dir que introdueix alguns elements nous com “les capacitats d'internacionalització, estandarditzant la sintaxi i permetent que els usuaris afegeixin les seves pròpies característiques” (2010: 39).

D'aquesta forma, un cop explicat mínimament en què consisteixen cada un dels dos principals models, podem resumir que aquestes dues formes de sindicació de continguts no tenen un funcionament excessivament complicat; de fet s'usen per blogs, podcasts i altres elements amb un nombre de metadades utilitzades no gaire altes.

Com a curiositat, comentar que les pàgines que utilitzen RSS acostumen a tenir icones identificatives de color blau o taronja amb icones com RSS, XML o RDF, i ATOM, depenent del protocol usat (Ignacio Gallego 2010).

Resumint, com comenta Domínguez (2005):

“La qualitat de vida de l'internauta voraç ha augmentat des que existeix aquest estàndard senzill de sindicació. Enlloc de saltar d'una pàgina a una altre en busca d'informacions que l'interessa, el lector de RSS les reuneix. Es converteix en un mitjà de comunicació a la carta, integrat per subscripcions de tot tipus de fonts i ordenat segons el criteri de cada usuari. En aquest sentit, l'RSS ha aconseguit la personalització dels continguts que han intentat molts portals i webs informatives”.

En els anteriors paràgrafs s'ha tractat els elements purament tecnològics. Pel que fa a la història pròpiament dita. Els culpables de la seva creació són en total 3: un blogger, Adam Curry, un periodista, Christopher Lydon i el creador del software i del RSS que tot just ara hem explicat, Dave Winer.

Ignacio Gallego (2010) comenta que el 2000 Curry presenta a Winer les seves preocupacions sobre el RSS i la possibilitat que aquesta forma de sindicació no es reduïxi només a text, sinó que també es pugui indexar algun altre arxiu multimèdia. Així, Winer desenvolupa la tecnologia 0.92; l'etiqueta <enclosure> va ser el que li va permetre adjuntar una cançó, concretament de Grateful Dead, en una entrada al seu blog el gener del 2001. Mentre altres bloggers s'anaven interessant cada cop més pel desenvolupament d'aquesta tecnologia, el 2003 “Christopher Lydon va desenvolupar amb l'ajuda de Winer un feed que anaven actualitzant amb entrevistes que realitzava Lydon a bloggers i personalitats polítiques” (Ignacio Gallego, 2010: 75).

Dos dels elements indispensables per entendre com s'ha arribat a desenvolupar el podcasting són "la implantació i el desenvolupament de la banda ampla i la popularització dels formats de compressió d'àudio, especialment del MP3" (Ignacio Gallego, 2010: 40).

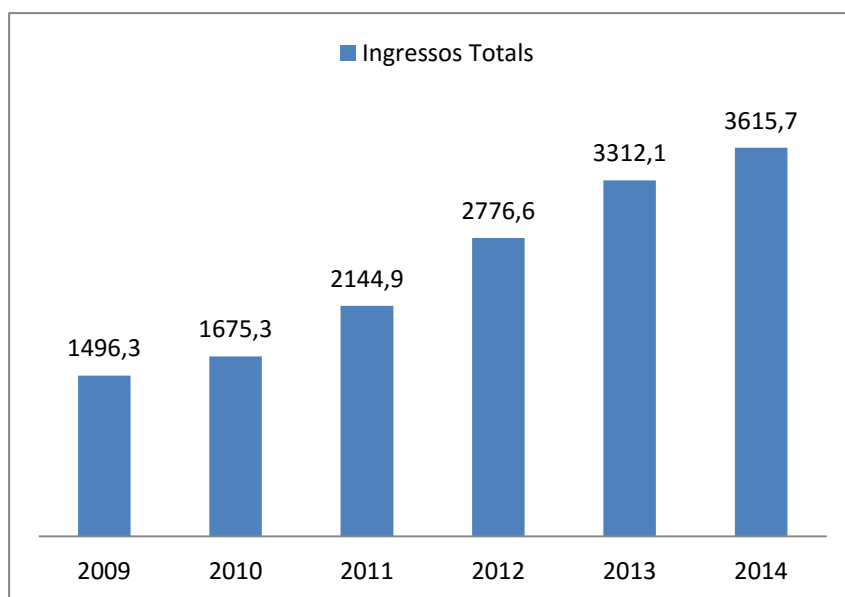
Pel que fa a Internet comentar que durant els darrers anys s'ha produït l'expansió de la banda ampla mòbil. Recordem que al principi només hi havia la banda ampla mitjançant el cable o l'ADSL. Ara ens pararem a explicar la situació de la banda ampla mòbil, molt breument a Espanya, a partir de les dades de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC)¹⁶.

Sempre amb dades que fan referència a l'any 2014, segons el que la pròpia CNMC ha publicat, el servei de la banda ampla mòbil és un dels serveis amb més projecció de futur. Durant aquell any, 36,4 milions de línies van accedir a Internet a través de banda ampla mòbil, la qual cosa representa un increment d'un 15% respecte l'any anterior. Més xifres. El volum total de facturació d'aquest servei de telecomunicacions va augmentar en més d'un 9%, amb un total de 3.615,7 milions d'euros. La CNMC en el seu informe anual de l'any passat menciona dues vies diferents per accedir a Internet a través de la banda ampla mòbil. En primer lloc hi ha la connexió a través d'un dispositiu que només està vinculat al servei de trànsit de dades (dispositius datacards, mòdems USB,..). En segon lloc hi ha la connexió a través d'un telèfon mòbil que al mateix temps dona serveis de telefonia, missatgeria i possibilitat d'accedir a la xarxa; en aquest grup englobem els smartphones.

Dels més de 36 milions de línies que van connectar-se a Internet a través de la banda ampla mòbil, el 2014 quasi 35 milions ho van fer a través de la connexió del segon tipus que s'acaba d'explicar. És a dir, de les que correspondrien als smartphones. Per mirar l'estat en què es troba la banda ampla mòbil només cal veure l'evolució dels ingressos aconseguits en els darrers anys.

¹⁶ En el llibre d'Ignacio Gallego (2010) les dades són d'anys anteriors. Per intentar introduir un reflex el més fidel a la realitat les dades que s'introduiran han estat extretes de l'Informe Anual del 2015 de la CNMC. S'ha considerat convenient cercar les dades el més actualitzades possible. Enllaç: <http://data.cnmc.es/datagraph/files/Informe%20Telecos%20y%20Audiovisual%202015.pdf> [consultat per darrera vegada el 02/02/2016]

Gràfic 2: Ingressos totals de la Banda Ample d'Internet (2009-2014). Font: CNMC.



Però com es creen aquests arxius que després es penjen a la xarxa en forma de podcast i que un cop penjats els usuaris se'ls poden descarregar i escoltar en qualsevol dispositiu mòbil (iPods, mp3, mòbils,...)?

Per respondre a aquesta qüestió hem seleccionat com a font de referència el llibre *Guía de acceso rápido a Podcasting* de Mark Harnett (2012). Primer de tot, deixar clar que com que en el present treball no s'està abordant l'edició en àudio ni vídeo, ens centrarem únicament a explicar com es grava i com, posteriorment, es penja un podcast a Internet.

Per Harnett (2012) un dels pilars fonamentals sobre els quals s'ha de sostenir un bon podcast és la qualitat del so, tot i que no és necessari que es puguin percebre tots els detalls. Tot això per aconseguir una bona gravació sense:

- *"Distorsions, la qual cosa a vegades succeeix quan s'utilitzen malament els equips [de gravació]*
- *Atenuacions, la qual cosa succeeix quan s'ubica malament el micròfon;*
- *Excés de sorolls buits i ecos, la qual cosa pot succeir si es grava en un tipus d'habitació equivocada;*
- *Salts irritants en els nivells de so, perquè qui escolti no hagi d'estar constantment pujant i baixant el volum.* (Harnett, 2012: 51).

Ara bé, per aquest autor, que no faci falta comprar l'equip més car del mercat no vol dir que es pugui fer servir qualsevol equip per gravar. Harnett (2012) deixa molt clar que amb

un aparell analògic la feina és més complicada degut a la dificultat existent en passar l'àudio resultant en format digital. Això sí, un dels elements més importants per l'autor és l'elecció d'un bon micròfon. Per Harnett (2012) en cap cas, si volem aconseguir un podcast amb una bona qualitat d'àudio, podem escollir com a micròfon els que ja venen incorporats a les gravadores. Seria un error.

Òbviament entre la gravació i la creació de l'arxiu final preparat per penjar, hi ha el moment de l'edició de l'àudio. Harnett (2012) considera i argumenta que el que s'ha de fer en aquest pas és bàsicament editar el que hem gravat prèviament per aconseguir el so més nítid possible. Per això, també reconeix la possibilitat de seleccionar determinades parts de diferents talls per aconseguir el millor àudio possible.

I, ara sí que ja arribem al punt culminant d'aquest apartat, com es crea un arxiu de podcast i, sobretot, com es penja a Internet?

Com diu Harnett (2012) el principal objectiu d'un podcast és que els usuaris que se'l descarreguin el puguin escoltar als seus mòbils o als seus ordinadors. És per això, diu el mateix autor, que la majoria dels podcasts estan o en MP3 o en MP4, depenent si tenen vídeo i àudio o només aquest segon.

Un cop ja tenim l'arxiu en format *wav* per poder seguir en el nostre procés de penjar un podcast a Internet el que hem de fer és “**renderitzar**”, és a dir, mesclar totes les pistes d'àudio que conformen el nostre podcast. És a dir, posar-les totes en una mateixa pista; i **convertir**. Diu Harnett (2012) que en aquest punt, l'elecció del tamany de l'arxiu, hi ha dos possibles camins a seguir:

- 42 kilobits (kbps) per segon. “El més ràpid per descarregar però no el millor pel que fa a la qualitat del so” segons escriu el propi autor en el llibre.
- 128 kbps, preferible si parlem de qualitat “tot i que sigui més lent”.

Entre mp3 i mp4, quin prefereix Harnett? Bàsicament l'autor es decanta pel segon ja que “és probable que sigui la millor opció si es vol que una empresa estigui preparada per afrontar els pròxims temps” (2012: 114).

La darrera part de tot aquest procés és la publicació de l'arxiu que hem creat en una pàgina web. En aquest punt Harnett (2012) situa dos possibles vies a seguir:

- A. “Càrregues ràpides”. Aquestes són les que es produeixen en els portals on no fa falta pagar per penjar el podcast. El més conegut i que també cita Harnett és iTunes. Un element a tenir en compte són les metadades que té el nostre arxiu. Per això és molt important definir el nom, el format de l’arxiu, paraules clau i la descripció del seu contingut; a més d’un enllaç.
- B. “Càrregues lentes”. Aquestes es donen principalment, segons el que diu Harnett (2012), quan ja es té una pàgina web pròpia. El primer que cal fer és calcular si hi ha espai suficient com per penjar el nostre podcast. Després haurem de preveure si hi ha molts usuaris que voldran descarregar-se l’arxiu el mateix moment. Si és així i no ho tenim en compte, podríem comportar que el nostre lloc web se saturés. En aquest punt és recomanable, per Harnett (2012), utilitzar un agregador de contingut RSS¹⁷.

Per resumir el procés que cal seguir per poder penjar un podcast a Internet es poden utilitzar els punts que el propi Harnett (2012: 119) utilitza al final del seu llibre perquè així quedi més clar:

- Primer cal convertir l’arxiu a format MP3.
- A Internet hi ha Softwares de conversió gratuïts.
- Si hi ha algun error durant tot el procés, verifica el tamany de l’arxiu.
- Calcula “la xifra de l’ample de banda” –el tamany dels arxius de podcast multiplicat per la quantitat de persones que el descarregaran al mateix temps.
- Existeixen agregadors de continguts gratuïts com els RSS.
- Quant espai es necessita pels podcasts?
- Per saber-ho cal multiplicar la duració en minuts pel tamany de l’arxiu creat i aquest resultat per la quantitat d’episodis per saber quina és la capacitat d’emmagatzemament necessària.

¹⁷ Què és i com ha evolucionat s’ha explicat al principi d’aquest apartat temàtic dels podcasts.

3. Anàlisi emissores

Primer de tot cal explicar breument el procés de selecció de les emissores. Per analitzar els projectes d'Internet de les emissores generalistes amb llicències a Catalunya el que s'ha fet és seleccionar aquest grup d'emissores. S'ha escollit a les emissores no locals ni municipals que tenen llicència del CAC.

Després d'haver vist l'elevat nombre d'emissores resultants d'aquesta divisió, s'ha decidit triar un grup molt concret i reduït del total. Es concret, s'ha decidit centrar l'anàlisi en les emissores generalistes que emeten a Catalunya, ja siguin autonòmiques o nacionals. En total han sortit 7 emissores. 4 espanyoles i 3 catalanes. El llistat complet de les emissores és el següent:

- Cadena Ser.
- COPE.
- Onda Cero.
- Ràdio 4 – RNE.
- Catalunya Ràdio.
- RAC1.
- Ràdio Estel.

Aquestes emissores gestionen un total de 61 llicències adjudicades per l'òrgan regulador del sector a Catalunya, el CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya). Cal dir que no s'han sumat les freqüències de Ràdio 4 – RNE, degut a que el CAC no li ha adjudicat¹⁸.

A més, com ja s'ha comentat en l'apartat corresponent a la definició de l'objecte d'estudi, també s'ha tingut en compte les emissores que únicament emeten per Internet i que tenen la llicència del CAC que els autoritza. Només n'hi ha dues:

- Radio Gladys Palmera, SL.
- Producció de Comunicacions Mediàtiques, SL.

D'aquestes dues únicament s'ha analitzat el cas de Radio Gladys Palmera, SL ja que, tot i no ser una emissora generalista, s'emet únicament per Internet¹⁹.

¹⁸ Tot i així i, al tractar-se, de l'emissora en català de la ràdio pública espanyola, s'ha considerat convenient tenir-la en compte també en aquest anàlisi.

¹⁹ En el cas de Producció de Comunicacions Mediàtiques, SL cal tenir present una cosa. Sí que tenen llicència del CAC per emetre continguts de ràdio per Internet, però no l'utilitzen. Weloba és una pàgina web formada per l'equip de la TdP de Catalunya Ràdio i s'han posat d'acord amb l'emissora per emetre, si s'escau, la retransmissió. Però no creen continguts d'àudio específicament per Internet.

3.1 Cadena Ser²⁰:

La ràdio del Grup Prisa gestiona 12 llicències a Catalunya. Són: Cadena Ser Lleida, Cadena Ser Val d'Aran, Ràdio Barcelona, Ràdio Barcelona OM, Radio Costa Brava – Cadena Ser, Ràdio Girona – Cadena Ser, Ràdio Lleida – Cadena Ser, Ràdio Manresa – Cadena Ser, Ràdio Pirineus – Cadena Ser i Ràdio Reus OM – Cadena Ser. Entre elles trobem l'emissora que va fer les primeres emissions radiofòniques. Estem parlant de Ràdio Barcelona, que avui dia es troba dins el grup d'emissores de la Cadena Ser.

En aquest cas trobem com a la primera pestanya hi ha tots els programes de l'emissora. A més a més, entre tots els elements que formen la barra horitzontal de pestanyes hi ha la de 'Podcasts' on qui vulgui pot entrar i descarregar-se un programa sencer o la part que vulgui.



Captura de pantalla corresponent a la part superior de la web de la Cadena Ser-Catalunya – Font: Cadena Ser [captura corresponent al dia 16/04/2016]

Tot i que a la captura de pantalla anterior només s'identifiquen les icones de dues xarxes socials (Twitter i Facebook) on la cadena està present, si fem *scroll down* a la web a la part superior sortiran les icones de totes les xarxes socials on trobem la Cadena Ser.



Captura de pantalla corresponent a la part superior de la web de la Cadena Ser-Catalunya – Font: Cadena Ser [captura corresponent al dia 16/04/2016]

Els continguts que presenta estan actualitzats. De fet, la Ser segueix un esquema molt determinat a l'hora de seleccionar quins continguts penja a Internet. Eduardo Navarro, responsable dels continguts d'Internet de l'emissora, destaca que ells volen potenciar principalment les notícies d'àmbit català i que siguin pròpies: "si jo tinc una companya que es dedica als temes de sanitat i esbrina que s'han acabat les existències d'una vacuna per anar al Japó, això ho publiquem. Hem de dedicar esforços per promocionar-ho²¹".

²⁰ L'adreça web de l'emissora a Catalunya és la següent: <http://cadenaser.com/tag/c/c35db04e265cd0245bf809627aa6a750/> [consultat per darrera vegada el 16/04/2016]

²¹ La transcripció completa de l'entrevista a Eduardo Navarro es pot trobar a l'apartat d'Annexos del treball.

Les peces a la Ser es redacten per ser narrades i un cop ja s'ha fet és el mateix Navarro qui s'encarrega d'adaptar-les al format de la web per després penjar-les a la pàgina web.

Ara per ara l'emissora està analitzant el context global de la xarxa i, òbviament dels mitjans, per concretar més els esforços de cara al futur. Un dels elements més importants quan parlem de la ràdio a Internet són els podcasts. En el cas de la Ser, el disseny de l'estructura i el seu funcionament són automàtics. "Ja ens ve donat", reconeix Eduardo Navarro. De fet, la Ser és una emissora que permet l'escolta dels programes a través de la pàgina web, però no permet la descarrega directe dels seus podcasts. Per fer això, cal anar a servidors de podcasts com l'iTunes d'Apple: "és veritat que nosaltres no facilitem la descarrega dels nostres arxius d'àudio, però això no vol dir que es puguin escoltar. Si vols el graves, i via podcast al final te'l pots descarregar. El que no fem és fomentar la descarrega".

La Cadena Ser utilitza dos tipus de tecnologies en el seu espai web, l'RSS i l'ATOM. Pel que fa a la primera la fan servir per "les línies de text" i per "la subscripció de notícies", segons comenta Eduardo Navarro. El responsable d'Internet de l'emissora també reconeix que pels podcasts utilitzen ATOM, concretament la versió 2005.

En algunes ocasions també es poden trobar streamings de vídeo a la web de la Cadena Ser. Això únicament es produeix en circumstàncies molt concretes: "generalment quan hi ha entrevista o algun programa especial", comenta l'Eduardo Navarro. Evidentment que les ràdios ofereixin streamings de vídeo a les seves webs genera un intens debat. De fet, per molta gent és el mateix que ha fet la televisió des de sempre. "És un debat obert, no s'acaba de tenir molt clar què som". I és que com destaca Navarro, l'usuari en demanda: "el que sí que està clar és el que l'usuari demana. Cada cop pugem més vídeos amb streamings i enregistrat".

La transversalitat d'Internet es veu en l'ús que l'emissora li dona com a difusor dels seus continguts. A més la xarxa també serveix perquè un àudio destacat perduri en el temps. Per exemplificar millor això, s'introdueixen les paraules d'Eduardo Navarro: "Per exemple, una entrevista amb Ferran Adrià no només s'acaba quan la gravació pròpiament ha finalitzat. Amb Internet sempre quedarà. I sempre que la vulguis la tindràs disponible i pots escoltar-la de manera accessible".

3.2 COPE²²:

La pàgina de l'emissora a Catalunya només conté el llistat de programes que es fan, els àudios per si es volen descarregar i una pestanya de contacte per saber on està situada la redacció de la COPE en territori català. Per aquest motiu es tindrà en compte els continguts de la web de l'emissora a nivell estatal.

Primer de tot trobem una barra horitzontal amb les pestanyes principals: actualitat, religió, esports, programes i podcasts, entre d'altres. A la part superior d'aquesta barra trobem les icones de les xarxes socials on trobem la cadena.



Com es pot veure en aquesta captura de la pàgina web de l'emissora, hi ha les icones que permeten enllaçar amb les xarxes socials on està present la Cadena, Twitter, Facebook, youtube, Instagram i Google +. La primera de les icones fa referència a la subscripció de continguts de la seva pàgina web a través del RSS²³.

De fet, la tecnologia RSS és una de les vies que tenen les emissores per crear els seus podcasts. Precisament, tant els podcasts com la pàgina web són dos punts essencials en l'estratègia de la Cadena COPE, segons el que ha dit el responsable d'Internet de l'emissora, Luís Martín²⁴. Això sí, el propi Martín reconeix que fins ara la gran importància se l'havia donat a la Pàgina Web: "hasta ahora [la importància] a la página web ya que, aunque el consumo vía app está subiendo, el de web (vía desktop y mobile) continúa creciendo"

A més a més, l'emissora a la seva pàgina web destaca els continguts considerats com a més rellevants. Dels destacats que ofereix l'emissora, s'han escollit dos:

Destacamos

El Sevilla se lleva el derbi andaluz

²² L'adreça web de l'emissora a Catalunya és la següent: <http://www.cope.es/menu/emisoras/barcelona/Barcelona> [consultat per darrera vegada el 16/04/2016]

²³ L'explicació de què és el RSS i de la forma de sindicació de continguts s'ha fet a l'apartat 'Marc Teòric' del Treball.

²⁴ Luís Martín ha respòs al qüestionari que s'ha seguit per analitzar cada una de les emissores, a través de correu electrònic. El formulari respòs complet es troba a l'apartat Annexos del Treball.

Captures de pantalla dels Destacats de la web de la Cadena Cope (Espanya) – Font: cope.es [captura corresponent al dia 24/04/2016]

Si una cosa és fonamental per una empresa que està present a Internet i, sobretot, a les xarxes socials, és la capacitat d'escoltar els seus oients i/o usuaris. De fet, la Cadena COPE fa un pas més enllà. Luís Martín ha dit que a més de tenir-los en compte, també es parla amb ells sovint: “Tenemos una comunidad muy activa en redes a la que escuchamos y con los que hablamos regularmente”.

Pel que fa a les notícies cal dir que no només trobem informacions de la pròpia cadena. Si es fa un *scroll down* a la web de la COPE es pot observar com a part de les notícies pròpies que firmen els periodistes de l'emissora, també es poden trobar algunes que són de la web d'altres mitjans, en aquest cas, diaris. És el cas de l'ABC.



Captura de pantalla de les notícies que es troben a la web de la Cadena COPE (Espanya) i que pertanyen a altres mitjans. En aquest cas, al diari ABC. – Font: cope.es [captura corresponent al dia 24/04/2016]

Les informacions de la seva web estan actualitzades. Per exemple, el dia 24 d'abril del 2016, les principals informacions generalistes són les següents: la darrera ronda de consultes que el rei Felip VI començarà per mirar de trobar un candidat de consens per proclamar un candidat que es sotmeti a un procés d'investidura abans que el termini expiri el dia 2 de maig i continguts propis elaborats a partir d'entrevistes a programes de l'emissora. Cal dir que al ser el dia 24 un diumenge, les notícies situades a la part superior de la pàgina web corresponent bàsicament a informació esportiva, sobretot, relativa a la jornada 34 de Lliga. En el cas de la ronda de consultes també hi ha una barra inferior amb les principals reaccions fetes fins al moment de la captura:



LUNES Y MARTES

Nueva ronda de consultas sin expectativas

■ La alianza Podemos-IU ni rompe el bloqueo ni supera al PSOE

MARIANO RAJOY	HERNANDO (PSOE)	MICHAVILA EN COPE	JOSÉ LUIS PÉREZ
			
"PSOE y C's hicieron imposible la gran coalición"	"Iglesias ha envejecido a la velocidad de la luz"	"Nuevas elecciones beneficiarían a PP y PSOE"	"Votaremos con más información que en diciembre"

Captura de corresponent a la principal notícia generalista – Font: cope.es [captura corresponent al dia 24/04/2016]

3.3 Onda Cero²⁵:

A primer cop d'ull sí hi ha una cosa que destaca per sobre de tot és el cartell amb el nom del perfil de l'emissora a Twitter i Facebook. A partir d'aquí trobem una estructura de web molt semblant a la que té la Cadena Ser. Al final de tot sí que hi ha un apartat amb els enllaços que et redirigeixen als perfils de l'emissora a les xarxes socials. En aquest cas són: Twitter, Facebook, Youtube i el servei RSS.



Captura de corresponent a la part superior de la web d'Onda Cero – Font: ondacero.es [captura corresponent al dia 25/04/2016]

Un dels trets que cal destacar en la pàgina web d'Onda Cero és que té un disseny-web 'responsive'. És a dir, que s'adapta depenent del format de la pantalla del dispositiu mòbil des on s'estigui fent la connexió, ja sigui ordinador, tauleta o un mòbil. "Acabamos de renovar la página web con un diseño responsive justamente para atraer más público, para consumir más podcasts en directo", comenta la responsable d'Internet d'Onda Cero a Catalunya, Iliana Villacastín²⁶.

Precisament, de la mateixa manera que ha succeït amb altres de les emissores que s'estan analitzant, Onda Cero també centra els seus esforços en potenciar els podcasts. "Es nuestro contenido propio, y el que nos diferencia con los demás" afegeix Villacastín. Onda Cero crea els seus podcasts a partir de la tecnologia RSS.

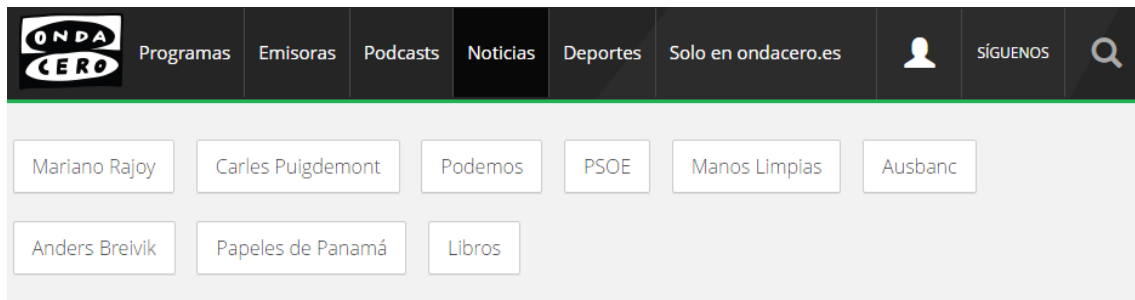
Entre les pestanyes de la barra superior horitzontal hi ha la de 'Programes' amb el llistat dels continguts que emet la cadena, els podcasts per a descarregar-se les parts que més interessin d'un programa en concret, la secció de notícies i la d'esports, ambdues amb una pestanya que prioritza les informacions d'última hora.

Pel que fa l'actualització de les notícies ens hem de traslladar a la pestanya "notícies" per veure les informacions que més destaca l'emissora. A diferència del que fan les altres

²⁵ L'adreça web a Catalunya de l'emissora és la següent: <http://www.ondacero.es/emisoras/catalunya/> [consultat per darrera vegada el 25/04/2016].

²⁶ La transcripció completa de l'entrevista amb Iliana Villacastín es pot trobar a l'apartat Annexos del Treball.

emissores analitzades, Onda Cero primer situa les etiquetes principals del dia i després hi ha les notícies amb els enllaços corresponents:



Captura de les etiquetes principals del dia 25 d'abril del 2016 de la web d'Onda Cero – Font: ondacero.es [captura corresponent al dia 25/04/2016]

Pel que fa a la importància de les notícies en l'estructura de la pàgina web, cal dir que l'emissora prima les seves pròpies exclusives o les informacions elaborades a partir de declaracions en els seus propis programes. Per exemple, el dia 25 d'abril del 2016 la notícia més destacada fa referència a una exclusiva de l'emissora, en aquest cas, sobre el partit de Ciudadanos a Múrcia:

EXCLUSIVA ONDA CERO

SOBRE LA EXCLUSIVA DE ONDA CERO
Albert Rivera: "Por un error administrativo, si alguien no lo ha hecho bien, va fuera"

El líder de Ciudadanos, en referencia a la exclusiva de Onda Cero sobre el delegado de Ciudadanos en Murcia, explica la decisión del partido de sustituir a Mario Gómez, y deja claro que en Ciudadanos, "por un error administrativo, sin que haya corrupción, ni delito, si alguien no lo ha hecho bien, va fuera".

EXCLUSIVA ONDA CERO
El delegado de C's Murcia ordenó anular las facturas y volverlas a emitir al grupo parlamentario

Mario Gómez ordenó anular las facturas inicialmente facturadas al partido en Barcelona y volverlas a emitir.

MIGUEL SÁNCHEZ, DE C'S MURCIA
"Todo ha sido un error y descarto la intencionalidad"

Asegura que "las facturas son auténticas" aunque insiste que "todo es un mero error administrativo". Además, descarta que haya habido intencionalidad en este asunto.

Ciudadanos destituye y abre expediente disciplinario al delegado territorial de Murcia

C's Murcia pidió doble factura a proveedores de la campaña para imputar los gastos a su grupo parlamentario

Tractament de la notícia més destacada del dia 25 d'abril a Onda Cero – Font: ondacero.es [captura corresponent al dia 25/04/2016]

Com es veu, no només és que es tracti com la principal informació del dia, sinó que a més se li dediquen diferents pàgines, amb els enllaços corresponents.

Les possibilitats que ofereixen les noves tecnologies per la convergència entre diferents plataformes són força àmplies. A Atresmedia, nom del grup al qual pertany Onda Cero, també es veu de la mateixa manera. Segons diu Iliana Villacastín, es tracta d'una política d'empresa, que té uns marges delimitats per les línees editorials dels diferents mitjans de comunicació que integra el grup multimèdia. "Es politica de empresa, dentro de lo que sea posible. No se puede hacer una convergencia entre las webs de Onda Cero y la Sexta porque son líneas editoriales diferentes, pero sí una convergencia entre Onda Cero y Melodía FM".

Estem parlant d'una emissora que també emet directes via streamings de vídeo per la seva pàgina web. Tots aquests continguts en streaming són exclusius de la pàgina web. A més a més, Onda Cero aprofita la via que els proporciona la web per desdoblar les emissions en casos d'esdeveniments com partits de futbol. "Cuando hay futbol la emisión del programa que se está haciendo se corta y se da la opción de quien quiera escucharlo, hacerlo en streaming a través de la página web ya que no a todo el mundo le gusta el futbol".

3.4 RNE – Ràdio 4²⁷:

A primera vista, mirant l'estructura de la pàgina web es pot observar com el portal de Ràdio 4 s'engloba dins la web de RTVE:



Captura corresponent a la capçalera del portal de Ràdio 4 – Font: RTVE [captura corresponent al dia 27/04/2016]

Com es pot veure en la part superior de pàgina per accedir a les informacions més destacades cal anar a la pestanya 'Noticias'. Tots els continguts que es publiquen a la pàgina web de l'emissora en català de RTVE són les coses més destacades que han passat o que s'han dit en els programes de la casa.

L'emissora no centra els esforços en un punt concret en la seva estratègia a Internet. Tot i que el responsable d'aquest àmbit, en Xavier Cusell, sí que admet que "hi ha una avaluació constant del posicionament web. Dins del Departament [que treballa en l'àrea d'Internet] hi ha persones especialitzades en SEO"²⁸. De fet, aquesta àrea és la que "està constantment pendent de l'anàlisi de Google per poder anar modificant conceptes d'acord actuen els diferents cercadors". La tendència que s'ha vingut observant i que han comentat els responsables d'algunes de les emissores generalistes analitzades també la destaca en Xavier Cusell: "(...) la lectura de continguts via mòbils supera per molt ja el de la pàgina web". Amb això produint-se, a Ràdio 4 el que van decidir és renovar la pàgina web. "Així doncs, ara ja fa uns anys que es va redissenyar tot el 'lloc web' a 'web responsive' a fi de ser molt més atractius i usables en els diferents dispositius. Recordem que un web responsive vol dir que s'adapta a les característiques de la pantalla del dispositiu des on s'estigui fent la connexió, ja sigui un ordinador, una tauleta o un smartphone.

Referent al sistema de gestió de les queixes, tant pel que fa a la pàgina web com als podcasts, és el mateix. "S'analitza i l'equip de desenvolupament pren nota i es valora a fi de tenir-ho present en diferents pujades de producció", comenta Cusell. Això no vol dir que

²⁷ L'adreça web de l'emissora és la següent: <http://www.rtve.es/radio/radio4/> [consultat per darrera vegada el 25/04/2016]

²⁸ El formulari complet respòs per Xavier Cusell està disponible a l'apartat Annexos del Treball.

tots els problemes facin referència al mateix aspecte: “cada problema té les seves vies i els seus responsables. No és el mateix un problema d’usabilitat que un problema d’streaming o un problema de continguts”.

Precisament, es pot triar entre l’streaming de vídeo, fet en aquest cas, pel portal de Televisió Espanyola i per l’streaming d’àudio, per la ràdio. Precisament la mobilitat dels continguts del portal del Ràdio 4 – RNE és un dels punts més importants, segons recalca Xavier Cusell: “RTVE és conscient que no només hem d’estar a Internet amb tots els nostres continguts sinó que a més hem de saber moure molt bé les diferents plataformes per arribar al màxim possible d’internautes”.

Abans de comentar l’actualització de les notícies, cal recordar el que s’ha dit al principi d’aquest anàlisi. Ràdio 4 forma part del portal de RTVE. Per tant, quan cliquem sobre la pestanya ‘Noticias’ el sistema ens dirigeix a la pàgina de notícies de la corporació:



Sánchez insiste en abrir brecha en Podemos: "Ha triunfado el ala dura, no el ala moderada de Errejón"

El líder del PSOE insiste en culpar a Iglesias de la repetición de elecciones. Dice que sale a ganar y sobre los pactos: "Miraremos para qué, no con quién".



Los partidos creen que los ciudadanos sabrán valorar estos meses de negociación

Coinciden en que estos meses han servido para que cada uno se retrate.

El rey no propone a ningún candidato para formar Gobierno ante la falta de acuerdo

Este escenario anticipa unas nuevas elecciones generales el 26 de junio.

► [El calendario electoral](#)

Captura corresponent a la pestanya ‘Noticias’ del portal de Ràdio 4 – Font: RTVE [captura corresponent al dia 27/04/2016]

S’observa com les notícies més destacades són d’àmbit estatal (espanyol). En aquest cas seria les repercussions de la repetició dels comicis del 20D. L’actualització és força constant. Per exemple, escassament uns minuts després que s’hagi sabut una notícia ja està penjada al web.

3.5 Catalunya Ràdio²⁹:

Abans de començar amb l'anàlisi pròpiament dit de la web de Catalunya Ràdio és important explicar l'estructura de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisual, degut a què el domini de la web és el seu. Com diu Ferran Auberni, editor del portal de Catalunya Ràdio, "a la CCMA hi ha 3 grans departaments: televisió, ràdio i mitjans digitals (...). Per tant hi ha un director a la televisió, un altre a la ràdio i un dels mitjans digitals"³⁰. És a dir, Catalunya Ràdio no té un domini propi a Internet. Això és així des de fa dos anys, segons ha dit Ferran Auberni³¹.

Primer de tot, en el portal de Catalunya Ràdio, el que ens trobem és la barra horitzontal amb les diferents pestanyes, tant de la web conjunta –en primer terme–, com del portal de Catalunya Ràdio. Entre les diverses funcions que hi ha, destaca la possibilitat d'accedir a qualsevol dels directes que en aquest moment s'estiguin fent a qualsevol dels canals que té la CCMA, tant en televisió com de les emissores de ràdio.

A continuació destaquen els àudios més destacats que s'han seleccionat des de l'emissora. Tots aquests elements són els que formen la portada o home del portal de Catalunya Ràdio. Com el propi Auberni admet que és un dels puntals. "La home nostra és la portada [l'equivalència] del Diari Ara, del Periódico, de La Vanguardia, del Punt Avui. Allà poses el més destacat. Si l'interior després veu [l'usuari] que no et serveix, no val per res. És per això que la portada ha d'anar molt més en consonància [amb els continguts]".



Captura de pantalla de la home del portal de Catalunya Ràdio – Font: CCMA [captura corresponent al dia 27/04/2016]

²⁹ L'adreça web de l'emissora és la següent: <http://www.ccma.cat/catradio/> [consultat per darrera vegada el 03/12/2015].

³⁰ La transcripció completa de l'entrevista amb Ferran Auberni està disponible a l'apartat Annexos del Treball.

³¹ En efecte, la unificació en un mateix portal de les webs de TV3, Catalunya Ràdio i el 324 va ser fa dos anys. Un exemple és la notícia que va publicar el mitjà *Nació Digital*. L'enllaç de la notícia és el següent: <http://www.naciodigital.cat/noticia/78341/tv3/catalunya/radio/units/internet> [consultat per darrera vegada el 27/04/2016]

De la mateixa manera que succeeix amb les altres emissores analitzades fins el moment, al portal d'aquesta emissora també es poden trobar els enllaços per accedir al seu perfil a les diferents xarxes socials on està present. En aquest cas són Facebook, Twitter i Youtube.

Precisament les xarxes socials és un dels punts que Ferran Auberni, editor de continguts del portal de la Ràdio des del mes de març, vol millorar. "L'oient participa molt del que són les nostres xarxes però nosaltres tenim poca relació amb l'usuari. Estem molt poc actius en les preguntes que rebem des de les xarxes". Un dels problemes és la manca de personal que es dedica des de l'empresa en aquest àmbit. "Si no estàs en disposició de poder-ho fer al cent per cent, com és el nostre cas, no ens hi podem dedicar". Auberni segueix una filosofia de treball molt clara, "el que no pot ser és que responguis a uns i als altres no".

Pel que fa als podcasts, l'emissora sí els deixa descarregar. Això sí, per poder-ho fer cal instal·lar el software³². De la mateixa manera que ha passat amb algunes de les emissores que també s'han analitzat, Catalunya Ràdio també utilitza la tecnologia RSS per crear els podcasts. Precisament les aplicacions mòbils, via mitjançant la qual cada cop més gent consumeix els podcasts de l'emissora, seran més importants en el futur: "progressivament el consum a la web està disminuint. Com que està canviant, nosaltres progressivament també anem incrementant l'importància que li donem a les aplicacions mòbils".

El sistema de queixes, tant pel funcionament de la pàgina web com pels podcasts, funciona de manera similar. Primer es passa pel servei d'atenció a l'audiència de la CCMA. A partir d'aquí, segons detalla Ferran Auberni, les queixes es dirigeixen a la persona que toqui, redactor o tècnic, depenent de com sigui la qüestió.

Al començament de l'anàlisi de l'emissora s'ha comentat que comparteix la web amb TV3 i el 324. Precisament és aquest darrer on hi ha totes les notícies actualitzades. De fet, quan un clica sobre la pestanya 'Notícies' automàticament vas a parar a la web del portal:



Captura de pantalla de la pestanya 'Notícies' del portal de la CCMA– Font: CCMA [captura corresponent al dia 27/04/2016]

³² L'emissora fa l'explicació de com els usuaris que vulguin es poden descarregar els podcasts en el següent enllaç: <http://www.ccma.cat/catràdio/podcast/> [consultat per darrera vegada el 27/04/2016].

Els streamings de vídeo per la web són un dels elements que més es volen potenciar d'aquí al futur a Catalunya Ràdio, segons el que ha dit Ferran Auberni. Això sí, es reservaria a ocasions excepcionals, com ara amb una entrevista amb el President de la Generalitat. Fins ara el que s'està fent a l'emissora són vídeos que es penjen un cop el contingut en directe ha acabat. El propi Auberni reconeix que els esforços que dediquen a fer aquests vídeos es podrien dedicar a fer un streaming en vídeo. Cal recordar que al costat del portal de Catalunya Ràdio hi ha el de TV3, amb tots els recursos disponibles. "Tal com està estructurat a dia d'avui, els vídeos específics a la ràdio no funcionen. Està demostrat que té moltes menys clicades de les que nosaltres voldríem. Jo crec que es tracta d'economitzar i si, a sobre dones un millor servei a l'oient millor".

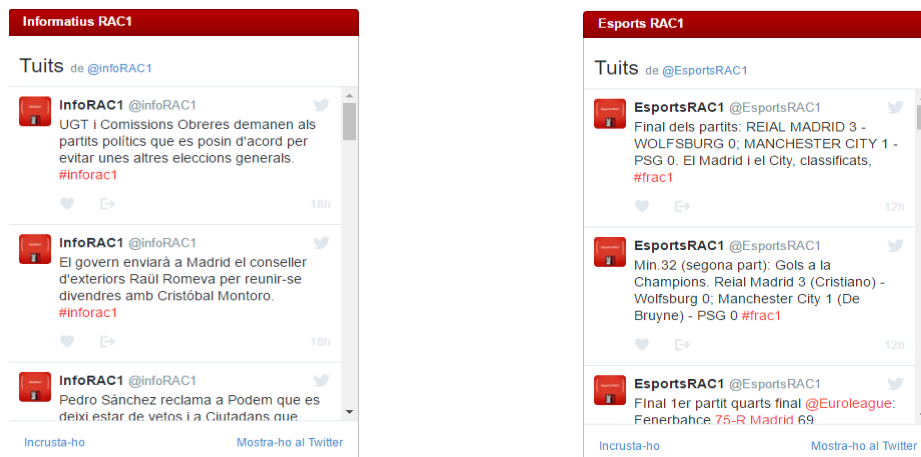
3.6 RAC 1³³:

A diferència de les altres emissores, RAC1 penja a la seva web els widgets de les seves principals àrees temàtiques.



Captura de pantalla corresponent a la part superior de la web de Rac1 – Font: Rac1.org [captura corresponent al dia 13/04/2016]

A la part lateral inferior primer trobem els darrers tweets fets des de la redacció d'informatius i just a sota trobem els que s'han fet des de la d'esports.



Captura de pantalla corresponent als tweets de la web de Rac1, tant de la redacció d'Informatius com d'Esports – Font: Rac1.org [captura corresponent al dia 13/04/2016]

Si es vol seguir només a un dels seus programes a Twitter o Facebook el que s'ha de fer és clicar a la pestanya 'Programes' i seleccionar el que volem. Aleshores a la part inferior de la pestanya en qüestió és on trobarem aquesta opció.

Cal avançar que Rac1 canviarà la seva web properament. L'informàtic de la cadena, Carles Miró, no avança la data de la implantació de la nova pàgina web, però sí que assegura que el procés de reflexió i plantejament de com ha de ser ja està fet: "s'ha de refer. Ja la tenim pensava i falta executar-ho. Això esperem que durant aquest 2016 estigui fet. No hi ha

³³ L'adreça web de l'emissora és la següent: <http://www.rac1.org/> [consultat per darrera vegada el 13/04/2016]

dates però.”³⁴. A més també avança algunes de les millores que ha de tenir: “la web ha de ser semànticament molt potent. És a dir, els àudios han de ser molt descriptius, a part del text, i també han d’estar molt millor taggejats”.

Pel que fa als podcasts, cal dir, que és l’element més important per Rac1, segons comenta Carles Miró: “la nostra aposta sempre és el podcast. Per aquest motiu intentem estar en el màxim llocs possible per facilitar que els oients que vulguin se’ls descarreguin”. Respecte a l’accés dels podcasts dels programes, RAC1 el que fa és englobar-los tots a la pestanya de la barra superior horitzontal ‘A la carta’. Com comenta Carles Miró, informàtic de Rac1, la cadena té 3 tipus de podcasts:

- Podcast Horari: aquells que són hora a hora.
- Podcast de seccions: per exemple amb ‘El Davantal’ de Jordi Basté a ‘El Món a Rac1’ o amb ‘El perquè de tot plegat’.
- Podcasts de consum ràpid. Aquests són els que s’anomenen els essencials de Rac1. “Estan pensats, principalment, per les xarxes socials –són peces curtes que es viralitzen molt bé”, comenta Miró. Un exemple d’aquest tipus de podcasts són els que fa el ‘Versió Rac1’.

RAC1, com també han fet altres casos d’estudi, també ha introduït els vídeos en streaming, en directe, a través de la seva pàgina. “L’aposta del vídeo sembla que ha arribat per quedar-se”, argumenta Carles Miró. A més a més, ajuda a incrementar el nombre de visites a les webs i això pot repercutir en un augment de l’audiència: “no resta oients però a vegades els complementa. No tots els que estan escoltant l’àudio el deixen de sentir per anar al vídeo. Per tant, sumem. No es que sigui espectacular, però suma”, ho resumeix en Carles Miró.

Referent a l’actualització dels continguts aquí s’opta per penjar a l’apartat de ‘Notícies’ les parts més destacades de les entrevistes que s’han fet en els seus programes. Per exemple, la primera notícia que hi ha el dia de l’anàlisi (3 de desembre del 2015) són les declaracions del conseller d’Economia i Coneixement de la Generalitat, Andreu Mas-Colell, i que es van produir en el dia d’ahir. Aquí és important destacar que, a dia d’avui, la web de Rac1 està formada per diversos blocs. Cada bloc pertany a cada un dels programes de l’emissora. Després, cada programa té el seu propi responsable per penjar els materials que es desitgin a Internet. “Qui millor que el propi creador del programa”, coneixedor dels continguts més destacats, per penjar el més important a la xarxa. Per il·lustrar l’explicació del model com funciona Rac1, s’explica l’exemple de ‘La Competència’. Per Miró, si no és

³⁴ La transcripció completa de l’entrevista amb Carles Miró està disponible a l’apartat Annexos del Treball.

un treballador del programa el responsable de penjar els continguts més rellevants a la xarxa, pot passar que “destaquis unes coses que no siguin les més rellevants del programa”. Aquest model es trasllada a la resta de programes de l'emissora. “El model va sorgir de la següent reflexió: que el periodista/redactor/productor del programa és el màxim coneixedor del producte”, afegeix Miró.

3.7 Ràdio Estel³⁵:

A primera vista és força fàcil poder accedir als continguts de cada un dels programes que emet l'emissora i a les notícies que l'emissora decideix publicar al web. A més a més, a la part superior de la pantalla també es troben els widgets de les xarxes socials on està present la ràdio (Facebook, Twitter, Google+ i Youtube).



Captura de pantalla corresponent a la part superior de la web de Ràdio Estel – Font: radioestel.cat [captura corresponent al dia 13/04/2016]

Ràdio Estel dona la possibilitat de descarregar-se els podcasts gravats dels programes que emet. Això sí, un punt comú en tota la pàgina web és una aparença de manca d'actualització. De fet, aquest és un dels elements que el responsable d'Internet de l'emissora, Xavi Aguilar, ha destacat: “el tipus d'emissora que som fa que les inversions siguin escasses o complicades. Això fa que siguem lents. La web justament seria un dels elements que caldria modernitzar”³⁶. En la mateixa situació es troba l'aplicació mòbil de la cadena.

Pel que fa a l'actualització de les notícies de la pàgina web, cal dir que el més nou correspon a fa 3 dies. El dia que es va analitzar el portal, el tema més innovador de l'apartat “Actualitat Ràdio Estel” és la presentació del nou àlbum del grup de música Blaumut. El que sí que està més actualitzat és l'apartat “Diari del Papa”, on es recullen les notícies de les homilies que el Papa Francesc va fent. Concretament la darrera correspon al dia 10 d'abril³⁷.

Cal dir, però, que Ràdio Estel està en procés de renovació de la seva pàgina web. De fet, el futur a Internet de l'emissora, en bona part, passa per aquest rentat de cara. Una de les problemàtiques amb les que es pot trobar la cadena a l'hora d'afrontar el procés, tal com comenta el seu responsable d'Internet, és la dificultat d'englobar un mitjà radiofònic, Ràdio Estel, i un d'escrit, Catalunya Cristiana, en una sola pàgina web “però que no es trepitgin”. El procés d'integració dels dos mitjans sota el mateix paraigües a la xarxa “està començant”.

³⁵ L'adreça web de l'emissora és la següent: <http://www.radioestel.com/> [consultat per darrera vegada el 12/04/2016]

³⁶ El contingut complet de l'entrevista amb Xavi Aguilar es pot llegir a l'apartat d'Annexos del Treball.

³⁷ L'anàlisi de la pàgina web de Ràdio Estel s'ha fet el dimarts 12 d'abril del 2016.

3.8 Radio Gladys Palmera³⁸:

Abans de començar pròpiament amb l'anàlisi de com l'emissora es comporta a Internet, caldria començar amb una explicació de què és i quina és la seva filosofia. Es tracta d'una emissora radiofònica especialitzada en música. Però no en tots els gèneres. "Con el tiempo hemos ido diversificando los géneros musicales (...). Eso sí, intentamos que no sean músicas comerciales", comenta Álex García, director musical i de continguts de Radio Gladys Palmera³⁹.

No centren els seus punts d'actuació en un àmbit concret, ni en la web, ni en els podcasts ni en les aplicacions mòbils. El més important són els continguts. Això sí, un dels elements que consideren més "útils" són els vídeos dels programes que pengen a la web: "para nosotros primero son los programas y las sesiones y luego los demás. Además, los vídeos sí que se han convertido en una herramienta muy útil. Están en la web".

Pel que fa a l'estructura del seu lloc web, totes les pestanyes fan referència únicament als continguts dels seus programes.



Captura corresponent a la capçalera horitzontal de la web de Radio Gladys Palmera – Font: Gladys Palmera [consultat per darrera vegada el 27/04/2016]

Com es pot veure, a la part superior dreta de la pàgina hi ha els enllaços que condueixen als diferents perfils de l'emissora a les xarxes socials. En aquest cas són: Twitter, Facebook, Google + i Youtube.

Tot i que ara únicament emeti via Internet, no vol dir que sempre hagi estat així. Quan es va crear, l'any 1999, també emetien per FM des de Barcelona. El trànsit al món digital fa 10 anys que el van fer, segons el que diu Álex García.

³⁸ L'enllaç de la pàgina web de l'emissora és el següent: <http://gladyspalmera.com/> [consultat per darrera vegada el 27/04/2016].

³⁹ La transcripció completa de l'entrevista amb Álex García està disponible a l'apartat Annexos del Treball.

El funcionament intern pel que fa al circuit de queixes que poden rebre, tant sobre la pàgina web com sobre els podcasts, és similar el que s'ha vingut observant amb les emissores generalistes analitzades. “Hay correos electrónicos habilitados en cada área. Hay una persona encargada de comunicación. Cuando recibe quejas, se pone en marcha nuestro operativo para identificar quien tiene el problema, y si es nuestro para intentar solucionarlo”, resumeix García.

Les seves estratègies de creixement en l'entorn digital passen per continuar tenint com aliada la tecnologia. “La tecnología incide en el trabajo que tú haces y pensamos mucho en que nos marca mucho el camino (...). Vamos a hacerlo todo a la carta. Creo que el reto está aquí, en la interactividad que conlleva internet”, comenta Álex García. Entre els reptes principals, Álex García menciona la realitat virtual com una cosa a implementar: “ya empieza a ser una cosa de consumo. Marcas como Sony van a lanzar un dispositivo específico para playstation. Vamos a estar pendientes para ver qué podríamos aplicar”

Cal comentar que a la web de Gladys Palmera no es troben notícies o informacions. Només es troben els continguts propis de l'emissora. Per entendre-ho, cal recuperar les paraules del director musical i de continguts de l'emissora quan ha dit que per ells el més important són els seus programes i les sessions que fan.

4. Conclusions

En aquest treball s'ha analitzat què ha comportat Internet per les emissores radiofòniques generalistes que emeten a Catalunya, ja siguin d'àmbit estrictament català o també espanyol -Cadena Ser, Cadena COPE, Onda Cero, Ràdio 4 – Ràdio Nacional d'Espanya, Catalunya Ràdio, RAC1 i Ràdio Estel-. L'anàlisi s'ha centrat en dos punts principals: les seves pàgines webs i els podcasts. La introducció d'aquest segon element ha permès introduir també la repercussió de cada una de les aplicacions mòbils de les emissores anteriorment citades. A més també s'ha inclòs el cas de Radio Gladys Palmera, SL, una de les dues emissores amb llicència del CAC per emetre únicament via Internet. De fet, és la única que està explotant el permís.

Després d'haver analitzat els 8 casos d'estudi seleccionats per aquest treball, una cosa clara es pot extreure. A dia d'avui, Internet, tant la pàgina com els podcasts via les aplicacions mòbils, són vitals. Una mostra que ho evidencia és que tots tenen una persona encarregada de l'àrea d'Internet o àrea Digital. Depenent del tamany es poden trobar departaments sencers, com el cas del departament de Mitjans Digitals en el cas de Catalunya Ràdio⁴⁰ o Atresmedia Digital en el cas d'Onda Cero⁴¹, o persones soles que s'encarreguen de la gestió de l'emissora a la xarxa.

L'actualització és un punt important a la xarxa. Però no únicament dels continguts, també de l'estructura de les pàgines web. Dels casos d'estudi analitzats trobem 2, RAC1 i Ràdio Estel, que ja estan treballant en una nova pàgina web que s'adapti millor a l'estat actual de l'entorn digital. En el cas de RAC1 el format de la nou lloc web ja està pensat i treballat mentre que en el cas de Ràdio Estel s'hi està treballant. A més, en un altre dels casos, Onda Cero, l'actualització de la web ha estat fa 6 mesos. Des d'aleshores és en format responsive. És a dir, que s'adapta al format del dispositiu des d'on s'estigui fent la connexió a Internet: ordinador, tauleta o dispositiu mòbil. El mateix camí també l'ha seguit, abans que Onda Cero, Ràdio 4 – RNE.

Encara queda camí per recórrer en la millora de les pàgines webs de les ràdios generalistes. Si més no, això és una de les coses que es poden deduir de l'entrevista amb el director de Catalunya Ràdio i que fins el mes de gener del 2016 ocupava el càrrec de

⁴⁰ Com es pot comprovar en la transcripció de l'entrevista amb l'editor de la web de Catalunya Ràdio, el departament de Mitjans Digitals és un dels tres pilars que formen la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

⁴¹ Atresmedia Digital és el departament del grup Atresmedia que s'encarrega d'Internet en els diferents mitjans d'aquest grup de comunicació.

director de l'edició digital del diari *El Periódico de Catalunya*, Saül Gordillo⁴². Per Gordillo, una de les vies de futur podria ser personalitzar més els continguts que els usuaris consumeixen a Internet. Això passaria per identificar els gustos i els interessos de cada usuari i oferir un servei més a la carta per ell.

Precisament pel que fa a les aplicacions mòbils, punt que s'ha introduït en aquest treball a partir de l'element dels podcasts, també hi ha emissores que són conscients que l'actualització és important. Un exemple és Catalunya Ràdio. Segons ha comunicat l'editor de la web de la cadena, al mes de setembre ja hi haurà una nova actualització de la ràdio amb més funcions. Dels 8 casos d'estudi, només n'hi ha un, la Cadena Ser, que utilitzi la tecnologia ATOM per fer els seus podcasts. La resta que ha respòs utilitzen la tecnologia RSS. Per tant, majoritàriament s'utilitza més l'RSS que l'ATOM pel que fa a la creació dels podcasts. En el mateix cas de la Cadena Ser, cal dir que també utilitzen el RSS, però és per les línies de text i la subscripció de notícies a través de la xarxa.

Podcasts o pàgina web? Ha estat una de les qüestions que s'ha plantejat als responsables d'Internet de les emissores analitzades. Hi ha respostes que han coincidit en assenyalar que s'està analitzant quin dels dos àmbits és més important de cara el futur. És evident que des de l'inici d'Internet, el trànsit majoritàriament arribava via les pàgines webs. Això però a dia d'avui està canviant. El trànsit d'oients via aplicacions mòbils està creixent i s'està igualant amb el que arriba per les pàgines webs. Hi ha casos, com el d'Onda Cero, on la importància radica en els podcasts. És així perquè consideren que els continguts dels seus podcasts i de la seva aplicació són únics i és el que els diferencia amb la resta de competidors. Un cas semblant és el de RAC1. La diferència està en què l'emissora catalana basa aquesta decisió en el fet que com a ràdio que són es basen en fer àudios de qualitat. Dos dels casos d'estudi, la Cadena COPE i Ràdio Estel, en canvi coincideixen en afirmar que els dos elements, la pàgina web i els podcasts, ara per ara són igual d'importants.

Per on passarà la ràdio del futur? Un dels punts que importants serà l'increment dels streamings de vídeo en directe a la web. Ara bé, potser no seran generalitzats. Emissores com Catalunya Ràdio, la Cadena Ser, RAC1, la Cadena COPE i Onda Cero sí que han reconegut que fan streamings en situacions excepcionals o molt concretes. Entre aquestes es podrien destacar les entrevistes a personatges públics amb rellevància, com ara als principals polítics del país. Hi ha una altra emissora, Ràdio Estel, que directament no fa

⁴² La transcripció completa de l'entrevista amb el director de Catalunya Ràdio i antic responsable de l'edició digital del diari *El Periódico de Catalunya*, Saül Gordillo, es pot trobar a l'apartat Annexos del treball.

streamings de vídeo, però sí que en determinats actes emet per la seva pàgina web directes en vídeo. Estem parlant d'esdeveniments com les misses que se celebren des de l'Abadia de Montserrat. Els streamings de vídeo afegeixen una via més per aconseguir més audiència, tot i que hi ha entrevistats, com és el cas de Carles Miró de RAC1, que han destacat la negativa dels locutors a anar ampliant els vídeos en directe a través de les webs de les emissores.

Això pel que fa a les ràdios generalistes que emeten a Catalunya. Però com bé s'ha assenyalat en l'apartat corresponent a la delimitació de l'objecte d'estudi del treball, també s'ha tingut en compte un altre paràmetre, les empreses amb llicència del CAC per emetre únicament per Internet. En aquest sentit, cal destacar un dels punts que el director musical i de continguts de Radio Gladys Palmera, Álex García, ha destacat: la possible introducció de la realitat virtual al món de la ràdio. És l'únic responsable dels casos d'estudi analitzats que ha mencionat aquest possible escenari. Per trobar una possible explicació a aquest fet caldria veure que Gladys Palmera és una emissora de ràdio que únicament emet per Internet, a diferència dels altres casos que també es poden sintonitzar per la Freqüència Modulada (FM), per la qual cosa tenen diversos punts on centrar l'atenció i mirar de no perdre audiència.

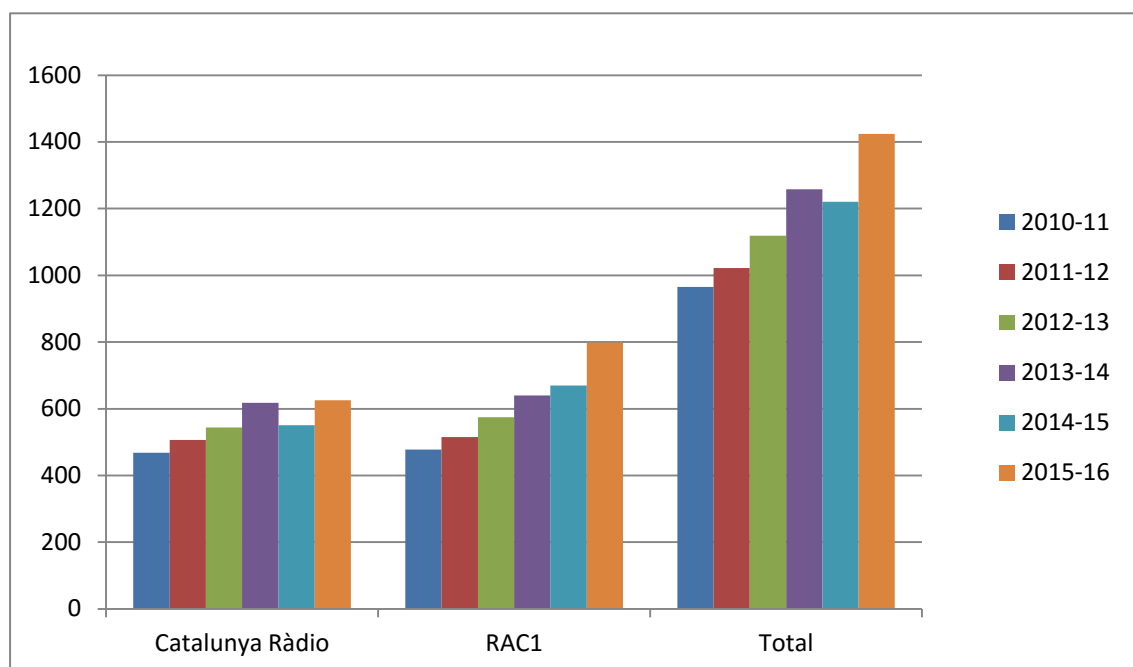
Un dels punts on hi ha coincidència entre tots els entrevistats és l'avantatge de la interacció que proporciona Internet. Això permet a les emissores tenir en compte l'opinió dels usuaris i oients per millorar el funcionament de les seves pàgines webs, aplicacions mòbils o dels podcasts.

Tot i que hi ha hagut autors que en diverses ocasions han teoritzat sobre el final de la ràdio com a mitjà de comunicació de masses, això no ha passat i no hi ha una evidència que predigui que succeirà en un futur. La ràdio ha notat les conseqüències de la revolució digital que està vivint la nostra societat, però s'hi ha adaptat força bé. "Millor o pitjor però el model de negoci de la ràdio encara continua funcionant. Avui dia nosaltres encara continuem guanyant diners amb el sistema tradicional de ràdio i publicitat. Per tant, en el nostre cas la urgència per evolucionar cap a l'escenari digital no és tant grossa". Aquestes són les paraules que ha dit el responsable d'Internet de la Cadena SER a Catalunya, Eduardo Navarro.

Qui coincideix força amb aquesta reflexió és Saül Gordillo. "A diferència d'altres mitjans que han patit més el pas al digital, a les xarxes socials i a l'entorn 2.0, la ràdio s'hi ha sentit molt còmode des del primer moment", són les paraules que ha utilitzat el que avui dia és el

màxim responsable de la ràdio pública catalana. Prova del futur que encara té la ràdio per davant són les dades d'audiència del darrer EGM (1a onada del 2015) . En el cas català, cada cop hi ha més gent que escolta ràdio en català. En l'àmbit espanyol la població que escolta la ràdio també ha crescut respecte la darrera onada. A Espanya a dia d'avui hi ha un 60,5% de la població que escolta la ràdio, 0,4% més que en l'anterior onada de l'EGM. Pel que fa als oients, entre RAC1 i Catalunya Ràdio ara hi ha 1.484.000 catalans que escolten la ràdio generalista en català. Aquesta xifra és la més elevada de la història. Agafant com a referència les xifres dels darrers 6 anys de l'EGM, l'evolució que és la següent⁴³:

Gràfic 3: Evolució audiència ràdio generalista en català (2010-2015). Font: 1ª onada EGM (2010-2016).



Com es pot entendre l'increment d'audiència de la ràdio en un entorn en que als principals mitjans com la premsa o la televisió cada cop és més difícil tenir grans audiències? Una de les claus és que escoltar la ràdio no requereix una voluntat prèvia per fer-ho. Com diu Saül Gordillo, "que et pugui fer molta companyia sense necessitat de mirar-la fa que pugui tenir un futur molt més garantit". D'aquesta manera queda demostrat el futur que té per endavant la ràdio. No només en l'entorn digital, també en l'entorn convencional de la FM.

⁴³ Les dades del gràfic estan expressades en milers.

Tot i així, sí que és evident que la ràdio en el futur, i també en el present, ha de tenir en compte els avantatges que proporciona Internet per adaptar-se a la nova realitat. Fins a dia d'avui ho ha fet, però l'actualització, com s'ha anat comentant al llarg d'aquest treball, és vital. En l'entorn digital, si no et vas renovant constantment t'acaben superant.

5. Referències

5.1 Llibres:

-Canglialosi, G (2008). *The business podcasting book*. Geoghegan, M. (ed). Burlington: Focal Press.

-Carcedo, Diego (2011). La radio ayer, hoy y mañana. Dins M. Ángel Ortíz Serrano i N. López Vidales (Comps.). *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos* (pp. 9-11).

-Gallego Pérez, J. Ignacio (2010). *Podcasting: nuevos modelos de distribución y negocio para los contenidos sonoros*. Barcelona: Editorial UOC, DL.

-González Aldea, Patricia (2011). La radio en Internet: las webs de las cadenas analógicas tradicionales. Dins M. Ángel Ortíz Serrano i N. López Vidales (Comps.). *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos* (pp. 89-122). Madrid: Fragua.

-Harnett, Marl (2012). *Guía de acceso rápido a podcasting: cómo crear audio y vídeo para ipods, iPhones, BlackBerrys, móviles y sitios web*. Buenos Aires: Granica.

-López Vidales, Nereida (2011). La radio se transforma: nuevas tecnologías, nuevos hábitos y nuevos perfiles para el medio más cercano. Dins M. Ángel Ortíz Serrano i N. López Vidales (Comps.). *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos* (pp. 15-40). Madrid: Fragua.

-López Vidales, Nereida i Peñafiel, Carmen (2002). *Claves para la era digital: evolución hacia nuevo medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, DL.

-Meseguer Conesa, Ángel (2009). *La Radio del siglo XXI: un medio interactivo*. Madrid: Euroeditions, cop. 2009.

-Ortíz Serrano, Miguel Ángel (2011). La radio española en el umbral de la web 3.0. Dins M. Ángel Ortíz Serrano i N. López Vidales (Comps.). *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos* (pp. 41-66). Madrid: Fragua.

-Ortiz, Miguel Ángel; Volpini, Federico (1995). *Diseño de programas en radio*. Barcelona: Paidós.

5.2 Informes, articles electrònics i tesis doctorals:

-Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2015). *Informe Económico Sectorial de las Telecomunicaciones y el Audiovisual 2015*. Disponible a: <http://data.cnmc.es/datagraph/files/Informe%20Telecos%20y%20Audiovisual%202015.pdf> [consultat per darrera vegada el 28/02/2016].

-Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2016). *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya. Tercer Quadrimestre del 2015*. [En xarxa]. Disponible a: https://www.cac.cat/pfw_files/cma/Documents/BIAC_num_3.pdf [consultat per darrera vegada el 08/03/2016].

-Dominguez, Eva. 2005. *La Vanguardia.es*. "El cuarto bit. RSS: Una rápida solución para segmentar". Publicado el 13 de diciembre de 2005. Consultat per darrera vegada el 10/05/2016. Disponible en: <http://blogs.lavanguardia.com/elcuartobit/rss-una-rapida-solucion-para-segmentar>

-EGM (2010). *Resumen General. Abril de 2009 a marzo de 2010*. [En xarxa]. Disponible a: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [consultat per darrera vegada el 02/05/2016].

-EGM (2011). *Resumen General. Abril 2010 a marzo 2011*. [En xarxa]. Disponible a: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [consultat per darrera vegada el 02/05/2016].

-EGM (2012). *Resumen General. Abril 2011 a marzo 2012*. [En xarxa]. Disponible a: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [consultat per darrera vegada el 02/05/2016].

-EGM (2013). *Resumen General. Abril 2012 a marzo 2013*. [En xarxa]. Disponible a: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [consultat per darrera vegada el 02/05/2016].

-EGM (2014). *Resumen General. Abril 2013 a marzo 2014*. [En xarxa]. Disponible a: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [consultat per darrera vegada el 02/05/2016].

-EGM (2015). *Resumen General. Abril 2014 a marzo 2015*. [En xarxa]. Disponible a: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [consultat per darrera vegada el 02/05/2016].

-EGM (2016). *Resumen General. Abril 2015 a marzo 2016*. [En xarxa]. Disponible a: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [consultat per darrera vegada el 02/05/2016].

-Ferrer i Guàrdia, Francesc Xavier (2001). *Las emisoras de radio del Estado español en Internet: las bitcasters* (Tesi doctoral). Disponible des de Tesis Doctorales en Red: <http://www.tdx.cat/handle/10803/4097>

-Palazio, Gorka Jakobe (1999). "La radiovisión, el nuevo medio multiservicio", *A: ZER Revista de Estudios de Comunicación*, nº6. Bilbao: UPV/EHU, pp. 179-197. Disponible en <http://www.ehu.eus/zer/es/hemeroteca/articulo/La-radiovisin-el-nuevo-medio-multiservicio/81>, consultat el 16/05/16.

5.3 Pàgines webs:

-Cadena COPE (2016). Disponible a: <http://www.cope.es/> [consultat per darrera vegada el 16/04/2016].

-Cadena Ser – Catalunya (2016). Disponible a: <http://cadenaser.com/tag/c/c35db04e265cd0245bf809627aa6a750/> [consultat per darrera vegada el 16/04/2016].

-CCMA – Catalunya Ràdio (2016). Disponible a: <http://www.ccma.cat/catradio/> [consultat per darrera vegada el 27/04/2016].

-Onda Cero (2016). Disponible a: <http://www.ondacero.es/emisoras/catalunya/> [consultat per darrera vegada el 25/04/2016].

- Palmer, Jordi (2014). TV3 i Catalunya Ràdio, units a internet. *Nació Digital*. Disponible a: <http://www.naciodigital.cat/noticia/78341/tv3/catalunya/radio/units/internet> [consultat per darrera vegada el 27/04/2016].
- RAC 1 (2016). Disponible a: <http://www.rac1.org/> [consultat per darrera vegada el 13/04/2016].
- Ràdio 4 – RNE (2016). Disponible a: <http://www.rtve.es/radio/radio4/> [consultat per darrera vegada el 25/04/2016].
- Ràdio Estel (2016). Disponible a: <http://www.radioestel.com/> [consultat per darrera vegada el 12/04/2016].
- Radio Gladys Palmera (2016). Disponible a: <http://gladyspalmera.com/> [consultat per darrera vegada el 27/04/2016].
- RTVE (2016). Noticias. Disponible a: <http://www.rtve.es/> [consultat per darrera vegada el 27/04/2016].

6. Bibliografia

6.1 Llibres:

- Bailey, Andy (2001). *Network technology for digital audio*. Oxford: Focal Press.
- Cebrián Herreros, Mariano (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- Cebrián Herreros, Mariano (2008). *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio mòvil*. Buenos Aires: La Crujía.
- Gallego Pérez, J. Ignacio; García Leiva, M^a Trinidad coordinadors (2012). *Sintonizando el futuro: radio y producción sonora en el siglo XXI*. Madrid: Instituto RTVE, DL.
- Niqui, Cinto (2007). *Fonaments i usos de tecnologia audiovisual digital: com es creen i comuniquen els continguts audiovisuals de la ràdio, la televisió, el cinema, la telefonia mòbil i Internet a la societat de la comunicació*. Barcelona: Editorial UOC.
- O'Neill, Brian (2010). *Digital radio in Europe: technologies, industries and cultures*. Bristol; Chicago: Intellect.
- Ortíz, Miguel Ángel; Cuesta, Juan (2003). *La radio digital: nuevos perfiles profesionales*. - Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, DL.
- Peinado Miguel, Fernando; Rodríguez Barba, María Dolores; Fernández Sande, Ángel editores (2005). *La radio y la televisión en la Europa digital*. Seminario Internacinal Complutense. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, DL.
- Tenorio, Ivan (2012). *La nueva radio: manual completo del radiofonista 2.0*. Barcelona: Marcombo.
- Salaverría, Ramón, coordinador (2005). *Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social.
- Sellas, Toni (2011). *El Podcasting: la (r)evolución sonora*. Barcelona: Editorial UOC.

6.2 Informes i articles electrònics:

- Bel Mallén, Ignacio; Corredora y Alfonso, Loreto; García Castillejo, Ángel; Abaurrea Velarde, Jorge; Expósito Sacristán, Martín (2001). Informe sobre la convergencia desde el punto de vista del usuario. Internet, Televisión y Radio Digital. *Fundación de la Comunicación Social* (2001). Madrid. Enllaç: <http://docplayer.es/6545335-Informe-sobre-la-convergencia-desde-el.html>

- Bonet, Montse (2007). Nuevos caminos para la radio. Un proceso productivo digital para un negocio analógico. *Revista Telos*, 73 (octubre - diciembre 2007). Enllaç: <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=1&rev=73.htm>

- Cebrián Herreros, Mariano (2008): Modelos de radio, desarrollo e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad. Madrid: Editorial Fragua. Enllaç: <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/5/14contreras.pdf>

- Cebrián Herrerros, M. (2009). Expansión de la ciberradio. Enlace *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 6(1), pp. 11-23 (Enero-abril) – Arxiu PDF. Enllaç: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2932188>

- Franquet, Rosa (2008). Radio digital en España: incertidumbres tecnológicas y amenazas al pluralismo. *Fundación Alternativas* (juny 2008). Madrid. Enllaç: <http://www.fundacionalternativas.org/laboratorio/documentos/documentos-de-trabajo/radio-digital-en-espana-incertidumbres-tecnologicas-y-amenazas-al-pruralismo>

- Franquet, R. I Ribes, X. (2002). La transición digital pendiente de la migración. *Revista Área Abierta*, nº4 (novembre de 2002). Madrid: UCM – Arxiu PDF. Enllaç: <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0202330006A/4266>

- Martínez-Costa, María del Pilar (2004). La radio digital en Europa: perspectivas y evolución. *Quaderns del CAC*, Nº18, pp. 3-12. Enllaç: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1113080>

7. Annexos

7.1 TAULA 1: Llicències CAC⁴⁴

Nom comercial	Àmbit cobertura	Presència Internet	Tipus de Presència	Generalista vs especialitzada	Local vs nacional
40 Principals BCN	Barcelona	SÍ	4	1	
40 Principals Catalunya Central	Manresa	SÍ	4	1	
40 Principals Costa Brava	Palamós	SÍ	4	1	
40 Principals Ebre	Tortosa	SÍ	4	1	
40 Principals Girona	Girona	SÍ	4	1	
40 Principals La Selva	Santa Coloma de Farners	SÍ	4	1	
40 Principals Lleida	Lleida	SÍ	4	1	
40 Principals Osona	Vic	SÍ	4	1	
40 Principals Penedès	Sant Pere de Ribes	SÍ	4	1	
40 Principals Pirineus	Puigcerdà	SÍ	4	1	
40 Principals Reus	Reus (Local)	SÍ	4	1	
Alcanar Ràdio	Alcanar (Local)	SÍ	2	2	1

⁴⁴ Cada una de les columnes correspon als elements que s'han seguit per delimitar l'objecte d'estudi tal com s'ha explicat en aquest apartat del treball.

Alcover Ràdio	Alcover (Local)	SÍ	3	2	1
Alpicat Ràdio	Alpicat (Ràdio)	SÍ	3	2	1
Altafulla Ràdio	Altafulla (local)	SÍ	4	2	1
AMB2 FM	Puigcerdà (Local)	NO	0		
Amposta Ràdio	Amposta (Local)	SÍ	3	2	1
Antena Aldaia	L'Aldea (Local)	NO	0		
Antena Caro	Roquetes (Local)	SÍ	2	2	1
Barcelona FM	Barcelona (Local)	SÍ	4	2	1
Bas Ràdio	La Vall d'en Bas (Local)	SÍ	1	2	1
Cadena 100	Figueres (Local)	SÍ	4	1	
Cadena 100 Barcelona	Barcelona (Local)	SÍ	4	1	
Cadena 100 Lleida	Lleida (Local)	SÍ	4	1	
Cadena 100 Reus	Reus (Local)	SÍ	4	1	
Cadena Dial	Miralcamp (Local)	SÍ	4	1	
Cadena Dial	Manresa (Local)	SÍ	4	1	
Cadena Dial Barcelona	Barcelona (Local)	SÍ	4	1	
Cadena Dial Ebre	Amposta (Local)	SÍ	4	1	
Cadena Dial Girona	Girona (Local)	SÍ	4	1	

Cadena Dial Penedès- Garraf	Sant Pere de Ribes (Local)	SÍ	4	1	
Cadena Dial Salou	Salou (Local)	SÍ	4	1	
Cadena SER Lleida	Lleida (Local)	SÍ	4	2	2
Cadena SER Pallars	Sort (Local)	SÍ	4	2	2
Cadena SER Val d'Aran	Vielha e Mijaran (Local)	SÍ	4	2	2
Calafell Ràdio	Calafell (Local)	SÍ	4	2	1
Caldes FM	Caldes de Malavella (Local)	SÍ	1	2	1
Caldetes Ràdio	Caldes d'Estrac (Local)	NO	0		
CAM Ràdio	Camarles (Local)	NO	0		
Canal 20 Ràdio Olèrdola	Olèrdola (Local)	SÍ	1	2	1
Canal Blau FM	Vilanova i la Geltrú (Local)	SÍ	4	2	1
Catalunya Informació	Nacional	SÍ	4	1	
Catalunya Música	Nacional	SÍ	4	1	
Catalunya Ràdio	Nacional	SÍ	4	2	2
Cent 7 Música - Ràdio Vila- sacra	Vila-sacra (Local)	SÍ	4	1	

Cerdanyola Ràdio	Cerdanyola del Vallès (Local)	SÍ	3	2	1
Constantí Ràdio	Constantí (Local)	SÍ	4	2	1
COPE Barcelona	Barcelona (Local)	SÍ	4	2	2
COPE Manresa	Manresa (Local)	SÍ	4	2	2
COPE OM	Barcelona (Local)	SÍ	4	2	2
COPE Puigcerdà	Puigcerdà (Local)	SÍ	4	2	2
COPE Tarragona	Tarragona (Local)	SÍ	4	2	2
Cugat Ràdio	Sant Cugat del Vallès (Local)	SÍ	4	2	1
El 3 de vuit Ràdio	Sant Pere de Ribes (Local)	NO	0		
El 9 FM	Vic (Local)	SÍ	4	2	1
El Prat Ràdio	El Prat de Llobregat (Local)	SÍ	1	2	1
EMUN FM Ràdio Albesa	Albesa (Local)	SÍ	4	2	1
EMUN FM Ràdio Alfarràs	Alfarràs (Local)	SÍ	4	2	1
EMUN FM Ràdio Alguaire	Alguaire (Local)	SÍ	4	2	1
EMUN FM Ràdio Almenar	Almenar (Local)	SÍ	4	2	1

EMUN FM Ràdio Torrefarrera	Torrefarrera (Local)	SÍ	4	2	1
Europa FM	Sant Pere de Ribes (Local)	SÍ	4	1	
Europa FM	Barcelona (Local)	SÍ	4	1	
Europa FM	Lleida (Local)	SÍ	4	1	
Europa FM	Girona (Local)	SÍ	4	1	
Europa FM	Vielha e Mijaran (Local)	SÍ	4	1	
Europa FM	Tarragona (Local)	SÍ	4	1	
FeM Girona	Girona (Local)	SÍ	4	2	1
Flaix FM	Terrassa (Local)	SÍ	4	1	
Flaix FM	Montblanc (Local)	SÍ	4	1	
Flaix FM	Manresa (Local)	SÍ	4	1	
Flaix FM	Vic (Local)	SÍ	4	1	
Flaix FM	Puigcerdà (Local)	SÍ	4	1	
Flaix FM	Lleida (Local)	SÍ	4	1	
Flaix FM	Tortosa (Local)	SÍ	4	1	
Flaix FM	Girona (Local)	SÍ	4	1	
Gum FM Aran	Vielha e Mijaran (Local)	SÍ	4	1	
Gum FM Pirineus	El Pont de Suert (Local)	SÍ	4	1	
Hit 103	Valls (Local)	SÍ	1	1	

Imagina Ràdio	Tortosa (Local)	SÍ	4	2	1
Joy FM	Castell-Platja d'Aro (Local)	SÍ	3	1	
Kiss FM	La Bisbal d'Empordà (Local)	SÍ	4	1	
Kiss FM	Terrassa (Local)	SÍ	4	1	
l'Espluga FM Ràdio	L'Espluga de Francolí (Local)	SÍ	4	2	1
La Cala Ràdio	L'Ametlla de Mar (Local)	SÍ	4	2	1
La Plana Ràdio	Santa Bàrbara (Local)	SÍ	4	2	1
La Sénia Ràdio	La Sénia (Local)	SÍ	4	2	1
La Veu de Navàs	Navàs (Local)	SÍ	3	2	1
La Veu de Sant Jaume	Sant Jaume dels Domenys (Local)	SÍ	2	2	1
La Veu de Sant Joan	Sant Joan de les Abadesses (Local)	SÍ	2	2	1
Live FM	Campdevàdol (Local)	SÍ	4	1	
Llagostera Ràdio	Llagostera (Local)	SÍ	4	2	1
Lleida Ràdio	Lleida (Local)	NO	0		
M80	Lleida (Local)	SÍ	4	1	
M80 Barcelona	Barcelona (Local)	SÍ	4	1	

M80 Tarragona- Reus	Tarragona (Local)	SÍ	4	1	
Matadepera Ràdio	Matadepera (Local)	SÍ	4	2	1
Mataró Ràdio	Mataró (Local)	SÍ	4	2	1
Màxima FM	Barcelona (Local)	SÍ	4	1	
Màxima FM	Roses (Local)	SÍ	4	1	
Màxima FM Lleida	Lleida (Local)	SÍ	4	1	
Melodia FM	Sant Feliu de Guíxols (Local)	SÍ	4	1	
Melodía FM	Mataró (Local)	SÍ	4	1	
Melodía FM	Lleida (Local)	SÍ	4	1	
Montbui Ràdio	Santa Margarida de Montbui (Local)	SÍ	2	2	1
Montcada Ràdio	Montcada i Reixac (Local)	SÍ	3	2	1
Montserrat Ràdio	Manresa (Local)	SÍ	3	1	
noucinc.2 ràdio	Terrassa (Local)	SÍ	2	2	1
Nova Ràdio Lloret	Lloret de Mar (Local)	SÍ	4	2	1
Olesa Ràdio	Olesa de Montserrat (Local)	SÍ	4	2	1
Ona Bitlles	Sant Pere de Riudebitlles (Local)	SÍ	2	2	1

Ona Codinenca	Sant Feliu de Codines (Local)	SÍ	3	2	1
Ona FM	El Vendrell (Local)	NO	0		
Ona FM Empordà	Figueres (Local)	NO	0		
Ona FM Girona	Girona (Local)	NO	0		
Ona FM Tarragona	Reus (Local)	NO	0		
Ona La Torre	Torredembarra (Local)	SÍ	2	2	1
Ona Malgrat	Malgrat de Mar (Local)	SÍ	2	2	1
Ona Vilamalla	Vilamalla (Local)	SÍ	2	2	1
Onda Cero	Vilanova i la Geltrú (Local)	SÍ	4	2	2
Onda Cero	Lleida (Local)	SÍ	4	2	2
Onda Cero	Reus (Local)	SÍ	4	2	2
Onda Cero	Granollers (Local)	SÍ	4	2	2
Onda Cero	Calella (Ràdio)	SÍ	4	2	2
Onda Cero	Girona (Local)	SÍ	4	2	2
Penedès FM Subirats	Subirats (Local)	SÍ	3	2	1
Premià de Dalt Ràdio	Premià de Dalt (Local)	SÍ	3	2	1
Pròxima FM	Puigcerdà (Local)	SÍ	3	1	
Punt 7 Ràdio Sant Celoni	Sant Celoni (Local)	SÍ	3	2	1

RAC 1	Tarragona (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Sant Celoni (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Igualada (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	El Masnou (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Sant Carles de la Rapità (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Girona (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Sitges (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Lleida (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Vic (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Castell-Platja d'Aro (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Lloret de Mar (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Olot (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Puigcerdà (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Ripoll (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	La Seu d'Urgell (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 1	Sort (Local)	SÍ	4	2	2
RAC 105	Barcelona (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Castell-Platja d'Aro (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Lloret de Mar (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Banyoles (Local)	SÍ	4	1	

RAC 105	Lleida (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Manresa (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Sant Pere de Ribes (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Vic (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Olot (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Puigcerdà (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Ripoll (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Tremp (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Tarragona (Local)	SÍ	4	1	
RAC 105	Tortosa (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Abrera	Abrera (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Almacelles	Almacelles (Local)	NO	0		
Ràdio Aran	Vielha e Mijaran (Local)	NO	0		
Ràdio Arbeca	Arbeca (Local)	NO	0		
Ràdio Arboç	L'Arboç (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Arbúcies	Arbúcies (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Arenys	Arenys de Mar (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Arenys de Munt	Arenys de Munt (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Argentona	Argentona (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Artesa	Artesa de Segre (Local)	SÍ	3	2	1

Ràdio Balaguer	Balaguer (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Balsareny	Balsareny (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Banyeres	Banyeres del Penedès (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Banyoles	Banyoles (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Barberà	Barberà del Vallès (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Barcelona	Barcelona (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Barcelona OM	Barcelona (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Batea	Batea (Local)	NO	0		
Ràdio Begur	Begur (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Bellpuig	Bellpuig (Local)	NO	0		
Ràdio Bellvei	Bellvei (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Berga	Berga (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Besalú	Besalú (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Blanes	Blanes (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Bonmatí	Sant Julià de Llor i Bonmatí (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Breda	Breda (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Cabanes	Cabanes (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Cabrera	Cabrera de Mar (Local)	SÍ	4	2	1

Ràdio Caldes	Caldes de Montbuí (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Calella	Calella (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Camprodon	Camprodon (Local)	NO	0		
Ràdio Canet	Canet de Mar (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Cap de Creus	Cadaqués (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Capellades	Capellades (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Cardona	Cardona (Local)	NO	0		
Ràdio Cassà	Cassà de la Selva (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Castellar	Castellar del Vallès (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Castelldefels	Castelldefels (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Celrà	Celrà (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Cervelló	Cervelló (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Ciutata de Badalona	Badalona (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Corbera	Corbera de Llobregat (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Corbins	Corbins (Local)	NO	0		
Ràdio Cornellà	Cornellà de Llobregat (Local)	SÍ	4	2	1

Ràdio Costa Brava - Cadena SER	Castell-Platja d'Aro (Local)	SÍ	3	2	2
Ràdio Cubelles	Cubelles (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Cunit	Cunit (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Delta	Deltebre (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Desvern	Sant Just Desvern (Local)	SÍ	4	2	1
Radio DOS 84	Hostalric (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio El Morell	El Morell (Local)	NO	0		
Ràdio El Plà	El Plà de Santa Maria (Local)	NO	0		
Ràdio El Vendrell	El Vendrell (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Esparreguera	Esparreguera (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Estel	Sant Pere de Ribes (Local)	SÍ	4	2	2
Ràdio Estel	Vic (Local)	SÍ	4	2	2
Ràdio Estel	Tarragona (Local)	SÍ	4	2	2
Ràdio Estel	Tortosa (Local)	SÍ	4	2	2
Ràdio Estel	Girona (Local)	SÍ	4	2	2
Ràdio Estel	Barcelona (Local)	SÍ	4	2	2
Ràdio Estel	Sant Sadurní d'Anoia (Local)	SÍ	4	2	2

Ràdio Estudi	Esplugues de Llobregat (Local)	NO	0		
Ràdio Falset	Falset (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Flaixbac	Sant Feliu de Llobregat	SÍ	4	1	
Ràdio Flaixbac	Manresa (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Flaixbac	Vic (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Flaixbac	Girona (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Flaixbac	Puigcerdà (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Flaixbac	Lleida (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Flaixbac	Tarragona (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Flaixbac	Tortosa (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Flix	Flix (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Foradada	Foradada (Local)	NO	0		
Ràdio Gandesa	Gandesa (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Gavà	Gavà (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Gelida	Gelida (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Girona - Cadena SER	Girona (Local)	SÍ	4	2	2
Ràdio Girona - Cadena SER	Girona (Local)	SÍ	4	2	2
Ràdio Granollers	Granollers (Local)	SÍ	4	2	1

Ràdio Igualada	Igualada (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Jove	Santa Susanna (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Joventut	Masdenverge (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Juneda	Juneda (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio l'Escala	L'Escala (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio l'Hospitalet de l'Infant	Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio La Bisbal	La Bisbal d'Empordà (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio La Llagosta	La Llagosta (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio La Selva	La Selva del Camp (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio La Vall	Les Preses (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Les	Les (Local)	NO	0		
Ràdio Les Borges	Les Borges Blanques (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Les Planes	Les Planes d'Hostoles (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Litoral	Sant Pol de Mar (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Llavaneres	Sant Andreu de Llavaneres (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Lleida - Cadena SER	Lleida (Local)	SÍ	4	2	2

Ràdio Manlleu	Manlleu (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Manresa - Cadena SER	Berga (Local)	SÍ	3	2	2
Ràdio Mar d'Amunt	El Port de la Selva (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Marca Barcelona	Sabadell (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Marca Tortosa	Tortosa (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Maricel	Sitges (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Marina	Blanes (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Marina	Calella (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Martorell	Martorell (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Masquefa	Masquefa (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Moià	Moià (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Molins de Rei	Molins de Rei (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Mollet del Vallès	Mollet del Vallès (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Montblanc	Montblanc (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Montesquiu	Montesquiu (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Montgrí	Torroella de Montgrí (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Montornès	Montornès del Vallès (Local)	SÍ	3	2	1

Ràdio Móra d'Ebre	Móra d'Ebre (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Móra la Nova	Móra la Nova (Local)	NO	0		
Ràdio Nova	Vilanoca del Camí (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Olot	Olot (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Ona	Torelló (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Palafolls	Palafolls (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Palafrugell	Palafrugell (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Palamós	Palamós (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Palau	Palau-solità i Plegamans (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Pallejà	Pallejà (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Piera	Piera (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Pineda	Pineda de Mar (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Pinós	Pinós (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Pirineus - Cadena SER	Puigcerdà (Local)	SÍ	3	2	2
Ràdio Pista	Balenyà (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Platja d'Aro	Castell-Platja d'Aro (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Ponent	Mollerussa (Local)	NO	0		
Ràdio Ponts	Ponts (Local)	SÍ	2	2	1

Ràdio Premià de Mar	Premià de Mar (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Principat	La Seu d'Urgell (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Principat	Puigcerdà (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Principat	Bossòst (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Principat	Lleida (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Puig-reig	Puig-reig (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Quart	Quart (Local)	NO	0		
Ràdio Ràpita	Sant Carles de la Ràpita (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Reus OM - Cadena SER	Reus (Local)	SÍ	4	2	2
Ràdio Ribes	Sant Pere de Ribes (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Ripoll	Ripoll (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Ripollet	Ripollet (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio RM	Castell-Platja d'Aro (Local)	SÍ	1	1	
Ràdio RM	Cabrils (Local)	SÍ	1	1	
Ràdio RM	Calella (Local)	SÍ	1	1	
Ràdio Roda	Roda de Ter (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Rosselló	Rosselló (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Rubí	Rubí	SÍ	4	2	1

Ràdio Sabadell	Sabadell (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Sallent	Sallent (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Salt	Salt (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Sant Andreu	Sant Andreu de la Barca (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Sant Boi	Sant Boi de Llobregat (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Sant Cebrià	Sant Cebrià de Vallalta (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Sant Esteve	Sant Esteve de Sesrovires (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Sant Feliu	Sant Feliu de Guíxols (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Sant Feliu	Sant Feliu de Llobregat (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Sant Fruitós	Sant Fruitós de Bages (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Sant Gregori	Sant Gregori (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Sant Hilari	Sant Hilari Sacalm (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Sant Joan	Sant Joan de Vilatorrada (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Sant Joan	Sant Joan les Fonts (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Sant Quirze	Sant Quirze del Vallès (Local)	SÍ	3	2	1

Ràdio Sant Sadurní	Sant Sadurní d'Anoia (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Sant Vicenç	Sant Vicenç de Montalt (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Santa Perpètua	Santa Perpètua de Mogoda	SÍ	4	2	1
Ràdio Santpedor	Santpedor (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio Sarrià	Sarrià de Ter (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Seu FM	La Seu d'Urgell (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Silenci	La Garriga (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Sió	Agramunt (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio St. Vicenç	Sant Vicenç dels Horts (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Súria	Súria (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Taradell	Taradell (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Tàrraga	Tàrraga (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Tele Taxi	Amposta (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi	Rubí (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi	Manresa (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi	Sant Pere de Ribes (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi	Vic (Local)	SÍ	4	1	

Ràdio Tele Taxi	Girona (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi	Olot (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi	Ripoll (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi	Puigcerdà (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi	Tremp (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi	Tarragona (Local)	SÍ	4	1	
Ràdio Tele Taxi Lleida	Lleida	SÍ	4	1	
Ràdio Terrassa	Terrassa (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Tiana	Tiana (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Tordera	Tordera (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Torregrossa	Torregrossa (Local)	NO	0		
Ràdio Tortosa	Tortosa (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Tossa	Tossa de Mar (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio U-A-1	Lleida (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Ulldecona	Ulldecona (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Vallalta	Sant Iscle de Vallalta (Local)	SÍ	2	2	1
Ràdio Vic	Vic (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdio Vila	Viladecavalls (Local)	SÍ	1	2	1
Ràdio	Vilablareix	SÍ	4	2	1

Vilablareix	(Local)				
Ràdio Vilafant	Vilafant (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Vilafranca	Vilafranca del Penedès (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Vilamajor	Sant Antoni de Vilamajor (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Vitamènia	Santa Maria de Palautordera (Local)	SÍ	4	2	1
Ràdio Voltregà	Sant Hipòlit de Voltregà (Local)	SÍ	3	2	1
Ràdiob - Ràdio Ciutat de Badalona	Badalona (Local)	SÍ	3	2	1
Radiolé Barcelona	Martorell (Local)	SÍ	4	1	
RAP 107 FM	Parets del Vallès (Local)	SÍ	2	2	1
Rock FM	Barcelona (Local)	SÍ	4	1	
Rock FM	Igualada (Local)	SÍ	4	1	
Rock FM	Tarragona (Local)	SÍ	4	1	
Roda de Berà Ràdio	Roda de Berà (Local)	SÍ	1	2	1
RV-94,2	Vallromanes (Local)	NO	0		

7.2 Resposta CAC empreses amb llicència per emetre ràdio per Internet:

Senyor,

En relació amb la consulta que ens vàreu fer arribar mitjançant el formulari de consultes del nostre web, us informem que la comunicació prèvia per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual mitjançant altres sistemes de transmissió que les ones hertzianes terrestres, l'han de realitzar a aquest Consell aquells prestadors de serveis de comunicació audiovisual de televisió i/o de ràdio, de gestió privada, amb responsabilitat editorial sobre la selecció dels programes i continguts i la seva organització en un canal (radiodifusió) o en un catàleg de programes (servei a petició), d'acord amb el que estableix la [Instrucció sobre les condicions i el procediment de la comunicació prèvia per a la prestació de serveis de comunicació audiovisual mitjançant tecnologies altres que l'espectre radioelèctric.](#)

En aquest sentit, per ser considerat un servei de ràdio, cal que la seva finalitat principal sigui la de proporcionar programes i continguts a través de xarxes de comunicacions electròniques, amb l'objecte d'informar, entretenir o educar al públic en general, així com emetre comunicacions comercials. D'altra banda, cal recordar que els prestadors del servei públic de ràdio i televisió d'àmbit nacional i local que emeten els seus continguts mitjançant tecnologies altres que les ones hertzianes terrestres no han de trametre el formulari de comunicació prèvia a aquest Consell. Més enllà d'aquests darrers, resten subjectes al règim de comunicació prèvia els prestadors de serveis de comunicació audiovisual mitjançant tecnologies altres que l'espectre radioelèctric als quals fa referència l'article 2 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya.

Ateses aquestes consideracions i d'acord amb l'àmbit d'aplicació de la Instrucció sobre la comunicació prèvia, us informem que, pel que fa als serveis de ràdio mitjançant altres sistemes de transmissió que les ones hertzianes terrestres, únicament les següents societats han comunicat la prestació del servei de ràdio per Internet:

- Radio Gladys Palmera, SL: *música llatina i world music*, informacions, notícies, cròniques, reportatges, entrevistes, notes d'agenda relatives a espectacles. Cinc canals emesos en *streaming* i podcasts.

- Producció de Comunicacions Mediàtiques, SL: àudio sota demanda i audio *streaming*.

La graella de programació es configura al voltant de notícies d'actualitat i reportatges.

Atentament,
Àrea Jurídica
Consell de l'Audiovisual de Catalunya

7.3. Model document cessió dels Drets d'autor:

Jo, *[nom sencer de la persona de la qual serà transcrita l'entrevista/publicat el qüestionari]*

Amb DNI *[de la persona de la qual serà transcrita l'entrevista/publicat el qüestionari]*

Faig constar:

- Que autoritzo a que la meva entrevista/formulari sigui transcrit per *nom de l'alumne* que tingui com a objectiu l'elaboració del seu Treball de Fi de Grau i, conseqüentment, reconec que l'esmentada difusió no suposa menyspreu al meu honor, prestigi, ni constitueix cap intromissió il·legítima de la meva intimitat d'acord amb allò que estableix la llei orgànica 1/1982, de 5 de maig, de protecció del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge.
- Que, en cas de tenir algun dret de propietat sobre els materials que puguin derivar-se d'aquests enregistraments/formularis, cedeixo a *nom de l'alumne amb DNI de l'alumne* tots els drets d'explotació sobre els mateixos, amb caràcter de no exclusivitat, en totes les modalitats d'explotació, per tot el món i per tot el temps de la seva durada.
- Que conec que l'esmentat Treball de Fi de Grau és susceptible de fer-se'n comunicació pública a través del Dipòsit Digital de Documents de la UAB (DDD) per la qual cosa, signo aquest document de conformitat amb allò establert a la llei orgànica 15/1999, del 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal reconeixent que he estat degudament informat per part de la UAB que puc exercir els meus drets d'accés, rectificació, cancel·lació o oposició respecte de les meves dades enviant un escrit, acompanyant una fotocòpia del DNI, dirigida a la Secretaria General, Edifici Rectorat, 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès).

I perquè així consti signo la present,

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), *[dia, mes i any]*

7.4. Qüestionari model entrevistes casos d'estudi:

1. Teniu alguna àrea que únicament s'encarregui de l'àrea d'Internet?
 - a. En cas que sí, des de quan?
2. Si haguéssiu de concentrar els esforços en algun punt en concret (web, podcast,...), en quin seria?
3. Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament de la vostra pàgina web, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).
4. Teniu un pla d'expansió per Internet o alguna eina planejada sobre com ha de ser el vostre posicionament a la xarxa?
 - a. En cas que sí, la podria explicar mínimament?
5. A què li doneu més importància, a la vostra pàgina d'Internet (*Bitcasters*) o a les aplicacions mòbils (*podcasts*)? Perquè?
6. Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament d'algun dels vostres podcasts, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).
7. Teniu en compte la interacció que rebeu dels vostres usuaris, tant de la pàgina web com dels podcasts?
8. En el cas dels podcasts, quina tecnologia utilitzeu, RSS o ATOM?
 - a. Quina versió?
 - b. Perquè utilitzeu aquesta i no l'altre?
9. La vostra empresa fomenta la convergència de diferents plataformes? Per exemple, en el cas de Catalunya Ràdio, durant les retransmissions de Futbol de la TdP tenen dues línies, una interna del camp i una altre externa i que és la que s'escolta la majoria dels oients.
 - a. Relacionat amb això, quin paper té per vosaltres Internet a l'hora de difondre un mateix àudio per diferents plataformes.
10. Relacionat amb això, quin paper té per vosaltres Internet a l'hora de difondre un mateix àudio per diferents plataformes.
11. Des de la teva emissora, feu streamings a altres mitjans (televisió, Internet,...)?
 - a. En cas que sí, quin àudio poseu, el de la televisió o el de la ràdio?
 - b. Hi ha una tendència concreta que segueix per fer-ho així?

7.5. Entrevistes casos d'estudi:

7.5.1 CADENA SER – Eduardo Navarro

Teniu alguna àrea que únicament s'encarregui de l'àrea d'Internet?

Sí. Ara bé, tenim una redacció única, d'aquesta manera jo coordino a tothom i moltes vegades adapto les peces de ràdio al llenguatge d'Internet. Per exemple, avui [en referència al dia que es va fer l'entrevista] ha sortit que els Mossos han confirmat un nou cas d'abusos a menors en un institut de l'Ametlla del Vallès. La peça la fa la nostra redactora de successos per la ràdio i després nosaltres l'adaptem a Internet. Però la redacció és única. Hi ha casos de redaccions que es dediquen especialment a Internet, però aquest no n'és un.

I des de quan hi ha aquest departament?

En realitat aquesta feina la porto fent des de fa 6 anys, moment en el que comença a enlairar-se el nostre projecte web, que primer va ser per Ràdio Barcelona i després evolucionem cap al projecte de la web de la Cadena Ser a Catalunya. És a dir, webs també per Girona, Lleida, Tarragona, Reus i Andorra i una portada, la *home*, per Catalunya que agrupa les notícies de tot arreu i d'àmbit estrictament català. Per exemple, avui [en referència al dia de l'entrevista] a la portada hi ha que, encara que els juristes del Parlament ho desaconsellen, JxSí i la Cup tiraran endavant les ponències conjuntes de les lleis de desconnexió. Tot i no ser de Barcelona, l'hem posat a la portada de Catalunya. I això ho portem fent des de fa 6 o 7 anys.

És en l'únic departament que has estat de la Cadena Ser?

Jo he estat en diferents emissores de la Ser (Lleida, Madrid,...). Quan vaig tornar a Barcelona, l'any 2002, em vaig dedicar a coordinar un departament més ampli que incloïa més coses, a més d'Internet, formació amb noves tecnologies, i arxiu i documentació.

Si haguéssiu de concentrar els esforços en algun punt en concret (web, podcast,...), en quin seria?

Respecte als podcast he de dir que ens ve una mica donat, és automàtic. De tota manera, nosaltres estem en un període d'anàlisi per saber què és el que més ens interessa. Les

estadístiques ens indiquen que molta gent entra o bé per escoltar un àudio en directe, via *streaming*, o bé per fer ràdio a la carta; per escoltar, descarregar peces. Entra força gent per aquesta via. Tampoc sabem si, en el nostre cas, ens interessa entrar en competència amb mitjans del propi grup que ja es dediquen molt a fer notícies. Per exemple, *El País*, que el tenim a la planta de dalt. Dins el grup s'està movent tot. No és cap secret si dic que als diaris se'ls està morint el model de negoci. Per tant, tenen pressa per evolucionar cap al món digital. La ràdio és diferent. Millor o pitjor però el model de negoci de la ràdio encara continua funcionant. Avui dia nosaltres encara continuem guanyant diners amb el sistema tradicional de ràdio i publicitat. Per tant, en el nostre cas la urgència per evolucionar cap a l'escenari digital no és tant grossa. Però sí que estem mirant a veure cap a on hem d'anar i què hem de fer.

I poseu tots els temes a la web?

Ara per ara, sembla bastant clar que hem de donar sortida als continguts propis. És a dir, a les notícies que publiquem nosaltres. Si jo tinc una companya que es dedica als temes de sanitat i esbrina que s'han acabat les existències d'una vacuna per anar al Japó, això ho publiquem. Hem de dedicar esforços per promocionar-ho. Ara, hem de parlar de la sessió d'investidura del Congrés? És que això ja ho fa Madrid. A més també hem de tenir en compte els recursos que disposem. Moltes vegades has de triar el que s'ha de fer.

Només això?

Moltes vegades també és convenient, i això ho estem mirant de fer-ho, potenciar el teu àudio. El nostre ADN és àudio i hem de veure com li traïem sortida. Per una banda, l'*streaming*, més cridaner, accessible, tant via *app* com via web; precisament l'aplicació és també un tema força important. Estem treballant per tenir un apartat propi de Ser-Catalunya dins l'*app* de la Cadena Ser on poder treure àudio i les nostres notícies. Personalment aquesta és una via en la que hi crec bastant ja que crec bastant en el smartphone com a via de ràdio de futur, d'escolta i de consulta de notícies per *app*, fora de la pàgina web.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament de la vostra pàgina web, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).

Algunes peticions o consultes les rebem sobre Facebook. Les queixes sobre el funcionament de la web que rebem és que els àudios no es descarreguen, únicament

s'escolten. Però això és una decisió d'empresa. Es va decidir que no regalem l'àudio. Si vols el pots escoltar, però no et facilitem la descàrrega. Principalment per aquesta via és per on venen algunes queixes. Cal tenir present que nosaltres formem part d'una empresa més gran, Cadena Ser, i que a la web som només una petita part d'un gran portal com es Cadenaser.com. No som un univers propi. Hi ha moltes decisions de disseny web que ja venen donades. El que sí que fem sovint és adreçar les queixes que tenim a Madrid. De fet, jo parlo sovint amb el cap digital i li explico. Són receptius. Anem canviant, sempre que es pot. Al final per parlar del desenvolupament web sempre parlem de temps i diners.

Teniu un pla d'expansió per Internet o alguna eina planejada sobre com ha de ser el vostre posicionament a la xarxa?

Jo crec que la nostra expansió passa per l'aplicació de Cadenaser.com. Fer-la més clara, tenir un apartat propi encara més clar del que ara tenim. Potenciar també les emissions alternatives via *streaming*. Nosaltres tenim unes retransmissions de futbol diferent. Aquí fem *Moguts pel Barça* mentre que a Madrid fan el *Carrusel Deportivo*. De manera que la idea que tenim és que puguis obrir la web i l'app que tinguis les dues opcions per triar. Moltes vegades *Carrusel* se sobreposa a programes nostres que fem des d'aquí. Aleshores creiem convenient donar sortida a aquests programes, de manera fàcil, mitjançant l'app. Aquest és el nostre actual. A més també volem polir el desenvolupament web que ara tenim. Cal dir que es tracta d'un desenvolupament propi, que ha fet la mateixa cadena. Portem amb ell un any i mig, i el que volem és anar-lo ajustant. Buscar fórmules perquè sigui més còmode i agradi a més gent. També cal tenir present que nosaltres tenim diferents elements: portades de les diferents emissores i portades de cada programa. Coordinar i mirar que tot sigui coherent és difícil. És per això que ara també estem en una fase d'estudi sobre les portades dels programes: com han de ser? Què han de contenir? Mirar que tinguin una estètica més homogènia...

A què li doneu més importància, a la vostra pàgina d'Internet (*Bitcasters*) o a les aplicacions mòbils (*podcasts*)? Perquè?

Jo crec, i estic força convençut, que de cara al futur hem de dedicar esforços en l'àmbit de les aplicacions mòbils.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament d'algun dels vostres podcasts, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).

El model a seguir és el mateix que amb la web. Generalment la queixa la rebem via Facebook. Per entendre això primer cal dir que a nosaltres ens arriba un major trànsit per Facebook que no pas per Twitter, amb una desproporció bastant gran (60-20), tres vegades més. Alguna vegada també truca gent que està buscant alguna cosa i no la troba. Aleshores li expliquem com es fa.

Esteu satisfets amb el servei actual de podcast que ofereix?

També cal dir que no acabem d'estar molt contents amb el nostre mòdul d'àudio, el *player*. És un mòdul separat però dins de la pàgina web. Ni la direcció digital a Madrid ni a BCN estem bastant contents. Per això estem treballant per veure què es pot fer al respecte; donar-li més usabilitat i fer les coses més senzilles.

M'has explicat què passa quan les queixes les rebeu via xarxes socials, però quin és el circuit intern que se segueix?

El nostre protocol d'actuació habitual és aquest: jo rebo les queixes. En primer terme les trasllado al meu cap, el director de continguts, Jaume Serra; i en segon terme al cap digital de la Ser a Madrid, Nacho Rojo. És la mateixa via de diàleg i amb els mateixos interlocutors que en el cas de la web.

Teniu en compte la interacció que rebeu dels vostres usuaris, tant de la pàgina web com dels podcasts?

Procurem. Al final el nostre negoci ens devem molt al públic: per una banda els anunciants i per l'altra l'audiència. Evidentment, a tots els hem de cuidar i mimar molt. Porto 28 anys en el món de la ràdio i el primer que em van ensenyar és que si sona el telèfon, el primer que has de ser és amable amb la persona que està a l'altra banda perquè és el teu client. L'has d'atendre, has d'escoltar el que et diu i li has de donar una solució. Això també ho fem en el món digital. Hi ha tot tipus de queixes. Ara bé, són opinions i, per tant, són respectables. Coincideixis o no les has de traslladar.

En el cas dels podcasts, quina tecnologia utilitzeu, RSS o ATOM?

Utilitzem RSS en el cas de les línies de text i de la subscripció de notícies. En el cas dels podcast diria que és ATOM. Tenim la doble via. Per una banda, Android i per l'altra Apple. Però en general estem generant continguts per les dues vies amb ATOM. El que passa és

que com és un element que ja ens ha vingut donada, no tinc un gran coneixement sobre com funciona. Sí que sé que és, però no en tinc ple coneixement.

Quina versió?

No t'ho sabria dir; no sé si ens figura en els podcast. Però ho podem mirar. [Consulta el seu mòbil]. Pel que em posa aquí, diria que és la versió 2005, però no sé dir-te gaire cosa més.

Perquè utilitzeu aquesta i no l'altre?

No t'ho puc dir. Se'ns escapa.

La vostra empresa fomenta la convergència de diferents plataformes? Per exemple, en el cas de Catalunya Ràdio, durant les retransmissions de Futbol de la TdP tenen dues línies, una interna del camp i una altre externa i que és la que s'escolta la majoria dels oients.

Nosaltres el que tenim és una línia d'ordres, que d'altre banda és un clàssic en el món de la ràdio. Sempre hi ha una línia d'ordres interna. El que sí que estem provant molt últimament és a la comunicació IP. Hi estem treballant molt amb diferents eines. El principal problema que solem tenir és la cobertura. Si hi ha una bona cobertura 4G no passa res, però estem provant amb algun tipus de software que porten els nostres redactors via smartphones per poder comunicar-nos via IP des d'allà on estiguin.

Relacionat amb això, quin paper té per vosaltres Internet a l'hora de difondre un mateix àudio per diferents plataformes?

Per nosaltres Internet no només és la segona oportunitat, sinó que és l'oportunitat que l'àudio pervisqui. Som ràdio i normalment estem parlant d'un mitjà efímer on un esdeveniment s'acaba quan s'acaba l'emissió. Nosaltres fem força reemissió, obligats per la llei de normalització. Com que tenim molta part de la graella ocupada, de matinada sí que reemetem molts, fins i tot diria tots els que programes que fem. Tant durant la setmana, com els de cap de setmana. A més a més, des de fa ja uns quants anys, tenim l'opció d'Internet, que ens dona l'oportunitat que un àudio perduri més enllà del moment en què ha acabat aquella emissió. Per exemple, una entrevista a Ferran Adrià no només s'acaba quan la gravació pròpiament ha finalitzat. Amb Internet sempre quedarà. I sempre que vulguis la tindràs disponible i pots escoltar-la de manera accessible. Com ja he dit abans,

és veritat que nosaltres no facilitem la descarrega dels nostres arxius d'àudio, però això no vol dir que no es puguin escoltar. Si vols el graves, i via podcast al final te'l pots descarregar. El que no fem és fomentar la descarrega.

Des de la teva emissora, feu streamings a altres mitjans (televisió, Internet,...)?

Nosaltres fem dos tipus d'streaming: el d'àudio, el clàssic, i el de vídeo, en circumstàncies concretes. Generalment quan hi ha entrevistes o algun programa especial. Per exemple, aquesta setmana [en referència als dies previs a l'entrevista] hem tingut al president Puigdemont aquí amb la Pepa Bueno. En aquest cas, vam fer streaming de vídeo. Si fem un programa especial com el que cada nit de reis organitzem, el "Cap nen sense joguina", també s'emet en streaming de vídeo simultàniament mentre s'està fent l'streaming d'àudio. Tenim una línia pròpia d'streaming de vídeo i mirem d'incrementar les nostres possibilitats, no tant de canal sinó de hardware. Tenim algunes petites limitacions i volem comprar més càmeres, muntar un petit control de realització per poder oferir un streaming de vídeo amb més qualitat. El que diré ara és un debat obert. Un amic meu quan li explico el que volem fer em diu que això ja existeix des de fa molts anys i es diu televisió. Automàticament em pregunta, i vosaltres què sou? És un debat obert, no s'acaba de tenir molt clar que som. El que sí que està clar és el que l'usuari demana. Cada cop pugen més vídeo amb streaming i enregistrat.

Amb els streamings que feu quin àudio poseu, el de la televisió o el de la ràdio?

Normalment l'àudio del vídeo és el mateix que el de la ràdio. No fem una cosa diferent, el que sí que passa és que oferim el plus de veure allò que està passant. L'àudio és el mateix que pots escoltar al cotxe o a qualsevol altre lloc. La única cosa que fem és que en una banda enviem només àudio i en l'altre enviem les dues coses, àudio i vídeo.

Hi ha una tendència concreta que seguiu per fer-ho així?

Jo veig cada cop més interès per l'streaming de vídeo generalitzat. En alguns casos més justificat i en d'altres menys. A mi, per exemple, i parlo com a usuari no m'interessa molt veure un programa matinal on l'únic pla que veus és el del locutor explicant les notícies del dia. Sobretot, quan aquest locutor dóna pas a algú que no està a l'estudi i està entrant la crònica d'algú que està a l'exterior. Crec que s'ha de fer streaming de vídeo quan hi ha justificació. I generalment això passa en cas d'una entrevista o d'espectacle. La ràdio també és molt espectacle. Crec que ho hauria de ser més del que ho és. Jo penso que s'hauria de

tornar a la ràdio dels anys 60, el mitjà de Soler Serrano. La ràdio de l'espectacle, del show, dels concursos, que no sigui una cosa tant espessa i centrada exclusivament en les notícies i en la política. Bona part de la programació l'ocupen les notícies, la política i els esports. Hem de fer més show, més entreteniment,... Sembla que l'entreteniment ens l'ha robat tot la televisió, però nosaltres encara tenim possibilitats de fer-ne.

A més una de les gràcies de la ràdio són els efectes sonors.

Efectivament. I a més. Si hi ha entreteniment i efectes sonors, això realment, sí que pot ser susceptible de fer streaming de vídeo. En un moment concret a l'audiència i pot interessar veure l'actuació dels Mishima o de Sílvia Pérez Cruz en un programa en directe per veure com és. De fet, quan nosaltres fem programes al carrer, com és el cas de Sant Jordi, l'espectacle sol funcionar. Setmanalment aquí fem el "Nadie sabe nada" d'Andreu Buenafuente i Berto Romero que sempre omple l'estudi amb grades que tenim, amb un aforament per 80 persones. Però quan hi ha show sí que crec que s'ha de fer streamings de vídeo. A més, els costos de fer-lo cada cop són més baixos, tant des de qui ho fa com des de qui ho rep; hi ha tarifes planes cada cop més capacitat i més barates. A veure fins a quin punt arribem quan es desenvolupi el 5G, una de les tendències que més van sonar en l'edició d'enguany del Mobile World Congress.

7.5.2. CADENA COPE – Luís Martín

¿Tenéis alguna área que únicamente se encargue de Internet?

Si, desde el año 2007

¿Si hubieseis de concentrar los esfuerzos en algún punto en concreto (web, podcast,...), en cuál sería?

Sin duda podcast y web

Cuando recibís alguna crítica sobre el funcionamiento de su página web, ¿qué es lo que hacen? (Seguís un protocolo,...).

Tenemos un buzón único y hay una persona que se encarga de redirigir el mail al departamento o persona correspondiente.

¿Tienen un plan de expansión por Internet o alguna herramienta planteada sobre cómo debe ser su posicionamiento en la red?

En caso que sí, ¿podría explicarlo mínimamente?

¿A que le dais más importancia, a su página web (*Bitcasters*) o a las aplicaciones móviles (*podcasts*)? ¿Por qué?

Hasta ahora a la página web ya que, aunque el consumo via app está subiendo, el de web (via desktop y mobile) continúa creciendo.

Cuando recibís alguna crítica sobre el funcionamiento de alguno de sus podcasts, ¿qué es lo que hacéis? (Siguen un protocolo,...).

Primero comprobamos que el error existe y tras solucionarlo lo analizamos para ver si ha sido un error humano (en cuyo caso hablamos con el responsable) o técnico para ponerle solución.

¿Tenéis en cuenta la interacción que reciben de sus usuarios, tanto de la página web como de los podcasts?

Sí, tenemos una comunidad muy activa en redes a la que escuchamos y con los que hablamos regularmente.

En el caso de los podcasts, ¿qué tecnología usan, RSS o ATOM?

¿Qué versión? RSS

¿Por qué utilizan esta y no la otra?

¿Vuestra empresa fomenta la convergencia de diferentes plataformas? [Por ejemplo, en el caso de Catalunya Ràdio, durante las retransmisiones de fútbol, el programa “La TdP”, tiene dos líneas, una interna del camp y otra externa y que es la que la mayoría de los oyentes escuchan].

Tenemos la capacidad de emitir hasta 8 streamings simultáneos. Durante la semana hacemos desdobles cuando coincide “la Linterna” con un partido para que sea el oyente el que elija qué escuchar. En el caso del streaming de Tiempo de Juego, somos capaces de darlo sin apenas retardo y ofrecemos a través de la app la opción de sincronizar el audio con la imagen de la TV.

Relacionado con esto, ¿qué papel tiene para la Cadena COPE Internet a la hora de difundir un mismo audio por diferentes plataformas?

Nos permite tener varias emisiones en directo de manera simultánea más allá de la antena convencional, lo cual hace que nuestra oferta se diversifique en función de las necesidades y gustos de nuestros oyentes.

Desde su cadena, ¿hacen streaming a otros medios (televisión, Internet,...)?

Hacemos algunas veces streaming de video con nuestra propia señal, especialmente cuando tenemos una entrevista de alcance.

En caso que sí, ¿qué audio ponen, el de la televisión o el de la radio?

El audio es exactamente el mismo que el de la antena.

7.5.3. ATRESMEDIA (EUROPA FM) – Carlos Torres

¿Tenéis alguna área que únicamente se encargue de Internet?

Para introducir la respuesta primero te explico el organigrama de Antena 3. Nosotros formamos parte de una división de Antena 3, Atresmedia digital, que se ocupa de dar un servicio multimedia a los diferentes canales, tanto si es Antena 3 o La Sexta como a las radios del grupo Uniprex Antena 3, Onda Cero, Europa FM y Melodía FM. Aquí en Barcelona tenemos un departamento de Atresmedia digital encargado de llevar las páginas web de Onda Cero, Europa y Melodía.

Por tanto, ¿lo tenéis centralizado, no?

Exacto. Hay un departamento creado en Atresmedia digital que se encarga de llevar las webs de las radios.

¿Desde cuándo está activo este departamento?

Por mi experiencia, hace 10 años que estoy aquí y el departamento ya se había creado. Una cifra concreta no te lo puedo decir, pero sí que como mínimo tiene 10 años. Al inicio este departamento no se parecía en nada a lo que es hoy. Ni en el presupuesto ni en el número de personas que trabajan en él. Primero de todo, básicamente, se encargaba de dar servicio a la televisión, a unas páginas webs muy rudimentarias (Europa FM y Onda Cero) y del servicio de teletexto.

Por lo que me cuentas durante los últimos años ha mejorado.

Ha mejorado y ha crecido. Ha sido en paralelo. Ha crecido tanto a nivel de RR.HH como a nivel de recursos técnicos. Antes por ejemplo lo que era una página web era básicamente texto y foto, ahora una de nuestras tareas es fragmentar todos los programas. Esto requiere personal y nuevas herramientas como pueden ser programas de edición de vídeo como Première o Sony vegas.

¿Si hubieseis de concentrar los esfuerzos en algún punto en concreto (web, podcast,...), en cuál sería?

Vamos a diferenciar. Lo que son los podcast su consumo puede ser vía web o app. Yo lo dejaría como una vía secundaria. Cuando yo empecé era básicamente todo versiones web,

era impensable lo que se hace hoy en día con el móvil. Hace 6 meses impulsamos una actualización de la web para que fuera todo responsive porque aproximadamente un 80% de nuestras visitas eran por dispositivos móviles. Por lo tanto, considero que nos debemos centrar en el servicio de podcast. Eso sí, enfocado hacia los móviles. Yo creo que en Onda Cero no se tira tanto de redes sociales, pero en el caso de Europa FM, al ser un target más joven sí que se tiene que explotar la vía del móvil y de las redes sociales.

Cuando recibís alguna crítica sobre el funcionamiento de su página web, ¿qué es lo que hacéis? (Siguen un protocolo,...).

Si la queja viene a través de redes sociales, sí. En el momento en que recibimos la queja, nos ponemos en contacto con el usuario y notificamos la incidencia (opción “ventanilla”) ya que dependiendo de su volumen lo tiene que resolver el departamento de grafismo o los técnicos. Hay diferentes secciones dentro del apartado incidencias. Una vez se ha solucionado, nos ponemos en contacto con el usuario avisándole que ya está resuelto.

¿Y si la queja no viene de las redes sociales?

¿Como por ejemplo?

Si os llaman a la redacción u os envían un correo electrónico avisando de algún problema.

A ver. Correo electrónico de cara al público no tenemos. Tenemos muchas más vías de participación. Al final hemos tenido que prescindir de algo que nos ocupaba mucho tiempo.

El tema de las redes sociales, al ser un ámbito más público, su resolución puede ayudar al resto de usuarios. Si algún día se cae la emisión, si solo respondemos a un correo electrónico, el resto de la gente no va a saber qué es lo que ocurre. En cambio, si por ejemplo en Twitter respondes a esa persona, el resto de usuarios ya se percatan de qué es lo que puede haber ocurrido.

¿Tenéis un plan de expansión por Internet o alguna herramienta planteada sobre cómo debe ser su posicionamiento en la red?

Bueno, como ya he dicho empecé aquí hace 10 años. El primer cambio importante fue en 2009, la implantación de las redes sociales. Esto fue un salto para Europa FM. Después,

para adaptarnos todavía más, se contrató a una redactora. Ahora hace cosa de un mes se ha contratado a una tercera persona que se encarga del trabajo en Internet y las redes de la emisora. Además, durante el fin de semana también hay una persona encargada. Por lo tanto, somos estas 4 personas para poder afrontar el desarrollo digital que supone Europa FM. De cara a las estrategias, es muy difícil prever en mundo digital. Fuimos de los primeros en estar en Facebook. Creo que esto fue un acierto ya que nos posicionamos como líderes, aunque en el mercado de la radio no lo éramos. Fue un desafío, tiramos millas y creamos Facebook y Twitter, sin saber que ahora serían la parte más importante de nuestro trabajo. Y es que por mucho que colguemos noticias en la web, si no las compartes en redes sociales se vuelven invisibles.

Esto es referente a Europa FM. Y en el caso de Onda Cero, ¿estaríamos hablando de una evolución parecida a lo que me estás contando durante los últimos años?

A ver yo te hablo de mi caso. El caso de Onda Cero lo llevan mis compañeros en Madrid. En el caso de Europa FM sí que estamos aquí en Barcelona ya que los programas más importantes se hacen desde aquí. En el caso de Onda Cero creo que la crecida es más paulatina. Nosotros en dos años quintuplicamos el número de visitantes en nuestra web, Onda Cero ha sido más lineal. A pesar de esto, se tiene que tener en cuenta que la programación es bastante diferente. Europa FM tiene 7 u 8 programas. Onda Cero el número crece hasta los 20. Quieras que no, esto requiere un número de personal para colgar todos los podcasts y para trabajar en una novedad que acaban de sacar. Estoy hablando de un servicio de noticias con información propia de la emisora. Esto puede hacer que 8 o 9 personas diferentes trabajen exclusivamente para la web de Onda Cero. Si ves la evolución en redes sociales es incomparable. Por ejemplo, nosotros tenemos el doble de audiencia aquí que no en la FM.

¿A qué le dais más importancia, a la página web (*Bitcasters*) o a las aplicaciones móviles (*podcasts*)? ¿Por qué?

Yo creo que la base está en el contenido, ni en el canal ni el soporte. Otra cosa es cómo lo quieras consumir. Yo creo que a la par. En el caso de Europa, al haber actualizado hace 6 meses, de momento estamos centrados en la web ya que sí que está desarrollada desde el departamento multimedia. Creo que la aplicación es de terceros. Lo que se hizo es un primer momento lanzar la web y tener una versión básica de la app móvil. Ahora lo que habrá que hacer es actualizar también la app. Por ejemplo, antes había el sistema de consulta de noticias a través de esta vía, ahora con la el nuevo desarrollo de la web

tuvimos que quitar esta aplicación y volverla a hacer de nuevo. Por lo tanto hay otros servicios que todavía no lo tenemos implantado. Sí que hay funciones nuevas, como la alarma, pero hay otros como el de noticias como te acabo de comentar que no está implantado todavía.

Cuando recibís alguna crítica sobre el funcionamiento de alguno de sus podcasts, ¿qué es lo que se hace? (Seguís un protocolo,...).

En principio seguimos el mismo plan de actuación que se sigue con los posibles problemas que se puedan derivar de nuestra página web. En la plantilla que te he comentado antes de 'ventanilla' podemos identificar la procedencia de la incidencia, también en el canal de Youtube o en el streaming o incluso en redes sociales. Cualquier fallo que tenga la marca Europa FM en las plataformas digitales, se debe abrir una incidencia.

¿Y la forma de actuar cuando se reciben las quejas entiendo que es la misma para todas las emisoras del grupo, no?

Sí, sí. La plataforma es la misma para toda Antena 3, sea televisión como radio.

Por lo tanto, entiendo que tenéis en cuenta la interacción de los usuarios.

En las redes sociales sobre todo. Lo que destaca Europa FM es por tener una comunidad online súper dinámica, recibes muchos feedbacks de todos los contenidos que cuelgas allí. A través de la opinión de los usuarios se puede perfilar aún más el contenido que vas a colgar en cada red social. De esta forma conseguimos concretar mucho más el target de cada una de las diferentes redes sociales.

En el caso de los podcasts, ¿qué tecnología usan, RSS o ATOM?

Creo que utilizamos RSS. Es un dato más técnico, pero sí, sí.

¿Qué versión?

Esto no lo sé.

¿Por qué utilizan esta y no la otra?

Tampoco lo sé. Esto es un tema más técnico. Nosotros trabajamos con gestores de contenidos, ponemos el contenido en la plataforma o el servidor y este se encarga de hacer los RSS y de transformarlos en los diferentes formatos.

¿Onda Cero empresa fomenta la convergencia de diferentes plataformas? [Por ejemplo, en el caso de Catalunya Ràdio, durante las retransmisiones de fútbol, el programa “La TdP”, tiene dos líneas, una interna del camp y otra externa y que es la que la mayoría de los oyentes escuchan]. ¿Qué papel tiene para vosotros Internet a la hora de difundir un mismo audio por diferentes plataformas?

Nosotros al ser una emisora musical, esto no lo hacemos. De hecho, cómo mucho se planteó tener una línea alternativa para emitir Europa FM en Cataluña. Las emisoras que emiten en territorio catalán tienen la obligación de hacer una cuota en catalán. Lo que se ha pedido es que en la app móvil haya la opción de escuchar Europa FM nacional o la versión en catalán, que si ahora no recuerdo mal es de las 10 a 19h.

¿Hacéis streaming a otros medios (televisión, Internet,...)?

De audio obviamente sí. En el caso de los streamings de vídeo sí que hacemos pero muy pocos.

En caso que sí, ¿qué audio ponéis, el de la televisión o el de la radio?

Creo que es el mismo audio de la radio. Básicamente son retransmisiones de programas en directo. Sí que es verdad que alguna vez hemos usado otro audio ya que la señal en directo incluye publicidad. Lo que nos interesa en ciertos programas es que nuestra audiencia sepa qué es lo que ocurre en las pausas. Es por esto que usamos otro audio.

¿Hay una tendencia concreta que seguíis para hacerlo así?

A ver, nuestra intención es hacer el máximo número posible de streamings pero creemos que deben ser puntuales. No debe ser una rutina ya que la radio no tiene que sustituir la televisión. El formato vídeo se debe usar con medida. De hecho, tampoco tenemos infraestructura. Es decir, en Madrid sí que hay un estudio preparado que es donde se grava el programa de Núria Roca en Melodía FM y cada mañana puedes ver como se hace el programa, además la difusión es mínima. A nivel de conversión tampoco se traduce en más oyentes. Pero eso sí, es un servicio más, añadido.

Entiendo que si el departamento de Internet es el mismo para todas las emisoras, el modelo que se aplica también es el mismo.

Cuando se emite Onda Cero, al ser una emisora convencional, la calidad del streaming puede ser mínima ya que se transmite voz. En el caso de Europa FM se requiere un mínimo de 128k para poder tener una escucha con calidad. Otra diferencia, cuando escuchas Onda Cero te marca el programa que estás oyendo al momento, por ejemplo 'Júlia en la Onda'. En Europa FM, en cambio, cuando se inicia una nueva canción el oyente puede escuchar la identificación (nombre, información adicional,...).

La plataforma web sí que es la misma, lo único que puede cambiar es la apariencia. El target es totalmente diferente. Nosotros un 80% de las visitas vienen de las redes sociales, en Onda Cero puede superar por poco el 50%. Ellos potencian más el posicionamiento en buscadores, mientras que nosotros debemos estar dónde están nuestros oyentes.

7.5.4. ATRESMEDIA (ONDA CERO) – Iliana Villacastín

¿Donde creéis que debéis centrar vuestros esfuerzos en el futuro, en la página web o en potenciar las aplicaciones móviles, los podcast?

En principio siempre debemos potenciar los podcasts ya que es nuestro contenido propio, y el que nos diferencia de los demás. Entre las aplicaciones y la web el mercado parece que se está decantando más por el uso de la web. La aplicación se usa de forma más puntual y mucha gente las borra de sus terminales debido al uso que ocupan en sus terminales. Es verdad que el consumo, sobre todo, responsive es lo que se está convirtiendo en más normal. Esto no quiere decir que el mercado se pueda modificar en los próximos años. De hecho, si hay algo que nos enseña internet, es que cada un par de años las tendencias cambian y se modifican. De repente aparece una red social y tu forma de trabajar cambia radicalmente.

Por tanto, ¿estamos hablando de una actualización continua?

Constante. Ahora mismo te puedo decir esto pero si el año que viene me llamas y me preguntas lo mismo quizás te respondo algo diferente. De hecho, llevo 8 años trabajando en este ámbito y si una cosa te enseña es que te debes ir adaptando al mercado y a las exigencias de la audiencia.

¿Tenéis alguna estrategia de expansión por Internet para el futuro?

Acabamos de renovar la página web con un diseño responsive justamente para atraer más público, para consumir más podcasts de directo. Es verdad que la aplicación es nueva y se está haciendo más útil al usuario, con cosas que le puedan dar un extra. Pero más que eso sí que estamos con el oído puesto, sobre todo hacia el futuro. Estamos yendo a muchas reuniones de nuevas tecnologías, a foros donde se habla de las nuevas tendencias. De momento estamos pendientes de lo que ahora se pide, el consumo responsive, la posibilidad de consumir en cualquier tipo de dispositivo, tiempo real, directo simultáneos e incluso directos solo para la web –un poco en el concepto Netflix, intentar meter un poco más de demanda. Siempre tenemos estrategias que están en continuo cambio y transformación para adaptarse a las nuevas demandas.

Ahora me comentabas que ponéis vídeos en streaming en vuestra página web. Entiendo que el audio es diferente del que se emite en antena.

En principio casi todo lo que se hace en Onda Cero.es son directos diferentes: narraciones de partido de fútbol, programas que no se están emitiendo en ese momento en antena. Por ejemplo, cuando hay fútbol la emisión del programa que se esté haciendo se corta y se da la opción de quien quiera escucharlo, hacerlo en streaming a través de la página web ya que no a todo el mundo le gusta el fútbol. Unas emisiones van acompañadas de vídeo, otras no, pero en cualquier caso es un contenido exclusivo para la página web.

¿Qué tendencia seguís entonces?

Sí hemos detectado una cierta demanda a través de las redes sociales. Cada vez sabemos más de primera mano lo que la audiencia quiere. No siempre podemos satisfacerles, pero si vemos que hay un clamor para que los oyentes puedan continuar escuchando su programa, intentamos buscar las vías.

Ahora que me hablabas de la interacción que recibís por las redes sociales, ¿qué protocolo seguís cuando recibís alguna queja tanto de vuestra página web como del funcionamiento de la aplicación móvil, en el caso de los podcasts?

Lo primero que hacemos cuando recibimos algún tipo de queja es comprobar de primera mano que efectivamente esa incidencia se está produciendo y descartar que pueda ser un caso aislado, como podría ser un problema personal con el teléfono. Cuando algo falla generalmente recibes diferentes quejas acerca del problema. Intentamos replicarlas, también para ver la fuente de esa incidencia. Se abre una incidencia en el departamento técnico mientras averiguamos que se esté produciendo y respondemos al usuario diciéndole que en el menor tiempo posible la incidencia se habrá solucionado y lamentando las molestias que se estén causando. También nos ponemos en contacto con el departamento o empresa que puedan ser responsables de la incidencia.

Por lo tanto, sí que tenéis en cuenta la interacción que os pueden hacer vuestros usuarios a través de la red.

Sí, mucha. Lo tenemos muy en cuenta porque muchas veces son ellos los que nos prueban en tiempo real. Hay que estar muy pendiente de lo que les pueda suceder para mirar de solucionarlo lo antes posible.

¿Qué es más importante para vosotros: la página web, los podcast o las aplicaciones móviles?

Yo creo que los podcasts porque es lo que nos diferencia del resto de radios. Noticias tienen todas las webs. El resto de contenidos los puede tener cualquier, pero los podcasts es material exclusivo nuestro. Vienen a escuchar lo que es diferente del resto. Quizás también aprovechan para consumir más de nuestros productos.

¿Fomentáis la convergencia entre diferentes plataformas?

Sí, por supuesto. De hecho es política de empresa, dentro de lo que sea posible. No se puede hacer una convergencia entre las webs de Onda Cero y La Sexta porque son líneas editoriales diferentes, pero sí una convergencia Onda Cero y Melodía FM. Cosas que se puedan hacer.

7.5.5 RÀDIO 4 – RNE – Xavier Cusell

Teniu alguna àrea que únicament s'encarregui de l'àrea d'Internet?

Si, Interactivos RTVE , actualment RTVE Digital

I des de quan està funcionant?

Des del 2007

Si haguéssiu de concentrar els esforços en algun punt en concret (web, podcast,...), en quin seria?

Està tot interrelacionat.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament de la vostra pàgina web, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).

Hi ha diferents codis o documents d'estil, tant per la redacció, com per la documentació de continguts. S'analitza i l'equip de desenvolupament pren nota i es valora a fi de tenir-ho present en diferents pujades de producció.

A més del que em comentes, seguiu altres pautes?

Des d'un llibre d'estil, fins a documents concrets per cadascuna de les xarxes o portals web, blocs, etc. Cada problema té les seves vies i els seus responsables. No és el mateix un problema d'usabilitat que un problema de streaming o un problema de continguts.

Teniu un pla d'expansió per Internet o alguna eina planejada sobre com ha de ser el vostre posicionament a la xarxa?

Hi ha una avaluació constant del posicionament web. Dins del Departament hi ha persones especialitzades en SEO

I quina és la seva tasca?

Des del seguiment de visites, a gestió de les diferents xarxes. L'àrea de SEO està constantment pendent de la anàlisi de Google per poder anar modificar conceptes d'acord

actuen els diferents cercadors. D'altra banda evidentment, hi ha una àrea de transmedia i un laboratori de desenvolupament que serveis per poder ser pioneres en diferents moviments de fer continguts i moure'ls dins les xarxes. Un exemple el teniu en "El ministerio del tiempo" o "Los Goya golfos". Es produeix continguts propis per la comunitat que s'ha originat.

A què li doneu més importància, a la vostra pàgina d'Internet (*Bitcasters*) o a les aplicacions mòbils (*podcasts*)? Perquè?

Hi ha dues grans àrees. La informació a través del web i en l'emissió de continguts on-line (també d'esdeveniments específics com els JJOO; i l'oferta dels continguts propis de rtve: vídeos i podcasts.

Totes dues són iguals d'importantes, però evidentment les estadístiques estan aquí per mirar-les i aquestes ens diuen que la lectura de continguts via mòbils supera per molt ja el de la pàgina web. Així doncs, ara fa ja un any que es va redissenyar tot el 'lloc web' a 'web responsive' a fi de ser molt més atractius i usables en els diferents dispositius.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament d'algun dels vostres podcasts, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).

Seguim el mateix protocol que t'he explicat que apliquem en el cas de les queixes amb la nostra pàgina web.

Teniu en compte la interacció que rebeu dels vostres usuaris, tant de la pàgina web com dels podcasts?

Rebem interacció des de diferents canals: Twitter, Facebook, etc. Actualment el que més interessa a l'àrea és la interacció que es crea i que es pot crear amb els nostres continguts i amb l'usuari. Tenim molt present poder contestar de tu a tu a qualsevol intervenció dels nostres usuaris. Això és dóna identitat i l'usuari ho agraeix.

En el cas dels podcasts, quina tecnologia utilitzeu, RSS o ATOM? I em sabries dir la versió? Perquè utilitzeu aquesta i no l'altre?

Aquesta resposta se'm escapa a la meva tasca. Pensem que és RSS, però no t'ho puc assegurar.

La vostra empresa fomenta la convergència de diferents plataformes? Per exemple, en el cas de Catalunya Ràdio, durant les retransmissions de Futbol de la TdP tenen dues línies, una interna del camp i una altre externa i que és la que s'escolta la majoria dels oients.

Aquesta resposta se'm escapa a la meva tasca. Si et puc explicar que hi ha un laboratori d'innovació que és punter en el sector audiovisual:

<http://www.rtve.es/lab/>

Tot depèn de l'interès que pugui despertat qualsevol esdeveniment. Això depèn de les diferents direccions que determinen en cada cas com actuar.

Relacionat amb això, quin paper té per vosaltres Internet a l'hora de difondre un mateix àudio per diferents plataformes?

Des de la teva emissora, feu streamings a altres mitjans (televisió, Internet,...)?

Aquesta resposta se'm escapa a la meva tasca. Crec que aquest pregunta ja s'ha fet. RTVE és conscient que no només hem de estar a internet amb tots els nostres continguts sinó que a més hem de saber moure molt bé totes les diferents plataformes per arribar al màxim possible d'internàutes.

En cas que sí, quin àudio poseu, el de la televisió o el de la ràdio?

Hi ha una tendència concreta que seguiu per fer-ho així?

Tenim la plataforma del directe de tele i la plataforma del directe de RNE, depèn la que triïs ho tindràs d'una manera o d'una altra. Tots els continguts els podeu veure, escoltar i baixar des de <http://www.rtve.es/alacarta/>

7.5.6 CATALUNYA RÀDIO – Ferran Auberni

Teniu alguna àrea que únicament s'encarregui de l'àrea d'Internet?

T'explico. A la CCMA hi ha 3 grans departaments: televisió, ràdio i mitjans digitals. És una estructura molt important que se sàpiga perquè, de moment, a la ràdio no hi ha un departament directe d'Internet. Per tant hi ha un director a la televisió, un altre a la ràdio i un dels mitjans digitals que treballa al costat de TV3, Martí Patxot. Aleshores, mitjans digitals com a tal té una estructura de dues branques: una de desenvolupament –qüestions tècniques, audiències- i una que és contingut. Cada una té el seu responsable. En el cas de contingut és Rosa Oliva. Mitjans Digitals té 6 portals: ràdio, televisió, notícies, esports, temps i Super3. Al mateix temps cada un dels portals té els seus editors. Jo sóc l'editor del portal de ràdio i l'equip que el portem som els únics d'aquesta cadena que treballem a l'edifici de Catalunya Ràdio. Però en el fons treballem per un altre departament diferent.

Des que quan hi ha aquesta estructura?

Tota aquesta estructura es crea en el moment que es decideix crear un portal únic, seguint el model BBC, que és la CCMA. Agrupar tot el que estava repartit i fer una confluència i unió dels continguts. Això fa dos anys. Jo penso que aquesta és la data que podries anotar i que, de fet, ha estat una mica controvertida perquè hem perdut coses, tot i que també hem guanyat d'altres, com ara amb la imatge que està més coordinada. Com en la vida real, quan tens independència tens més llibertat de moviment i per tant abans podies fer coses que ara no s'estan fent.

Si haguéssiu de concentrar els esforços en algun punt en concret (web, podcast,...), en quin seria?

Això en aquests moments està a debat perquè s'està veient una tendència que provoca dubtes. Una tendència no vol dir que sigui el que ara està passant –més audiència pels podcasts que no pas per la *home* de Catalunya Ràdio-. Com que això no és així, això provoca el debat (60-40). Progressivament el consum a la web està disminuint. Com que està canviant, nosaltres progressivament també anem incrementant l'importància que li donem a les aplicacions mòbils. Al final, nosaltres potser físicament estem molt a l'ordinador, però molta gent que ens consumeix ho fa a través dels dispositius mòbils, especialment les noves generacions. Tot això és una transformació que vol uns anys i un temps.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament de la vostra pàgina web, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).

Sí, sí. Nosaltres tenim un servei d'atenció a l'audiència, el genèric de la corporació. Aleshores a través d'aquí se centralitzen les queixes. Tenen autonomia i valoren. Per exemple, abans la web de Catalunya Ràdio tenia un servei molt bo, hora a hora, que amb la unificació de les pàgines s'ha perdut. Ha portat queixes i s'ha valorat que comportava més deixar-ho de fer que no pas fer-ho. En les noves reformulacions, això es tornarà a incorporar. És una prova que evidentment s'escolta el que ens puguin dir els usuaris o els oients.

Per tant, dedueixo que primer passa pel servei d'atenció a l'audiència i depenent dels casos es fa d'una manera o d'una altre.

Sí. Per una banda hi ha les queixes generalitzades i l'altre quan hi ha un problema, per exemple no se'm carrega aquest àudio. Hi ha un servei, el UAC, el servei tècnic que intenten resoldre el problema en aquell moment. Nosaltres no som tècnics, som experts en el contingut. Per això necessitem l'ajuda de persones que en saben per mirar de resoldre-ho.

Teniu un pla d'expansió per Internet o alguna eina planejada sobre com ha de ser el vostre posicionament a la xarxa?

Sí. Tenim clar que volem arribar a molta més gent de la que ho fem ara. Volem cobrir d'una manera més intensa franges que estan més descobertes per una qüestió de personal. Si tens un equip molt reduït que treballa en la franja central del dia i si tu tens un programa com *El Club de la Mitjanit* fora de la franja no el pots seguir per la xarxa, degut a que manca personal. Això no vol dir que no es facin piulades i Facebook del programa. Em refereixo a que com a compte de Catalunya Ràdio aquestes piulades no es fan. Cada programa és autònom però jo crec que en el compte genèric hem d'estar més a sobre del contingut de cada programa. No podem fer les mateixes piulades, però algunes de cada programa crec que s'han de fer.

Per tant, primer es tracta d'una qüestió de personal i després per potenciar la presència a les xarxes socials.

Sí. Tot i que hem de fer més ordenada la *home* de la ràdio, ara la tendència està en xarxes socials, en podcasts i en l'aplicació. De fet al setembre Catalunya Ràdio té previst llançar la seva nova aplicació, amb noves funcions incloses.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament d'algun dels vostres podcasts, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).

Seguim el mateix protocol que amb la pàgina web, sí. Aquí som poquets. De seguida, si un oient truca pot parlar amb qualsevol redactor de l'àrea digital que se l'escoltarà i prendrà nota, però la manera de canalitzar-ho més fàcilment és a través del servei d'atenció a l'audiència. Ells distribueixen el contingut. Aquesta consulta ha d'anar aquí, aquesta allà.

Seria com una primera selecció, no?

Sí, sí és una primera selecció que es fa, però que evidentment si truquen aquí intentarem respondre el que puguem i el que sapiguem. De podcasts hem rebut consultes. Intentem posar fil a l'agulla en les coses que puguin sorgir.

Per tant, interpreto que teniu en compte la interacció que us puguin fer els usuaris des d'Internet.

Sí, però a nivell de futur, com que no tenim aquestes mans que necessitem, l'oient participa molt del que són les nostres xarxes però nosaltres tenim poca relació amb l'usuari. Estem molt poc actius en les preguntes que rebem des de les xarxes. Si tu reps 7 missatges i estàs fent una altra feina, no hi ha ningú específic que sigui el nostre *community manager*. Jo com a editor sóc el responsable i m'encantaria que hi hagués una persona que fes aquesta feina. Perquè el que no pot ser és que responguis a uns i als altres no. Si no estàs en disposició de poder-ho fer al cent per cent, com és el nostre cas, no ens hi podem dedicar.

En el cas dels podcasts, quina tecnologia utilitzeu, RSS o ATOM?

Utilitzem RSS.

Quina versió?

No te la sé dir.

El motiu pel qual utilitzeu RSS i no ATOM?

Tampoc te'l sabria dir. És una cosa que ja m'ha vingut donada.

Relacionat amb això, quin paper té per vosaltres Internet a l'hora de difondre un mateix àudio per diferents plataformes.

Nosaltres creiem que cada plataforma té el seu funcionament. No pots fer el mateix ús de Twitter i de Facebook, que són les que més utilitzem. La veritat és que Facebook o Youtube tenen uns algorismes. Si tu fas un bombardeig molt bèstia, això et penalitza. I com que et penalitza, la gent no et penalitza. En el cas de Facebook cal fer una estratègia molt més fixada sobre els continguts. A Twitter és tot el contrari. Jo quan vaig començar tenia dubte sobre si seria positiu o no bombardejar i, malgrat que sí que hi pot haver gent que li pugui molestar, jo ja he pogut comprovar que això no penalitza. En general, la gent li agrada que l'informis en coses dignes i ben escrites. Jo vull donar el màxim de transversalitat possible. Fins i tot incloure també continguts d'emissores germanes, com són iCat o Catalunya Informació. Dic una dada molt important. Quan vaig accedir al lloc que ara ocupo, nosaltres teníem 107.000 seguidors de Twitter. En aquests moments estem en 112.000. Només en dos mesos. Això per la feina que s'està fent d'intentar reactivar aquest món i fer major diversitat. Les xifres ens donen la raó. Òbviament això no ho podem fer amb Facebook. En aquest cas, cal fer tot el contrari.

Des de Catalunya Ràdio feu streamings en vídeo?

Nosaltres tenim un servei d'streaming d'àudio i un de vídeo. El d'àudio és el directe de Catalunya Ràdio i està permanentment obert. Pel que fa a l'streaming de vídeo, s'ha de demanar. En funció del contingut. Per exemple el dia que vingui el president de la Generalitat farem una realització de vídeo en streaming. En casos molt específics. Tot i que a mi m'agradaria, com a gust personal, potenciar en el futur els streamings de vídeo a Catalunya Ràdio i no dedicar-nos tant als vídeos, com fem ara. Crec podríem deixar de fer aquesta feina per centrar-nos, com t'acabo de comentar, en els streamings.

Interpreto que, en el cas dels streamings de vídeo, l'àudio és diferent.

Sí, sí és diferent. Pots escoltar-ho per les dues vies.

I hi ha alguna tendència concreta per la qual ho feu d'aquesta manera?

Perquè jo veig que una de les portes per on ens entren és a través del consum en directe. Gairebé et diria que és el que té més usuaris propis. El mateix et diria pels vídeos. En canvi, tal com està estructurat a dia d'avui, els vídeos específics a la ràdio no funcionen. Esta demostrat que té moltes menys clicades de les que nosaltres voldríem. Jo crec que es tracta d'economitzar i si a sobre dones un millor servei a l'oient millor. Per tant, jo crec que és per això també que la tendència de l'streaming s'està imposant. El tema és que nosaltres estem al *home* de la televisió. En aquesta situació, la gent et penalitza un vídeo fet per la ràdio sense tots els recursos dels quals disposa la televisió.

I ja la darrera pregunta. Interpreto, pel que he anat escoltant al llarg de l'entrevista, que ara per ara vosaltres doneu més importància al tema dels podcasts.

És que va molt relacionat. El podcast es nodreix de tots els àudios que nosaltres decidim treure i els posem al servei d'Internet. Jo no ho deslligaria. On posem més l'accent és en les aplicacions mòbils, més que no pas el podcast en sí. No deixa de ser una conseqüència de l'aplicació. El podcast de què s'alimenta? De que aquest programa treu un àudio determinat i el pengem a la web. És el mateix. Ara, l'aplicació no és el mateix. En aquests moments hi ha 50 àudios més destacats i, en canvi, la *home* a través de l'ordinador són 7 àudios. El fet d'estar en una posició 8 pot fer que es molesti. Però a nivell d'audiències t'adones que funciona molt bé, a través de l'aplicació. A la app sí que funciona i té tirada. Volem posar la mirada a l'aplicació i no tant a la *home*, que no deixa de ser una portada molt ben feta. Jo sempre utilitzo l'exemple dels diaris. La *home* nostra és la portada del Diari Ara, del Periódico, de La Vanguardia, del Punt Avui. Allà poses el més destacat. Si l'interior després veus que no et serveix, no val per res. És per això que la portada ha d'anar molt més en consonància.

7.5.7 RAC1 – Carles Miró

Teniu alguna àrea que únicament s'encarregui de l'àrea d'Internet?

Per respondre la pregunta t'explico una mica el context de l'empresa. En principi RAC1 pertany al Grup Godó, i el Grup té una àrea, l'Àrea Digital, ADM, que és la que proveeix de serveis a les diferents empreses que formen part del Grup. En principi, aporta solucions tecnològiques a RAC1 i a les emissores del grup Godó. És una àrea digital global. Però evidentment cada empresa té els seus propis periodistes que són els que coneixen el producte amb més detall. ADM contracta els servidors per fer l'streaming, la gent de sistemes són els que contracten les empreses per fer les webs i l'app. ADM gestiona la infraestructura. Des d'aquí a RAC1 no es contracten ni servidors ni directament les apps; sí que participem en el disseny. La ràdio ha de fer ràdio i està formada per periodistes i tècnics. No cal tenir un departament específic quan en el mateix grup hi ha diferents mitjans. Per tant amb bons ulls es va optar per un departament general. Fent el símil amb els trens, ADM seria ADIF.

I en el cas de RAC1, com s'estructura això?

Primer de tot, RAC1 i RAC105 estan separats, com que en el segon cas només tenen un programa no els hi cal tanta infraestructura. A RAC1, d'una banda, jo exerceixo de vincle entre els periodistes i ADM. Sóc el coordinador de la web, però cada programa té un responsable del seu espai web. Cada programa funciona de manera diferent. Per exemple, els casos dels dos programes més grans: 'El Món a Rac1' hi ha una persona que s'encarrega de farcir de continguts l'espai que tenen a la web (el blog de la web). La web de RAC1 es modificarà d'aquí a poc temps. A més hi ha un responsable de porta les xarxes socials. És a dir, són dos responsables i la resta de l'equip que també col·labora en aquesta tasca.

És a dir, en el cas d'El Món a Rac1' són els propis membres de l'equip els que fan aquesta feina, no?

Sí, és el propi equip del programa el que ho fa. Cal tenir en compte que això no està externalitzat i, per tant, són els propis periodistes els que van posant la informació, evidentment, amb responsables que si hi ha algun problema m'ho deriven a mi.

Quan això succeeix, què passa?

Aleshores jo ho transmeto a l'empresa digital que, com he comentat, és la que s'encarrega de la infraestructura. Aquesta estructura es repeteix en la resta de programes. En el cas dels més petits només hi ha un coordinador, que és qui ho fa tot. Aquest seria el cas de programes com el 'Tot és possible'.

És a dir, que hi hagi un equip específic d'Internet és variable, no?

Sí. Sí hi ha unes responsabilitats però no hi ha uns treballadors que s'encarreguin específicament d'això. El model va sorgir d'una reflexió que era la següent: que el periodista, redactor o productor del programa és el màxim coneixedor del producte. Imaginem que tu externalitzes el control de les xarxes socials. Posem per exemple, 'La Competència', un producte molt específic i molt fàcil d'identificar. Què passa si la persona que porta les xarxes socials no és del programa? Al final es produiria una desproporció entre el que l'oient escolta i el que llegeix a les xarxes socials. Qui millor que el propi creador del programa que serà la persona sensata i capaç de destacar els continguts més rellevants. Això també passa amb la resta de programes. En destaco dos, l'Esther Muñoz és la que s'encarrega de les xarxes al 'Tot és Possible' mentre que la Xènia Lobo és la que s'encarrega al 'Versió Rac1'.

Em comentaves que qui millor que una persona de l'equip, per exemple, de 'La Competència' per destacar els continguts més rellevants. Què podria passar si aquesta feina la portés algú extern al programa?

Primer de tot, et diré que no vam creure mai en separar l'àrea digital de l'àrea de producció. Responent ara sí a la teva pregunta, es pot donar el cas que no s'estigui comunicant el mateix ja que no està comunicant la mateixa persona. És a dir, que destaquis unes coses que no siguin les més rellevants del programa. Per tant, aquí [a RAC1] tothom fa de tot. Bé, aquest és el futur del periodista. De fet jo que no sóc periodista, però també faig de tot. Per tant s'ha de fer de tot i controlar el teu producte periodístic tant a l'antena com a la xarxa. Tot és un conjunt al mateix.

I des de quan està activa l'àrea que s'encarrega d'Internet?

L'empresa que s'encarrega de gestionar al infraestructura neix quan va néixer 'La Vanguardia Digital'. Arriba un moment que allò s'estava fent tant gran que havia de tenir vida pròpia. Per tant, hi havia d'haver un ens superior que coordinés i dotés d'infraestructura les necessitats tecnològiques de les diferents empreses del grup. Sí que al

principi aquesta empresa la portaven periodistes que estaven repartits pels diferents mitjans. El que passa és que s'ha anat reformulant i s'ha vist que és més productiu que la persona que s'encarrega de l'àrea digital dels diferents programes del grup sigui part de l'equip d'aquell programa. Ara bé, sí que és cert que fins fa 3 anys això no passava. Crec que hem guanyat i que cap a on es va és cap aquí. Penso.

Si haguéssiu de concentrar els esforços en algun punt en concret (web, podcast,...), en quin seria?

Nosaltres som una ràdio. El sistema ha canviat. Sí que hem vist que algunes apostes eren vàlides en el seu temps però que avui ja no ho són perquè el consum ha canviat. Nosaltres fem ràdio. Per tant, produïm uns àudios que la gent escolta. El que passa és que estem en un món cada cop més multimèdia. Per tant la segona hora fa live streamings. Tot i que hem experimentat amb altres formats, nosaltres donem molta importància a l'àudio. És la forma de deixar petjada en el nostre producte perquè després la gent se l'escolti.

Per tant, dit això, la nostra web, a diferència d'altres, no la vam entendre com un producte periodístic. Ja sigui perquè no teníem els recursos o perquè des de la direcció hi havia la intenció de potenciar més els àudios, sempre hem apostat pel podcast. El que passa és que en el suport web en els últims anys ha anat perdent vigència. És a dir, ara ja no pots refiar-te que la gent, tot i que siguem un gran aparador, et vindrà a trobar. Tu has de ser capaç d'estar present allà on la gent et pugui buscar. És per això que inicialment vam apostar pel soundcloud. Permetia viralitzar i transmetre els nostres àudios a les xarxes socials: murs de Facebook, timelines.

Inicialment? Això vol dir que ja no?

Després una empresa catalana, uwhisp, ens van venir a fer una proposta. I principi s'havien plantejat poder transmetre àudios per twitter. Uns àudios fets per qualsevol oient. Aquesta idea, des del nostre punt de vista, no tenia gaire utilitat a la ràdio que volíem fer. Aleshores vam reformular la proposta inicial.

La gent no ha de gravar res perquè ja tenim nosaltres els talls. Vam mirar que es pogués viralitzar i transmetre àudios que havien fet els nostres locutors. Vam passar de soundcloud a uwhisp per mirar d'intentar estar el millor possible a la xarxa.

Tornem als podcasts.

La nostra aposta sempre és el podcast. Per aquest motiu intentem estar en el màxims llocs possible per facilitar que els oients que vulguin se'ls descarreguin. La nova web tampoc no variarà molt la filosofia inicial. Tornarà a ser una aposta inicial molt important per l'àudio (millor tagging, filtratge; web semànticament molt potent però basada en àudios). Com ja t'he dit la nostra aposta és per l'àudio. Nosaltres al ser una ràdio coneguda no necessitem gaires eines de SEO. Si la gent es vol descarregar la competència ho busca en un moment. La majoria de la gent consumeix el podcast per la web però cada vegada més es fa a través del mòbil amb subscripcions de podcast. Però sempre, evidentment, venen a buscar-lo a la nostra web.

I amb el uwhisps, què passa?

El tema dels uwhisps és diferent. Són peces específicament creades per les xarxes socials. No pots penjar un àudio d'una hora amb uwhisp. No és el lloc per penjar-ho. La solució són les eines de subscripció de podcasting per consumir les peces d'àudio. Dit això, nosaltres estem focalitzats en el que realment són bons i potents, en les peces d'àudio. I així continuarà sent.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament d'algun dels vostres podcasts, què és el que feu?

Les queixes les responc jo. Per tant, tinc molt clar quin és el circuit i intento esbrinar el problema.

I quin pla o quin és el procés que segueixes?

Sempre t'intentes apropar a l'oient, però moltes vegades el que passa són problemes d'usabilitat. He de dir que no són molt freqüents. Quan hi ha un error són coses com posar publicitat abans que impedeix que el podcast del darrere s'escolti.

Sempre es pot ajudar a l'oient?

Hi ha vegades que no es pot ajudar a l'oient. Si, per exemple, algú truca i demana tots els programes de 'La Competència' dels anys 2000 i 2001, nosaltres no podem ajudar a aquest oient perquè no tenim un departament de documentació per poder emmagatzemar els arxius de tots els programes que emetem. En canvi, si per exemple et diuen el dia 13 de gener del 2014 o 2013, un partit entre l'Atlètic de Madrid i el Barça un oient diu que té

molt bons records, doncs s'agafa i se li envia l'àudio. Sí que tenim un full de procediment: el sentit comú. Sóc jo qui s'encarrega d'això.

I els podcasts els guardeu?

Nosaltres guardem els podcasts d'hora a hora durant un any vista, els de les peces amb les seccions dels programes els guardem durant dos anys. Però clar, el cost d'emmagatzemar-los és car i a més monetitzar en l'àmbit digital també és un cost important. Els números no surten, però és un servei al oient i per tant forma part d'un cost que es diu RAC1, que és una de les potes de l'empresa. Fer més gran el departament podria permetre cobrir més coses, però ara per ara es fa un seguiment del que demana l'audiència. A més, coneixem molt bé els nostres productes perquè som qui els ha parit i qui els hem pensat. Per tant, també ens podem imaginar quins són els problemes amb els quals més sovint es poden trobar els oients.

En el cas dels podcasts, quina tecnologia utilitzeu, RSS o ATOM?

Nosaltres utilitzem feeds RSS perquè el web nostre (2009-2010) es va fer sobre wordpress. El nou encara no sabem amb que estarà fet, però penso que es continuarà apostant pels feeds de RSS ja que a tots els grans repositoris del món el format els hi agrada i ens sentim molt còmode treballant. Al final tot es deu a una aposta inicial.

Quina versió?

No ho sé perquè al final, nosaltres, la majoria de podcast que entreguem són de la nostra web i són de descarrega directe. A més, en el cas de iTunes quan passes el filtre RSS ja està. En el cas d'aquest repositori, fins i tot, en ha arribat a atribuir problemes que no són nostres. Recordem que iTunes et valida el fitxer i es queda una còpia. Si el fitxer és corrupte pot ser que vagi sortint durant uns dies el mateix àudio. En el cas d'iTunes és molt positiu la difusió que es fa del producte, però també cal tenir en compte que arriba un punt que no controles el producte que, en el nostre cas, és la web de RAC1. El sistema està automatitzat. És una qüestió molt difícil d'explicar-li a l'oiient. Per tant, quina tecnologia d'RSS estem utilitzant? No ho sé, pensa que tots els feeds es van entregar molt al principi. Al final, hem perdut el control dels feeds. Els protocols RSS tampoc han variat. Per tant aquestes és una de les coses que hem de millorar. Falta més semàntica.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament de la vostra pàgina web, què és el que feu?

Els usuaris realment a la web ara poc poden fer. Quan no hi havia els lectors de podcasts i els diversos sistemes que han sortit, hi havia la possibilitat de registrar-se i crear-se el seu perfil propi. Això tenia un sentit el 2009, però ara això ja ha anat disminuint. A nivell de seguretat donar la porta als usuaris s'ha de fer molt bé. La casa (web) és molt antiga i hi ha massa coses a millorar. Per tant, tot i que l'oient sempre entra per la porta (símil de la casa molt antiga), des de sistemes es va creure oportú esborrar aquesta possibilitat ja que també hi ha gent que es vol colar per les finestres (continuem amb el símil de la casa molt antiga). Per tant, ara mateix l'usuari a la nostra web no pot interactuar. Els usuaris són consumidors passius. L'únic problema seria que el player no funcionés. En cas que no funcioni potser es deu a les polítiques de seguretat dels propis navegadors web, allò tant típic que surt de "permetre" o "recordar". L'oient ens ho fa arribar i nosaltres també l'intentem guiar. El que passa és que les queixes a la web són nul·les. La gestió de consum és molt fàcil de vehicular perquè sigui el que ha de ser. Quan posem els nostres players, nosaltres sabem totes les casuístiques que poden passar tant amb els navegadors com amb els mòbils. Un dels avantatges de ser petit són tots els processos.

Teniu un pla d'expansió per Internet o alguna eina planejada sobre com ha de ser el vostre posicionament a la xarxa?

Sí, sí. Sempre.

I en què consisteix?

En primer lloc, la web ha de ser semànticament molt més potent. És a dir, els àudios han de ser molt més descriptius, a part del text, i també han d'estar millor taggejats. Ha de tenir el pes que tenen les webs. Ara és d'un 50%. Ens movem pensant què és el màxim repositori dels nostres continguts. La font ha d'estar molt ben blindada. S'ha de refer, ja la tenim molt pensada i falta executar-ho. Això esperem que durant aquest 2016 estigui fet. No hi ha dates però està molt pensada i està molt clar com la volem. Volem tenir el mateix que tenim ara però més ben documentat, molt més descriptiu.

Alguna novetat més?

Home, ara per ara s'estan obrint finestres a altres aspectes, com ara els streamings en directe de vídeo, tot i que als locutors no agrada. L'streaming d'àudio sempre el fem. L'aposta del vídeo sembla que ha arribat per quedar-se, però és un complement que funciona. No resta oients però a vegades els complementa. No tots els que estan escoltat l'àudio el deixen de sentir per anar al vídeo. Per tant, sumem. No es que sigui espectacular però suma. Si ho fas bé i quan s'ha de fer la finestra de vídeo és una bona opció. Evidentment posar una càmera de vídeo durant tot el programa del Basté o al Versió no aporta res, però sí que en moments clau és un recurs que aporta i molt. Si tens al president de la Generalitat suma. Si tens un mag en directe, també és un bon moment.

És a dir, en la nova web els vídeos també hi seran presents?

Al nou web el vídeo tindrà el pes que li toqui tenir. Anirà apareixent. Després els vídeos tenen una segona vida. Si estàs al cotxe, quan arribis a casa després els pots consumir. De fet, aquesta és la via que tenim al nostre canal de Youtube. Estàs obrint noves finestres de consum d'un producte i mentre tu tens la pilota el rival no la té. Tu has d'aconseguir que el teu producte estigui present allà on l'audiència consumeix. Sense tancar el tema vídeo, el dia de la ràdio vam estar fent experiments amb el Periscope. Hi ha una empresa catalana, *eyetock*, que ens va venir a veure. Són com els periscope catalans. Amb aquesta gent volem fer coses, però cal tenir present que pot passar el mateix que amb uwhisp. És a dir, reformular el producte inicial que ens han ofert. L'avantatge és que són locals i, per tant, et poden escoltar. Soundcloud és molt difícil que et faci cas. Si ets la BBC potser sí, però des d'aquí no. Per això vam fer el canvi. Jo crec que servirà més pel reporterisme, però potser no per la nostra ràdio i pel nostre producte.

Mostrar la cara amaga dels programes, té públic?

Hi ha poca gent encara, però perquè no. Sí hem vist que el livestreaming té vida, el nou relat radiofònic, ensenyant les bambalines d'una redacció, genera un nou tipus d'oient. Aquest fan l'has de cuidar i una manera de fer-ho és a través de xarxes socials com Instagram. En el cas de la Segona Hora, el seu perfil d'Instagram és una manera excel·lent com cuidar-lo. El relat de les xarxes socials és nou. El que Instagram fa molt bé, jo crec que periscope o eyetock ho pot fer millor. El problema que li veig a periscope és que just quan li pots donar més vida, el vídeo caduca. Les xarxes amb vídeo ni que sigui amb ràdio durant anys se'n parlarà.

A més el tema periscope si no estàs amb WIFI les dades mòbils s'esgoten ràpidament.

Efectivament. El mateix passa amb els podcast. Nosaltres tampoc no estem oferint la qualitat que hauríem d'oferir, què és la que ens agradaria, per un tema de consum de GB als usuaris. Estem emetent a RAC a 48K i a mono i RAC105 ara està a 128K, fins fa poc estava a 96, com que és música, necessita de major riquesa. La diferència és que RAC105 té menys oients per Internet que RAC1. Si puges l'ample de banda estem provocant dues coses: a mi m'agradaria sortir a RAC1 a 105. Tots volem millorar-la. Si augmentés de 48 a 96 estic duplicant els costos. Si els costos fossin nostres ho assumiríem, però el problema és que estic traspasant uns costos que igual el nostre oient no pot assumir. Tradueixo. Un partit del Barça s'emet a 48 (mono). Cada hora d'escoltar un partit del Barça són 27mb. Si escoltes tot el partit 54mb i si escoltes tota la transmissió sencera són 104mb. Per tant, si tens un contracte 1GB, t'he fet polir una desena partit només amb un programa que dura dues hores.

I ara si fos a 96K.

Si te'l poso a 96K, t'hauré fet consumir 208mb. Nosaltres, avui dia, tenim uns rivals molt potents en forma de Facebook, Instagram,... Tot això és consum i la gent ha de prendre una decisió. El dia 18 és el final de mes de les operadores. Jo al final no puc competir contra un Snapchat. Per tant jo intento penalitzar-los el mínim amb aquest calaix imposat per les operadores. Fins que no hi hagi una veritable tarifa plana, nosaltres hem de competir. I això, traduït, vol dir fer-ho bé. O el que és el mateix fer-ho malament, parlant sempre de la qualitat de l'àudio que s'està oferint. Amb entorns wifi i empresarials no passa res, però en els segments als quals ens dirigim passa el mateix perquè una hora siguin 25mb. El problema del vídeo es multiplica. Tots els que intentem que els nostres productes estiguin al mercat de les xarxes socials amb mobilitat tenim el mateix problema, el peatge de les grans operadors. La solució arribaria amb l'existència, com t'he comentat abans, d'una veritable tarifa plana.

Teniu en compte la interacció que rebeu dels vostres usuaris, tant de la pàgina web com dels podcasts?

Com t'he comentat, no hi ha interacció ja que els usuaris són passius amb la nostra web. En el cas dels podcasts, aleshores, les interaccions les respon cada programa. La meua part és més tècnica, però si volen discutir el producte cada programa té les seves polítiques. Si

vols saber com a nivell periodístic un programa tracta tot el tema digital tindràs una visió complementària a la meua. Jo no titulo, no decideixo fotografies,... només interaccio amb els oients que tenen problemes amb el producte. Jo sé quina és la meua política: respondre tot el que es pot i ajudar en el màxim que es pot fer. Si hi ha alguna cosa mal feta, s'ha d'escoltar a l'oient. Si sobrepassa el meu àmbit això ja són els periodistes els que ho han d'avaluar.

La vostra empresa fomenta la convergència de diferents plataformes? Per exemple, en el cas de Catalunya Ràdio, durant les retransmissions de Futbol de la TdP tenen dues línies, una interna del camp i una altre externa i que és la que s'escolta la majoria dels oients.

Nosaltres això no ho podem fer. Ells tenen una freqüència que no utilitzen. Això és un tema tècnic. Ells tenen una freqüència per 3G que en cas d'aglomeracions no funciona. Ells tenen més freqüències i aprofiten les sobrants per emetre altres continguts Per exemple, la SER amb les antigues Ona FM pot emetre diverses coses al mateix temps. En el nostre cas tenim les freqüències i internet, però en l'àmbit analògic no podem fer més. Amb els anys aniran entrant noves xarxes socials i nosaltres sempre estarem allà. Ara bé, en el camp analògic les freqüències són les que són i són concessions que fa la Generalitat.

Relacionat amb això, quin paper té per vosaltres Internet a l'hora de difondre un mateix àudio per diferents plataformes?

Per estar present en diferents plataformes, com t'he comentat, és fonamental pensar quin tipus d'àudio vols. En xarxes socials nosaltres no podem penjar àudios de més de tres minuts perquè en el consum és molt important l'administració del temps. El periodista ha de pensar molt bé a on anirà a parar aquell àudio. Nosaltres, en el cas dels podcasts, tenim 3 coses: podcast horari (d'hora a hora) en cas de voler *La Competència* o en cas de voler tornar a escoltar una entrevista en concret, podcast de seccions, ex. 'El davantal' del Basté (es podria fer per uwhisp), però també tens *El perquè de tot plegat*, tertúlia de dues hores (el podcast de secció requereix un pas més per part de tots els oients) –els periodistes dels programes són els que al principi de temporada decideixen quines seccions van a podcast, i podcasts de consum ràpid, els essencials de RAC1 pensats, principalment, per xarxes socials –són peces molt curtes que es viralitzen molt bé. Un exemple podria ser el 'Versió Rac1'. Com a ràdio t'has de reventar i has d'intentar pensar com pensa el teu oient i està present allà on ell està. Si em van a buscar en un lloc que ho trobin, no que siguin ells que ho busquin.

Des de la teva emissora, feu streamings a altres mitjans (televisió, Internet,...)?

De 7 a 9h fem streamings d'àudio a 8tv, tot i que fa poc que es fa. És una experiència. Tenim streaming amb la TDT o amb l'APP de RAC1. Com no resta res, tot el que és poder posar el teu producte en el màxim de plataformes possibles és positiu.

I quin àudio poseu, el de la televisió o el de la ràdio?

La única cosa que es fa diferent és l'empaquetament i la inclusió de publicitat o promocions en funció del mitjà. L'explotació comercial és diferent però l'àudio és el mateix. El que passa és que aleshores és 8tv qui li posa una càrrega diferents amb caretes, separadors,... Però tot i així, al final, la font és la mateixa. Jo tinc moltes maneres d'agafar el contingut del programa del Basté, distribuir-lo i posar-li la publicitat diferent en funció del mitjà on ho vull distribuir. De fet, es comencen a fer paquets comercials específics per cada canal (ràdio, televisió, internet,...). Això implica uns costos de personal i de gent implicada en un tema com la comercialització en el món digital és molt complicat. El mercat encara no és lo suficientment madur.

7.5.8 RÀDIO ESTEL – Xavier Aguilar

Teniu alguna àrea que únicament s'encarregui de l'àrea d'Internet?

Sí, sí.

I des de quan?

Doncs, si ara estem al 2016, uns 6 anys aproximadament.

Si haguéssiu de concentrar els esforços en algun punt en concret (web, podcast,...), en quin seria?

Et diré que els dos. El tipus d'emissora que som nosaltres fa que les inversions siguin escasses o complicades. Això fa que siguem lents. La web justament seria un dels elements que caldria modernitzar, però les aplicacions també. No separaria jo.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament de la vostra pàgina web, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).

Sí. Admetem tota crítica, que és el que ens fa aprendre i millorar. Ens posem en contacte amb la persona que ens la fa arribar. Si creiem que té raó o mirem de solucionar-ho, si creiem que la visió no correspon amb la nostra li expliquem. Però sí, sí ho tenim en compte. Fins i tot, tenim un espai, tant en la nostra programació com a Internet, on se'ls dóna cabuda. D'aquesta manera veuen que som transparents.

Teniu un pla d'expansió per Internet o alguna eina planejada sobre com ha de ser el vostre posicionament a la xarxa?

Justament estem començant a fer un pla d'estratègia d'expansió i renovació global de pàgines web. Aquí som dos mitjans de comunicació i una associació d'amics i tenim 3 webs. Estem treballant a veure com podem fer aquestes dues noves webs, amb un mitjà escrit i un altre de radiofònic, que es complementin però que no es trepitgin. Estem començant.

A què li doneu més importància, a la vostra pàgina d'Internet (*Bitcasters*) o a les aplicacions mòbils (*podcasts*)? Perquè?

Podcast, senzillament perquè els Bitcasters no entren en els plans de futur.

Quan rebeu alguna crítica sobre el funcionament d'algun dels vostres podcasts, què és el que feu? (Seguiu una guia d'actuació...).

Seguim el mateix procediment que en el cas de la nostra pàgina web. El que sí que he de dir és que, en el cas dels podcasts, és un treball més automatitzat i independent. Justament necessitem de la mateixa gent que fa el programa com dels oients que ens ajuda a identificar si hi ha errors. És d'aquesta manera que els podem veure i millorar.

Teniu en compte la interacció que rebeu dels vostres usuaris, tant de la pàgina web com dels podcasts?

Sí. A més és lògic. Si tens a un oient content, el fidelitzes. Has de tenir-lo molt content. Si et truquen o t'envien un correu electrònic, vol dir que s'ho han pensat diverses vegades i això no sol passar sovint. Per tant, quan en reps una notificació has de pensar que altres persones també poden haver pensat el mateix. És obvi i necessari.

En el cas dels podcasts, quina tecnologia utilitzeu, RSS o ATOM?

No t'ho sabria dir. Més que podcasts nosaltres tenim ràdio a la carta. El que fem és gravar automàticament, amb un programa que ofereix el nostre podcast, i després el pugem a Internet.

La vostra empresa fomenta la convergència de diferents plataformes? Per exemple, en el cas de Catalunya Ràdio, durant les retransmissions de Futbol de la TdP tenen dues línies, una interna del camp i una altre externa i que és la que s'escolta la majoria dels oients.

Nosaltres no ho fem. No tenim una programació tant generalista com per fer aquesta convergència.

Relacionat amb això, quin paper té per vosaltres Internet a l'hora de difondre un mateix àudio per diferents plataformes?

Vital. Tot tendeix a Internet. Si no ho tens present i no mires de treure-li el màxim profit a totes les opcions que dona Internet, tens els dies comptats.

Des de la teva emissora, feu streamings a altres mitjans (televisió, Internet,...)?

No fem streamings de vídeo propis, però sí que tenim programes externs, pel tipus d'emissió que tenim. Som de l'arquebisbat de Barcelona i sí que hi ha dies que oferim pregàries i misses, com la del diumenge, per exemple, a Montserrat que treballem diàriament amb ells. Volem que la nostra web també sigui una plataforma perquè no només pugui escoltar sinó que també pugui veure en directe.

I quin és l'àudio que poseu, el de la ràdio i el de televisió?

L'streaming sempre té un retard. En el nostre cas, l'streaming l'utilitzem com a back-up, en algunes retransmissions. Sempre mirem d'exigir que la qualitat de l'àudio sigui la més alta possible. A més, ara és molt viable que la qualitat de l'àudio sigui apte per l'emissió. El que l'oient escolta per la ràdio serà el mateix que escolti a través de l'streaming de vídeo. Això sí, amb el retard que comporta aquesta tècnica.

Hi ha una tendència concreta que seguiu per fer-ho així?

No, perquè la nostra programació no dona o no ens ha creat una necessitat per fer àudios diferents. Però sí que estem mirant de fer alguns streaming de programes, no només de retransmissions externes. Més aviat com a complement. Fa gràcia depenent de l'entrevistat que tinguis veure'l.

Abans, feies referència al servei queoferiu de ràdio a la carta. Esteu contents amb el servei que esteu oferint?

Sempre es poden introduir millores (interface,...) com de servei. La qüestió sempre és la inversió que s'ha de fer i si estàs o no preparat per fer-la.

7.5.9 RADIO GLADYS PALMERA – Álex García

Vosotros sois una emisora de radio por Internet especializada en música.

Así es, solamente música.

¿Cuál ha sido la filosofía con la que se ha creado Radio Gladys Palmera?

Radio Gladys tiene 3 o 4 fases. La filosofía continúa siendo la misma del principio, pero ha cambiado mucho. Empezó siendo una radio que emitía por FM desde aquí, en Barcelona. Des del principio queríamos estar presente en Internet. Con el tiempo hemos ido diversificando los géneros musicales. Des de hace 10 años somos una emisora de World Music que emite todo tipo de géneros. Eso sí, intentamos que no sean músicas comerciales.

¿Dónde focalizáis más vuestros esfuerzos, en la página web, en el podcast o en vuestra app?

En todo la verdad. Nosotros nos vemos como generadores de contenidos. Ahora, des de hace 10 años, solo estamos en Internet y trabajamos a modo de redacción, con los programas y luego está la parte de la difusión. Para nosotros primero son los programas y las sesiones y luego los demás. Además, los vídeos sí que se han convertido en una herramienta muy útil. Están en la web. Los programas además se cuelgan al momento con los players que creamos.

¿Tenéis algún plan de actuación a seguir cuando recibís alguna queja por el funcionamiento de vuestra página web?

Sí, hay correos electrónicos habilitados en cada área. A parte que en redes sociales los usuarios te escriben muchos mensajes privados. Hay una persona encargada de comunicación. Cuando recibe quejas, se pone en marcha nuestro operativo para identificar quien tiene el problema, y si es nuestro para intentar solucionarlo.

¿Y en el caso de los podcasts es el mismo?

Sí, sí. Todo lo que sea acerca del funcionamiento tecnológico sigue el mismo circuito interno.

Por lo tanto, veo que tenéis en cuenta la interacción que os puedan hacer vuestros usuarios/oyentes, tanto en la página web como en el caso de los podcast.

Totalmente.

Podrías explicar por dónde pasarían vuestra estrategia de crecimiento en los siguientes años (haciendo referencia al mundo digital).

Para nosotros lo que es muy importante es que la tecnología continúe siendo un aliado. Nos ha permitido hacer un tipo diferente de radio, tenemos una programación 'desmembrada'. La tecnología incide en el trabajo que tú haces y pensamos mucho en que nos marca mucho el camino. Vamos a hacerlo todo a la carta. Creo que el reto está aquí, la interactividad que conlleva Internet. Además, también estamos pendientes de las innovaciones que pueden llegar al campo de la radio en los siguientes años.

¿Cómo cuáles?

La realidad virtual que ahora ya empieza a ser una cosa de consumo. Marcas como Sony van a lanzar un dispositivo específico para playstation. Vamos a estar pendientes para ver qué podríamos aplicar.

¿Qué tiene más importancia para vosotros: la página web o la aplicación móvil (podcast)?

Ahí estamos discutiendo sobre ello. No podemos dejar de tener web, es nuestro cuartel general desde el que lanzamos nuestros contenidos. Están al mismo nivel. También te digo que no podíamos depender únicamente de la aplicación. Antes estábamos obsesionados con que las visitas solo debían ser a través de la web. Quizás después de la explosión de las redes sociales hemos aprendido a diversificarnos. De hecho, nuestro canal de Youtube, separado de la web, tiene muchas visitas. Creo que es más trabajar la marca y conseguir diversificarnos. Eso sí, como ya te he comentado antes, la web la continuamos necesitando.

¿Qué tecnología usáis para los podcasts, RSS o ATOM?

Creo que es RSS. Pero ahora no te quiero dar una respuesta técnica.

Si lo sabéis, ¿qué versión?

No lo sé.

¿Hacéis streamings de vídeo?

Hicimos hace años. Ahora ya no. Hemos hecho pero ahora lo hacemos todo gravado.

¿Por qué?

Por un tema de producción y de manera de funcionar de la casa. De hecho, hace unos años dejamos de hacer radio en directo, con turnos de locutores, visitas de artistas. Nos hemos centrado en que la gente escoja lo que desea escuchar en el momento que lo quiere escuchar.

7.5.10 Director CATALUNYA RÀDIO – Saül Gordillo

Diferents autors han teoritzat sobre el final de la ràdio degut a la ‘revolució tecnològica’ que estem vivint. En un llibre teu, *Superperiodistes en l’era de la sobreinformació*, Juan Varela, al pròleg, considera que els mitjans i, sobretot, els seus responsables necessiten coratge. El sector de la ràdio creus que ha demostrat el coratge suficient per adaptar-se a la nova realitat d’Internet?

Sí i no. Sí perquè la ràdio s’està adaptant bé, però no perquè no ho han necessitat gaire. A diferència d’altres mitjans que han patit més el pas al digital, a les xarxes socials i a l’entorn 2.0, la ràdio s’hi ha sentit molt còmode des del primer moment. En canvi, els diaris i fins i tot les televisions han patit una mica més. Aleshores, per una banda, aquesta conquesta de la ràdio en l’entorn digital ha estat molt natural i molt fàcil. Per tant, s’han adaptat bé i ho han fet d’una manera bastant natural.

Per tant, la valoració que fas de la transformació de la ràdio a l’entorn digital també aniria per aquí?

Sí però hi ha molt de camí a recórrer. Ara el que hi ha és a la web i a les aplicacions la possibilitat d’escoltar la ràdio en directe i de consumir continguts ja emesos trossejats per programes, per hores o bé per continguts específics. Jo crec que això encara ha d’evolucionar més i hem d’anar a una ràdio molt més participativa. On a més els gustos i les subscripcions de l’usuari facin que els continguts li arribin més fàcilment. Per tant, en funció de si una persona escolta molt una cosa, que això suggereixi una manera diferent de consumir ràdio. La personalització d’aquests continguts jo crec que encara ha d’anar més en l’entorn de les aplicacions i d’Internet.

De quina manera es podria avançar en aquesta direcció?

Per mi via les subscripcions i posar tot el que s’emet a l’emissora i coses també generades per l’emissora tot i que no s’emeten per la Freqüència Modulada (FM) i distribuir-les d’una manera diferent sabent quines són les preferències de cada usuari. I això o es fa una mica a la carta o fent-li marcar unes preferències a l’usuari o bé es fa perquè l’aplicació és intel·ligent i va detectat quin és el contingut més consultat i li va suggerint altres de similars. Això passa molt en les webs dels diaris. Amb les notícies vinculades a la que acabes de llegir, et permeten tenir una navegació. En funció de la informació que tinguem

dels gustos de l'usuari, li podrem oferir una navegació més coherent amb allò que li agrada.

Per tant, dedueixo que seguiríem l'esquema desenvolupat per les xarxes socials, el correu electrònic i Internet en general.

Es tracta d'aprofitar el que està inventat.

En quin dels següents àmbits consideres que la ràdio hauria de centrar els seus esforços: en potenciar la seva pàgina web i tot el que això comporta (SEO,...) o en desenvolupar bones aplicacions mòbils i podcasts de bona qualitat perquè els usuaris/oients se'ls puguin descarregar o instal·lar?

Per mi les dues coses. No són incompatibles. Un dels problemes és que la ràdio té continguts i no textos. Precisament com que la ràdio no els indexa prou bé, els posiciona malament, i els continguts d'àudio estan penalitzats en l'entorn dels cercadors. Això és perquè l'estructura de les webs i la manera de treballar a una emissora no tenen la orientació de SEO que tenen els mitjans digitals. I l'altre és que estem a les beceroles de què és un podcast i de com es pot consumir la ràdio de tal manera que puguis programarte tot. Segurament caldria afegir un tercer element. Aprofitar l'entorn digital per fer formats diferents i per fer coses que formen part de continguts més transmedia i multimèdia. Crec que la ràdio té una oportunitat per treballar com un mitjà digital multimèdia i tenir la potència de la immediatesa i del contacte directe amb l'audiència a través de l'antena i la força de la participació que això et dona. Això moltes vegades la televisió sí que ho té, però no ho tenen altres mitjans.

Pel que fa a l'organització de les rutines, com creu que és la ràdio del futur (o del present)?

Jo fa només 3 mesos que hi sóc i encara no tinc prou informació com per donar una informació molt fonamentada, però crec que per una banda es tracta de saber editar i fer una cura del so i de l'antena un cop portada a l'entorn digital. S'ha de tenir una sensibilitat per posar a l'entorn digital el que està sonant en antena i, per l'altre, l'entorn digital és una oportunitat per fer de la feina prèvia un procés transparent en l'elaboració dels continguts informatius. Per tant, pots explicar que estàs preparant coses. Pots fer imatges, vídeos. Pots avançar alguns talls d'alguna entrevista i tot això desemboca i completes al procés a l'antena original. Es tracta, doncs, d'un camí de dues direccions. El que fas per l'antena a

l'entorn digital i aprofitar aquest per d'una manera més participativa i creant un entorn de comunitat introduir el que acabaràs posant en l'antena.

Passa per la convergència entre les seccions dels serveis informatius –cultura amb política- per exemple?

Això són dos temes diferents. Un cosa és que vulguis fusionar per manques de recursos. I l'altre és que intueixis que això tingui relació. Una cosa és com fas la informació i l'altre és si has de barrejar els que fan un tipus d'informació amb uns altres. Lo ideal seria no haver-ho de fer o no atribuir a la transformació digital la fusió de seccions.

La ràdio del futur ha de passar més per l'anàlisi i l'entreteniment i no tant per la informació?

No necessàriament. No té res a veure. Una altre cosa és que l'entreteniment tingui més èxit d'audiència que la informació, però a Catalunya Ràdio que som una emissió pública és vital la informació. És evident que l'entreteniment et dona més audiència i guanyar l'EGM, però també és veritat que si els serveis informatius, sobretot en situacions puntuals molt concretes, donen sortida a les demandes de la gent posen en valor el conjunt de l'emissora. És en aquells moments quan l'entorn digital i el ressò a les xarxes socials fa visible o no una bona plantilla de periodistes.

En el llibre *Superperiodistes en l'era de la sobreinformació* vas escriure que un dels handicaps més important perquè la gent consumís informació a Internet era la mala qualitat del servei que oferien les operadores telefòniques. Han passat 6 anys des que vas escriure el llibre i, tot i que ara ha arribat la fibra òptica, el servei continua igual de deficient (el més lent i el més car d'Europa). Quina repercussió pot tenir això pels mitjans a l'hora de plantejar la seva estratègia de desenvolupament a la xarxa?

Quan tu consumeixes l'àudio en directe des de l'aplicació a través del mòbil sense wifi consumeixes moltes dades. Si tens wifi és molt diferent. Jo crec que aquí encara hi ha un element important d'escletxa, de cobertura. Això s'ha d'anar arreglant. L'afirmació feta el 2010 tenia un sentit, ara els mòbils han evolucionat. Hi ha més wifi en llocs públics que abans. Les biblioteques i els equipaments públics en tenen i cada cop més cases en tenen. És un escenari que, per l'evolució social i econòmica del país, anem arreglant. Aquí també el que en algun moment hi haurà d'haver és un pacte entre les operadores i els generadors

de contingut, que no sempre obtenim prou guanys dels continguts que generem. Aquests productes que nosaltres generem fan que el consum de les operadores es dispari, però a costa d'uns continguts que no tenen retorn.

És a dir, les companyies telefòniques haurien d'ajudar, igual que comença a ajudar Google, als mitjans perquè som els que generem els productes que ajuden a Google a trobar continguts i a que les telefòniques que augmentin el consum de dades dels usuaris. Aquí hi ha d'haver una aliança tard o d'hora entre els qui treuen diners de les telecomunicacions i els que posem la major part de material que fa que la gent gastí en aquestes empreses.

Un dels avantatges que tradicionalment la ràdio havia tingut respecte la premsa i la televisió és la seva immediatesa a l'hora de difondre informació. Ara és Twitter qui s'ocupa d'això?

Una mica sí, però la ràdio encara competeix. Fins i tot per davant de la televisió i competint amb mitjans digitals. La ràdio encara té aquest "punx" que fa que, la relació entre una part de l'audiència, molt petita, que també és a les xarxes socials, quan veu que quan la ràdio dona per bons alguns materials que circulen per les xarxes socials, això és la prova que ho converteix en un símbol de rigor i veracitat. Precisament penso que perquè hi ha la competència de les xarxes, la ràdio té molt més valor. En aquesta pressió permanent amb les xarxes socials té el seu tret distintiu: atorgar veracitat i incloure el segell de veracitat i rigor que no tenen moltes de les coses que hi ha a les xarxes socials. Per tant, aquesta idea de la jerarquia i de la veracitat de les coses, sobretot fetes des d'una ràdio pública, que ha d'estar molt atenta al que es diu a les xarxes socials, jo penso que aquí aquesta dialèctica és interessant per la ràdio ja que permet recollir el que es diu a les xarxes socials i que bona part de la seva audiència no està mirant. Seria l'equivalent al que passava fa uns anys amb les trucades telefòniques que es feien fa uns anys en directe per l'antena.

Quin ha de ser el paper del "periodisme ciutadà" en la ràdio del futur? Ha de tenir presència?

A mi no m'agrada la idea del periodisme ciutadà perquè el periodisme el fan periodistes. Els ciutadans poden generar continguts d'interès periodístic però sempre ha de passar pel sedàs dels professionals. La ràdio en el fons sí que pot fer aquest paper de mediació però usant molt la comunitat i l'audiència. Per tant, en el fons és com la comunitat entorn d'una emissora i la marca que aglutina una audiència molt heterogènia utilitza la participació dels seus oients, que abans trucaven però ara estan presents a les xarxes socials. Per tant,

es tracta d'una comunitat 360 graus. No només es pot atacar des de tots els punts de vista i, fins i tot, amb vídeo i streaming. La utilització de diferents plataformes i mitjans crec que això és una idea molt potent i de futur.

Quan vas arribar a la direcció de Catalunya Ràdio vas dir que 'hem d'aprofundir la manera d'arribar a nous públics per nous canals, reinventant-nos sens fidels a aquesta casa en tots aquests anys d'èxit'. Quins passos s'han fet per aconseguir-ho?

Hem potenciat les xarxes socials, estem introduint millores en l'aplicació mòbil. Ens estem plantejant com tenir informació sobre el consum real de la gent i sobre com intervenir en el contingut radiofònic en directe. Hem fet crides a la participació amb situacions com Sant Jordi, la porra del Barça, de l'Eurocopa, etc. I hem aprofitat l'entorn digital per potenciar els actes potencials com vam fer per Sant Jordi. També hem intentat posar en valor que quan Catalunya Ràdio trenca la programació intentem incidir-hi molt en l'entorn digital. És incipient. Sabem que estem a les beceroles d'un camí apassionant i ja veurem el temps cap on ens porta i cap on anem a parar.

Hi arribarà un moment en què les principals emissores de ràdio únicament emetin per Internet?

Jo crec que a diferència d'altres suports com el paper, la ràdio té un futur important. L'EGM diu que la gent escolta més ràdio que mai i Catalunya en català. I que la mobilitat és una gran mobilitat de la ràdio i el fet que pots fer moltes coses escoltant la ràdio. Que et pugui fer molta companyia sense necessitat de mirar-la fa que pugui tenir un futur molt més garantit, la qual cosa no porta que desatenguis tot el que hem anat comentant al llarg de l'entrevista. Però jo crec que la ràdio encara amb el cotxe, amb la dutxa, en molts entorns la gent amb els auriculars crec que això li dóna molt més futur que no pas altres suports que requereixen de més predisposició per consumir-los.

De fet, el *prime time* radiofònic continua sent a les 8-9h quan la gent està al cotxe anant a treballar.

Clar, clar.