

# REALITZACIÓ D'UN PROGRAMA RADIOFÒNIC JUVENIL D'ÀMBIT LOCAL: *JOVES D'ARA*

---

REALIZATION OF A LOCAL YOUTH RADIO PROGRAM:  
*YOUNG PEOPLE NOW*

Grau en Comunicació Cultural

Autor/a: Paula Fernández Muñoz  
Tutor/a: Lluís Costa Fernández  
Data: 6 de juny del 2022

## **Resum**

**[CAT].** En el següent treball es presenta el procés de creació d'un programa radiofònic d'àmbit local pel mitjà Ràdio Tordera, i destinat als joves de Tordera. El programa posa èmfasi en informar, educar, entretenir i difondre continguts d'interès pel jovent del municipi. En primer lloc, per portar a terme aquest estudi, s'investiga si els joves del municipi escolten Ràdio Tordera, i quin és l'interès del jovent per la creació d'un programa radiofònic. Per això, es va realitzar una enquesta online que es va difondre a través dels instituts i les xarxes socials com Instagram. Els resultats mostren que els joves de Tordera no escolten la ràdio local. No obstant això, els hi agradaria que existís un programa destinat als joves. El projecte pretén crear un espai on puguin estar informats de les notícies locals per conèixer que succeeix al seu voltant i, alhora, sentir que tenen un lloc on estan representats.

**Paraules clau:** Ràdio local, joves, programa, adolescents, cultura.

## **Abstract**

**[ANG].** The aim of this project is to present the process of creating a local radio program through Radio Tordera, and focused on Tordera's young people. The program emphasizes on informing, educating, entertaining and spreading contents of interest for young people in Tordera. First of all, to put into practice this study, it investigates if young people of this town listen to Radio Tordera, and which are their interests to create a radio program. To do this, an online poll has been spread through high schools and social media like Instagram. The results show that young people from Tordera don't listen to local radio. However, they would like to exist a program destined to them. This project tries to create a space in which they can be informed of local news in order to know what happens in their surroundings and, at the same time, to feel that they have a place where they can be represented.

**Keywords:** Local radio, young people, program, teenagers, culture.

## ÍNDEX

<b>1.PRESENTACIÓ</b> .....	<b>pàg. 2</b>
<b>2.DEFINICIÓ I OBJECTIUS</b> .....	<b>pàg. 3</b>
<b>3.MARC TEÒRIC</b> .....	<b>pàg. 4</b>
3.1.Comunicació local: la ràdio local.....	pàg.4
3.2.La ràdio i els adolescents.....	pàg. 6
<b>4.ESTUDI DE CAS: RÀDIO TORDERA</b> .....	<b>pàg. 8</b>
<b>5.METODOLOGIA</b> .....	<b>pàg. 13</b>
<b>6.ANÀLISI DELS RESULTATS</b> .....	<b>pàg. 14</b>
6.1.Hàbit d'escolta dels joves de Tordera.....	pàg. 14
6.2.Els continguts i l'interès per la creació d'un programa radiofònic.....	pàg. 17
<b>7.PREPRODUCCIÓ DEL PROGRAMA</b> .....	<b>pàg. 21</b>
7.1.Idea i sinopsis del projecte radiofònic.....	pàg. 21
7.2.Nom del programa.....	pàg. 22
7.3.Estil del programa.....	pàg. 23
7.4.Referents radiofònics.....	pàg. 23
7.5.Col·laboració amb els instituts i entitats del municipi.....	pàg. 25
7.6.Emissió i durada.....	pàg. 26
7.7.Estructura del programa.....	pàg. 27
7.7.1.Escaleta: contingut organitzat en el temps del programa.....	pàg. 28
7.7.2.Format.....	pàg. 29
7.7.3.Desglossament dels continguts del programa.....	pàg. 30
7.7.4.Imatge del programa.....	pàg. 34
7.8.Mitjans de difusió pel nou programa radiofònic.....	pàg. 34
<b>8.CONCLUSIONS</b> .....	<b>pàg. 36</b>
<b>9.ANEXOS</b> .....	<b>pàg. 38</b>
<b>10.BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>pàg. 43</b>

## **1.PRESENTACIÓ**

La ràdio local és un mitjà de proximitat que ha de sobreviure en un món de constants transformacions per les novetats de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació. Tanmateix, la ràdio és un mitjà de comunicació poc escoltat entre els joves. Segons les últimes estadístiques de l'Associació per la Investigació de Mitjans de Comunicació, dins de l'Estudi General de Mitjans, només el 44,1% dels joves entre les edats compreses entre els 14 a 19 anys escolten la ràdio. D'igual forma, només el 47,8% dels joves entre els 20 i els 24 anys són oients habituals. Per tant, podem afirmar que l'audiència juvenil és molt escassa dins d'aquest mitjà.

D'altra banda, aquest any he tingut l'oportunitat de realitzar les pràctiques al mitjà local Ràdio Tordera, un mitjà de proximitat de la comarca del Maresme, i he pogut investigar més sobre el fenomen de baixa audiència entre el jovent. En un primer moment, el present treball vol oferir a Ràdio Tordera l'oportunitat d'iniciar un projecte per pujar l'audiència respecte als joves, ja que la seva xifra respecte als oients son inferior al 5%.

El treball que es presenta a continuació és el desenvolupament del procés de creació d'un programa radiofònic sobre educació i cultura, destinats als joves del municipi de Tordera. La idea neix de la necessitat de crear un espai de pensament que pugui interessar als joves, on convergeixin entreteniment, educació i divulgació. D'altra banda, el present treball parteix de dues preguntes d'investigació.

**P1: Els joves de Tordera escolten Ràdio Tordera?**

**P2: Quin és l'interès del jovent per la creació d'un programa radiofònic?**

Per tant, dins d'aquest treball es donarà resposta a les dues preguntes d'investigació. Així doncs, obtindrem informació exacta per la creació d'un programa radiofònic juvenil al municipi de Tordera.

## 2.DEFINICIÓ I OBJECTIUS

El mitjà de comunicació d'àmbit local Ràdio Tordera disposa d'una audiència molt discreta entre la joventut, ja que no supera el 5% d'oients entre les edats dels 18 i 24 anys, i una estratègia i planificació ben pensada i acurada pot revertir aquesta situació. Així doncs, el principal objectiu del present treball és aconseguir que aquestes xifres puguin augmentar a llarg termini amb una proposta pel jovent de Tordera. A continuació, faré una enumeració dels diferents objectius assolir:

- Analitzar al jovent de Tordera i conèixer els seus interessos per plantejar una programació radiofònica d'àmbit local.
- Plantejar un programa que estableixi un àmbit dinàmic i d'entreteniment pels joves de Tordera.
- Tractar el programa com un espai per educar, informar i entretenir al jovent torderenc.
- Crear un programa radiofònic que pugui iniciar-se a Ràdio Tordera, partint del present treball.
- Conèixer quin i com és el procés per crear un programa radiofònic d'àmbit local des de zero.

### **3.MARC TEÒRIC**

Aquest apartat s'estructura en dos blocs. En el primer apartat parlaré sobre el periodisme de proximitat, i en el segon sobre la relació de la ràdio amb els adolescents.

#### **3.1 Comunicació local: la ràdio**

La comunicació local és un tipus de comunicació que cal que sigui analitzada paraula per paraula. En primer lloc, la comunicació és un concepte difícil de definir, ja que a mesura que van passant els anys sorgeixen noves formes de comunicar i, per tant, sembla que es va redefinint. No obstant això, l'essència de la comunicació sempre serà la mateixa, transmetre informació d'un emissor a un receptor i viceversa. A més, de transmetre informació veraç de forma fidel. Altrament, la comunicació, utilitzada des d'un camp professional com és el periodisme, suposa una eina indispensable per connectar amb la societat.

D'altra banda, el concepte "local" seria definit com l'espai territorial al qual anirà destinada la informació, s'estableix com una mena de frontera geogràfica on la informació serà destinada als individus d'un municipi concret. Al respecte, Alicia Martínez Juan (2003), defineix les característiques del periodisme local de la següent forma: la localització del mitjà de comunicació en un lloc físic i delimitat tant geogràficament com jurídicament, i on els habitants estiguin units per la cultura i la tradició del poble; audiència local caracteritzada per la proximitat entre els habitants del poble i les institucions de govern; continguts elaborats a partir de successos relacionats amb el municipi (successos socials, econòmics, culturals, polítics i esportius); interès pel mitjà en l'espai en què es troba; i responsabilitat social del mitjà de comunicació que l'obliga a participar activament en les relacions del poble (Citat per Caldevilla, 2013, p.3).

Per tant, el periodisme local sempre anirà lligat a unes característiques indispensables com l'emplaçament del mitjà en un espai físic, l'oient local definit per l'afinitat entre els habitants i les institucions de govern, els continguts que ofereixen amb un marge definit per la realitat social, econòmica, política, esportiva i cultural del territori, i per la seva funció social per crear comunitat. A més, la comunicació de proximitat ha de regir-se sota una informació detallada i concreta per l'oient, a diferència dels mitjans generalistes que han d'informar a un públic més ampli (Costa, 2012).

No obstant això, a mesura que han avançat els segles, avui en dia no existiria una frontera geogràfica com a tal, ja que a través d'Internet es poden enderrocar les fronteres d'espais. És a dir, una persona que viu fora del seu municipi pot escoltar l'emissora del seu poble a

través de la pàgina web del mitjà, si aquest en disposa. Per tant, el concepte local de mica en mica es va ampliant cap altres fronteres més enllà de la mateixa localitat. A més, dona la possibilitat que el mitjà pugui ser escoltat en altres comunitats o països, augmentat el seu abast d'audiència. Tanmateix, la comunicació local no ha de deixar en banda la localitat a la qual comunica, ja que la seva tasca principal ha estat la cobertura de la informació d'un espai físic concret (Caldevilla, 2013).

Com bé explica Costa (2012), el periodisme local no ha de deixar de cobrir la informació que envolta al municipi, i defineix la informació local de la següent forma:

"Informació local fa referència, sobretot, a uns continguts definits en termes geogràfics, socials i culturals i al tractament dels esdeveniments que es produeixen en aquest marc, o d'altres però que afecten als ciutadans d'aquest territori. Es tracta d'una comunicació de servei, directa, propera, que pontifica els continguts més quotidians i que es retroalimenta dels seus propis receptors. Seccions com l'agenda d'activitats, els horaris dels autobusos, les farmàcies de guàrdia, les cartelleres del cinema, la programació de les televisions o les esqueles esdevenen indispensables i un tret identificador de la premsa de proximitat, sobretot si la periodicitat no és molt esparsa". (p.24)

Altrament, el present treball està destinat a conèixer més a fons que és la ràdio local i quina és la situació en què es troba. Segons Cebrián Herreros (2000), prefereix definir la ràdio local com a emissores de proximitat perquè "considera que el concepte de pròxim va més enllà del sentit merament territorial i afecta aspectes units a l'ésser humà, com la identitat, la família o l'entorn social" (Citat per Solà i Micó, 2013, p.2). Per tant, la ràdio local es podria definir com un mitjà de comunicació destinat a informar, als habitants d'un territori concret, sobre els successos socials, polítics, culturals o esportius que passen al seu voltant. Es tracta d'un mitjà, del qual els habitants poden fer ús per conèixer totes les notícies del municipi on viuen.

Alhora, dins del mateix concepte de ràdio local, podem observar diverses formes de funcionament depenent de l'estructura de govern. En un primer moment, podem trobar ràdios que estiguin dirigides per persones vinculades històricament al municipi i, per tant, la relació entre el mitjà i el municipi serà més estreta. Però, en segon lloc, podem trobar ràdios locals on el propietari es troba fora de l'àmbit local. D'igual forma, es pot tractar de propietaris que volen fer-se més poderosos i estar presents en més mercats, o són propietaris més emprenedors que els mateixos ciutadans del municipi (Merayo, 1994).

Tanmateix, segons Buendía i Pino (2008), la funcionalitat de la ràdio local no pot ser definida per la cobertura i les característiques tècniques, ni pels propietaris. A més, expliquen que l'essència per definir la ràdio local és el seu caràcter comunitari, els objectius socials pels

quals va ser creada i pel projecte comunicatiu. Tots aquests propòsits han de quedar en consens amb la comunitat per proporcionar un benestar als oients.

Finalment, la situació de la ràdio local ha anat evolucionant amb el pas del temps, i s'ha hagut d'adaptar amb la demanda del moment. Un dels grans passos, ha estat l'adaptació a les noves tecnologies i, per tant, a noves formes de fer ràdio. Alhora, la digitalització també ha propiciat que la situació laboral canviï, i que la polivalència es converteixi en el punt clau d'un comunicador, ja que un mateix individu pot dur a terme diferents tasques (Solà i Micó, 2013).

### **3.2 La ràdio i els adolescents**

Durant el període que va del 2000 al 2022, la penetració de la ràdio a Espanya entre els joves de 14 a 19 anys ha baixat un total de 3.7 punts percentuals, l'any 2000 el 9,0% dels joves compresos entre aquestes edats escoltaven la ràdio. Aquest any s'ha calculat que són el 5,3%. Per una altra banda, el grup de 20 a 24 anys, la davallada, ha estat de 6.6 punts, segons les dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM). L'any 2000 el 11,1% de joves de 20 a 24 anys escoltava la ràdio, alhora, l'any 2022 només el 4,5% de joves de 20 a 24 anys escolten la ràdio. Per tant, estem observant com els mitjans de comunicació convencionals, en concret la ràdio, estan perdent l'audiència de gent jove. Això, pot ocasionar un greu problema, ja que els joves són el futur de Catalunya i pot provocar la desaparició dels mitjans de proximitat.

Els actuals adolescents són la generació que ha nascut sota una gran influència de les noves tecnologies, i estan immersos en un cercle de constants canvis. A més, han estat capaços de ser multidisciplinaris, a causa del seu extens desenvolupament amb les xarxes i la seva autosuficiència digital. És a dir, els joves són individus capaços d'executar diverses tasques com enviar un Whatsapp i, alhora, veure una pel·lícula a la plataforma Netflix.

És important investigar que els interessa als joves, i com podem aplicar aquests interessos en els continguts de les ràdios locals per aproximar aquest públic. Gutiérrez, Martí, i Monclús (2014) van exposar que el principal producte que podria atreure els joves cap a la ràdio seria la música, però hauria de transformar el seu estil perquè no han assolit arribar aquestes masses. D'igual forma, consideren que les ràdios han d'aconseguir dominar Internet i les xarxes socials, perquè això els proporciona una major interacció amb el públic adolescent. Per tant, obtenir un *feedback* és crucial. Alhora, els professionals Gutiérrez *et al.*



(2014) pensen que la falta d'emotivitat per part de les ràdios no ha facilitat que s'estableixi una relació de proximitat amb la joventut catalana.

D'altra banda, Gutiérrez *et al.* (2014) expliquen que almenys el 51% dels joves catalans entre 14 a 25 anys, mostren interès per continguts relacionats amb la música, la informació, l'humor, els esports i l'entreteniment. Per tant, cal tenir present que els joves busquen un programa on puguin comptar amb un munt de varietats on puguin escoltar i saber de tot, i alhora, que puguin conèixer quines activitats poden desenvolupar a prop de la seva zona. A més, de conèixer notícies en profunditat que els concerní.

Alhora, els mitjans de proximitat han de ser capaços d'utilitzar Internet i les xarxes socials com un aliat, és a dir, capgirar la situació d'allunyament dels adolescents de la ràdio per culpa de les noves tecnologies i unir-se amb aquestes per atreure els joves a la ràdio. Per tant, és important apropar-se als joves a través d'Internet com l'escolta per la pàgina web. Tanmateix, una altra estratègia per l'aproximació del jovent al mitjà podria trobar-se en el fenomen dels *podcasts*. Segons les xifres de *Culture Next: 2021*, un informe elaborat per Spotify on analitzen les tendències musicals dels últims anys, el 74% dels joves escolten àudios per relaxar-se, majoritàriament *podcasts*. Alhora, dins l'informe, s'ha declarat que el 43% dels joves prefereixen escoltar *podcasts* per sobre dels mitjans de comunicació tradicionals com la ràdio. (Culture Next, 2021)

Pel que fa als continguts que els joves rebutgen dins de les ràdios, es destaquen els continguts no musicals i que no són d'interès general, i d'altre la publicitat. Els joves consideren que la publicitat trenca l'atmosfera que es crea quan escolten música. Altrament, la participació en ràdio és un factor que crida l'atenció dels joves, i són receptius. Per tant, és interessant habilitar espais de participació i que els mateixos joves generin continguts al seu propi gust. (Martí, Ribes, Gutiérrez, Martínez, i Monclús, 2009)

#### 4. ESTUDI DEL MITJÀ COL·LABORATIU: RÀDIO TORDERA

Els mitjans de comunicació de proximitat com la ràdio local van començar aparèixer arran de la fi de la dictadura a Espanya. El règim dictatorial de Francisco Franco va convertir el periodisme en una eina de manipulació, per promoure informació de forma limitada i sota els seus propis interessos. Per tant, si un mitjà alternatiu volia informar els ciutadans sota el seu propi criteri, aquest mitjà era censurat automàticament i, posteriorment, tancat.

Anys més tard, durant la transició, van començar a sorgir nous mitjans locals independents. D'igual forma, és important remarcar que la premsa local va tenir un paper fonamental en la transmissió de valors i de models ideològics. Això, va donar pas al fet que mitjans de proximitat poguessin donar la seva opinió en un mitjà sense unes normes a seguir. És cert, que dins dels mitjans d'àmbit local, els ajuntaments van ser clau perquè dipositaven tota la informació d'interès ciutadà en la premsa, televisió o ràdio del municipi perquè així difonguessin la informació. No obstant això, els mitjans van poder seguir una línia en paral·lel creant la seva pròpia programació i els seus propis continguts (Costa, 2015).

D'altra banda, cal remarcar que el principal fenomen que va incentivar a la formació de ràdios locals, va ser la iniciativa de grups de joves i radioaficionats. El jovent es trobava en el punt més àlgid de llibertat d'expressió, després d'haver patit la cohibició de no poder expressar de forma lliure els seus pensaments polítics i culturals. Com bé explica Costa (2015), respecte al sorgiment del fenomen radiofònic local:

“Els protagonistes de les diferents iniciatives radiofòniques, alguns joves fins i tot amb una certa formació periodística i altres persones aficionades al món de la ràdio, van constituir l'embrió del fenomen radiofònic local de la Catalunya democràtica. S'obria un espai per a un segment de població que aspirava a trobar mitjans de comunicació més directe que la premsa escrita.” (p. 47)

La ràdio municipal començava a rellevar a la premsa com a principal mitjà de comunicació pels habitants dels pobles. Alhora, aquest fet es produïa en aquells municipis que comptaven amb grups de joves emprenedors que volien fer ràdio pel seu poble. Altrament, la ràdio local/municipal es va veure limitada perquè el seu sosteniment econòmic comportava moltes despeses. Així mateix, va ser gràcies a les aportacions de diners públics per part de les administracions municipals i de la publicitat del comerç local, que la ràdio va poder subsistir i evolucionar any darrere any.

Van ser moltes les ràdios locals que es van crear a Catalunya, però en el present treball destacarem els inicis de Ràdio Tordera. El 6 de gener del 1982 un grup de joves interessats

pel món de la comunicació local van decidir crear un espai de comunicació per la gent del poble, i van començar a fer les primeres emissions sense un horari fix i amb una programació limitada depenen del temps lliure que tinguessin.

Un temps més tard, quan la ràdio es va consolidar, es van traslladar a un local al Carrer Sant Ramon al municipi de Tordera. Arran de la millora de les instal·lacions, van començar a invertir en aparells i es va destinar més temps elaborar una programació més fixa. Paral·lelament, l'emissora començava a ser coneguda pels habitants, i va augmentar la participació d'un gran nombre de voluntaris. Molts d'aquests voluntaris, continuen a la ràdio municipal, i condueixen els seus propis programes.



Font: Imatges cedides per part de Ràdio Tordera

Als inicis de la dècada dels noranta, Ràdio Tordera es va tornar a traslladar d'edifici, i se'n van instal·lar a unes cases antigues situades al Carrer Santiago Rossinyol. A més, van fer un gran pas en la definició de la seva estructura organitzativa, ja que van deixar de ser una entitat i van donar pas a la creació d'un Consell d'Administració. Aquest consell estava compost per diferents membres de la ràdio, i alhora, estava format per diversos representants de l'Ajuntament de Tordera. Actualment, l'assemblea de membres de l'emissora continua activa, i continua treballant conjuntament amb el consistori municipal.

Durant l'últim any del segle XX, l'emissora municipal es va llençar a les noves tecnologies de la informació, i van crear la seva pròpia pàgina web. Això, els va permetre tenir més abast i fer-se conèixer en municipis del voltant. D'igual forma, l'any 2003 van començar a editar el butlletí municipal anomenat El Pont de Ferro. Altrament, l'any 2010 es va donar l'últim canvi d'ubicació, l'emissora està situada a la plaça de l'església en una antiga pensió anomenada Can Floris. Els estudis estan oberts al carrer i, per tant, torderencs i torderenques poden observar als membres de l'emissora fent ràdio. En l'actualitat, calculen que hi hagi un total de seixanta membres oferint programes les 24 hores del dia.



Font: Imatge cedida per Ràdio Tordera

Com hem observat, Ràdio Tordera és un clar exemple de la història de la formació del fenomen radiofònic, ja que va ser fundada per un grup de joves emprenedors, i alhora va treballar conjuntament amb l'ajuntament per comunicar de forma fidel a tots els oients del municipi. Alhora, cal destacar que la ràdio local a Catalunya es caracteritza per emetre i informar per la població que està al seu abast que, per una banda, es va limitant al sector públic. (Costa, 2015)

Pel que fa a l'audiència, és important fidelitzar amb els oients del municipi. La proximitat amb els habitants és el motiu pel qual es fa ràdio local pública. Per això, és rellevant que hi hagi una interacció i se'ls hi doni pas a participar en el mitjà. D'igual forma, els oients del municipi busquen informació local que els hi pugui permetre estar al dia de tot el que succeeix al municipi. Per tant, és crucial que el mitjà local doni visibilitat i ofereixi uns continguts relacionats amb la societat del municipi, amb les seves institucions, els seus representants polítics, les seves entitats, els seus comerços i les seves escoles i instituts. (Federació de Ràdios Locals de Catalunya, 2006).

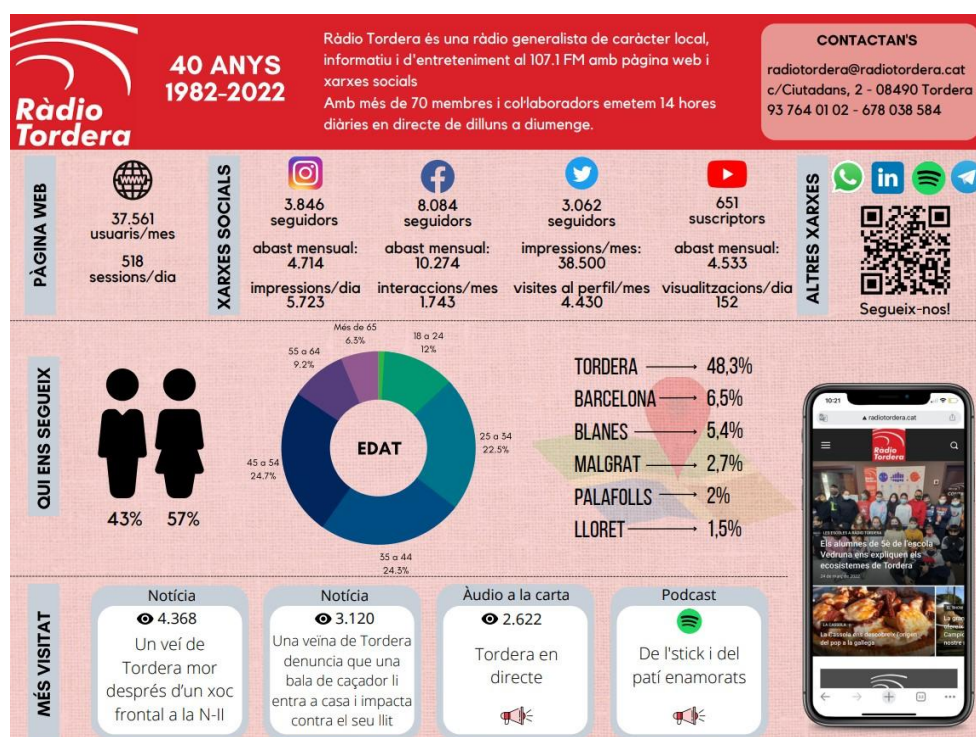
D'igual forma, des de Ràdio Tordera, han treballat dins de tots els camps esmentats anteriorment. Però, alhora, dins la pàgina web de Ràdio Tordera en l'apartat *Missió i visió* remarquen una de les seves principals aspiracions:

“Tot torderenc ha de tenir tres emissores a la memòria de la seva ràdio, una per saber què succeeix al món, una altra per escoltar música o entretenir-se i una altra per saber què passa a prop seu. Aspirem a ser, com a mínim, una d'aquestes tres.” (pàgina web de Ràdio Tordera)

Ara bé, des de fa uns anys, la ràdio local està patint una davallada d'audiència per la falta de proximitat als seus oients. Des de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya, a través del Llibre Blanc de la ràdio local pública (2006), van exposar quines podrien ser les causes d'aquesta baixa audiència començant per: la dificultat de sintonitzar l'emissora, la població

que provenen de fora del municipi que no solen tenir interès per integrar-se dins la població, i la falta de visibilitat per part del mitjà que provoca un desconeixement limitant la cohesió social com a instrument d'unió ciutadana.

No obstant això, s'han plantejat diverses formes d'actuar per fidelitzar oients del mateix municipi. És cert, que les dades que es reuneixen respecte al perfil general que caracteritza a l'oient de ràdio local és el de dones de mitjana edat (entre els 45 i 54 anys), i d'igual forma, aquest perfil coincideix amb les dades d'audiència del mitjà local Ràdio Tordera que podem observar en el media kit del mitjà Ràdio Tordera. D'igual forma, es considera que aquest *target* pot anar desapareixent a causa que les noves generacions de dones treballen de forma contínua i no disposen de tot el temps possible per escoltar la ràdio. A més, aquest factor se li suma un altre de més preocupant. El fet que els joves no tinguin un interès per les ràdios de proximitat, ja que són els oients del futur. (Federació de Ràdios Locals de Catalunya, 2006)



Font: Gràfic cedit per Ràdio Tordera

A continuació, explicaré les diferents línies d'actuació per mantenir l'audiència i potenciar els oients juvenils, proposades des de la Federació de Ràdios Locals de Catalunya al Llibre Blanc de la ràdio local pública (2006). En primer lloc, aconseguir que els joves mostrin un interès per la ràdio local a través de les retransmissions de partits d'equips locals, o bé, establir una relació directa amb els instituts del municipi per plantejar una mena de programa educatiu que els involucri en la ràdio del poble. En segon lloc, treballar una

política de fidelització de l'audiència des de la infància. Alhora, oferir als oients la informació més propera a ells. Seguidament, fer una crida des de la ràdio perquè els ciutadans participin de forma més activa al mitjà local. Finalment, fer més present l'existència d'una ràdio local dins el municipi amb cartells indicatius, o bé, que l'emissora surtis fora de l'estudi per interactuar amb els individus.

Altrament, cal destacar que des de Ràdio Tordera s'han adaptat aquestes línies d'actuacions amb diferents propostes. Primerament, des del mitjà fan retransmissions dels equips locals com el futbol o l'hoquei. A més, disposen del seu propi espai d'esports anomenat *El show dels esports*<sup>1</sup>, on informen setmanalment de totes les novetats de les diferents entitats esportives del municipi per així aconseguir un reclam més juvenil. Seguidament, treballen una política de fidelització de l'audiència de la infància des d'un programa radiofònic anomenat *Les escoles a la ràdio*<sup>2</sup>. Dins d'aquest programa, els nens i nenes de les diferents escoles del municipi acudeixen a la ràdio cada dijous per explicar contes, conscienciar sobre problemàtiques socials o ambientals, o bé, per explicar els diferents projectes que desenvolupen dins l'escola.

En tercer lloc, ofereixen diàriament la informació més pròxima als habitants de Tordera, a través d'un informatiu matinal on detallen tot el que succeeix dins del territori. Tot seguit, compten amb una gran participació per part de la població, ja que diàriament alguns habitants del poble col·laboren en els diferents programes com a invitats per tractar diversos temes. Tanmateix, cal remarcar que la majoria dels col·laboradors del mitjà són habitants d'edat avançada i que coneixen el mitjà des dels seus inicis. Per tant, no compten amb un gran nombre de participacions de gent jove per la falta d'interès. Per acabar, des de Ràdio Tordera, potencien la interacció amb els habitants a través del programa radiofònic *Tordera en directe*<sup>3</sup>, un espai on surten al carrer per informar-se diàriament dels diferents esdeveniments que succeeixen al poble. A més, promouen la participació a través d'entrevistes als habitants.

Finalment, cal fer èmfasis en el fet que Ràdio Tordera compta amb un nombre molt baix de participació de gent jove. És cert, que les retransmissions dels equips locals facilita que hi hagi una aproximació al jovent, encara així hi ha una presència mínima.

---

<sup>1</sup> Programa radiofònic de Ràdio Tordera. <http://radiotordera.cat/radio/?cat=55>

<sup>2</sup> Programa radiofònic de Ràdio Tordera. <http://radiotordera.cat/radio/?cat=53>

<sup>3</sup> Programa radiofònic de Ràdio Tordera. <http://radiotordera.cat/radio/?cat=51>



## 5.METODOLOGIA

Aquest estudi es va realitzar per investigar els interessos dels joves de Tordera per la ràdio local, partint de dues preguntes d'investigació. La primera pregunta es va formular per conèixer si els joves de Tordera escolten la ràdio local i la segona per saber quins són els seus interessos per la creació d'un programa radiofònic. Per l'execució d'aquesta investigació es va dur a terme una enquesta personal dirigida als joves residents al municipi de Tordera, amb edats compreses entre els 14 i els 30 anys. El període de temps estudiat va ser de dues setmanes, des del 29 d'abril fins al 13 de maig del 2022. Altrament, es va fer una cerca d'informació a través d'una entrevista informal amb en Joan Coll, responsables d'informatius a Ràdio Sarrià i exalumne del Grau en Comunicació Cultural a la Universitat de Girona, per obtenir més informació de com vincular els instituts amb la ràdio local. Seguidament, vàrem comptar amb el suport de l'Albert Sabater, director de Ràdio Tordera, i d'en Lluís Sabater, cap d'informatius, per aconsellar-nos en totes les idees que anàvem desenvolupant.

La captura de la informació es va realitzar mitjançant una enquesta *online* (Igartua, 2006) sobre l'hàbit d'escolta dels joves de Tordera i els seus gustos per l'elaboració d'un programa radiofònic. Aquesta enquesta es va difondre via Instagram i a través dels centres educatius del municipi, especificant que la unitat d'anàlisi són els joves entre els 14 i 30 anys per comparar entre dos grups de joves. El primer grup són els joves de 14 a 24 anys, i l'altre grup són els joves de 24 a 30 anys. A través d'Instagram, es va publicar l'enquesta en el perfil de diferents contactes personals de Tordera. Seguidament, es va contactar amb els diferents centres educatius del municipi per difondre l'enquesta entre els alumnes de secundària. Els centres que van col·laborar a la difusió de la dita enquesta van ser l'escola Brianxa, l'escola Vedruna Tordera, l'institut Lluís Companys i l'institut Tordària.

La mida mostral final puja a 223 usuaris, emprant per això un mètode de mostreig no probabilístic de caràcter voluntari, ja que l'objectiu consisteix a assegurar que el grup de joves entre els 14 i 30 anys estiguin representats a la mostra respecte de les característiques pertinents i amb la proporció exacta.

Per la classificació de la informació sobre l'hàbit d'escolta radiofònica dels joves de Tordera i els seus gustos per la creació d'un programa radiofònic, es van establir quatre variables intermèdies: *l'hàbit d'escolta*, *el coneixement del mitjà local*, *els interessos del jovent* i *les característiques demogràfiques*. La variable de *l'hàbit d'escolta* facilita la identificació de joves que escolten la ràdio i quina temàtica els interessa més. La variable del *coneixement*

*del mitjà local* permet saber fins a quin punt es coneix Ràdio Tordera entre els joves. Seguidament, la variable dels *interessos del jovent* facilita la identificació dels diferents interessos dels joves per la creació d'un programa radiofònic, aquests són: "tendències musicals", "cinema", "experiències dins l'institut", "novetats del municipi relacionades amb els joves", "noves tendències a les xarxes socials com TikTok", "recomanació de llibres d'interès general", "entrevistes amb joves emprenedors del municipi" i "altres", com a opció per suggerir un altre tema d'interès.

Finalment, la variable sobre les *característiques demogràfiques* permet dividir als enquestats en diferents sectors dins del mateix grup generacional, aquestes divisions es realitzen a través dels indicadors: "sexe" i "edat".

## **6. ANÀLISI DELS RESULTATS**

D'acord amb els primers resultats obtinguts de la investigació, només el 35% dels joves de Tordera que tenen entre 14 i 30 anys escolten la ràdio. D'altra banda, el 67,7% no escolten la ràdio. En primer lloc, analitzarem quin hàbit d'escolta tenen els joves que escolten la ràdio, i quin és l'interès general del jovent del municipi per la creació d'un programa radiofònic.

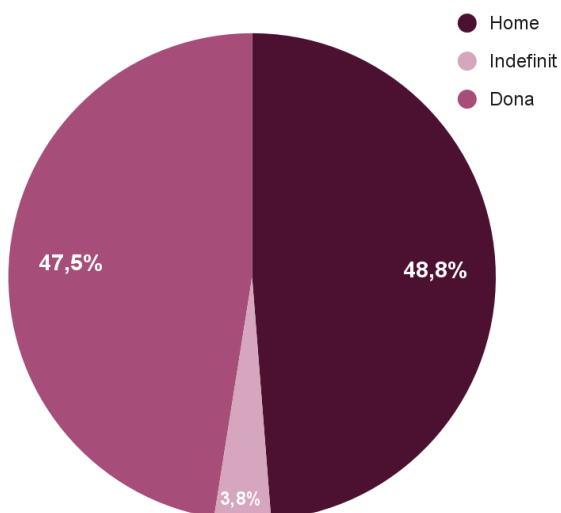
### **6.1 Hàbit d'escolta dels joves de Tordera**

El primer factor estudiat és l'hàbit d'escolta del 35% dels joves de Tordera que escolten la ràdio. D'altra banda, dins del grup de joves del municipi que escolten la ràdio, observem que la diferència entre nois i noies és molt escassa. El 48,8% dels joves són homes, enfront del 47,5% de dones com observem a la Gràfica 1. Altrament, trobem que el 3,8% dels joves que escolten la ràdio són les persones que es consideren de gènere indefinit.

Pel que fa a la diferència d'edats dins del mateix grup de joves, observem que el 88,8% dels joves que escolten la ràdio tenen entre 14 i 16 anys. Altrament, trobem que només el 6,3% del jovent que escolta la ràdio tenen entre 16 i 20 anys. I, alhora, els joves entre 25 i 30 anys es representen amb el 5% com veiem a la Gràfica 2.

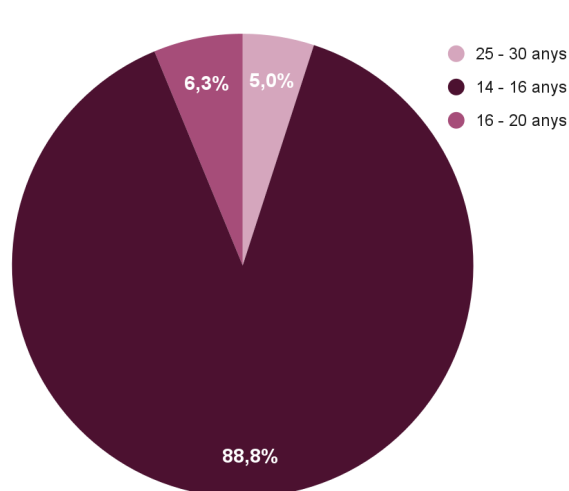


Gràfica 1: Joves de Tordera que escolten la ràdio segon el gènere



Font: Elaboració pròpia

Gràfica 2: Joves que escolten la ràdio segons el grup d'edats



Font: Elaboració pròpia

Respecte als resultats de la investigació que mostra en quina circumstància els joves entre 14 i 30 anys escolten la ràdio, s'ha vist que la freqüència amb què escolten la ràdio és de 5 dies o més a la setmana (40%). Tanmateix, no deixa d'haver-hi un nombre reduït d'oients que escolten la ràdio menys dies, és a dir, joves que escolten la ràdio entre 3 o 4 dies a la setmana (27,6%) i els que escolten entre 1 o 2 dies a la setmana (32,5%). Així mateix, considerant el percentatge total de joves que escolten la ràdio, el 66% ho fan al matí, el 28% a les tardes i el 6% a la nit.

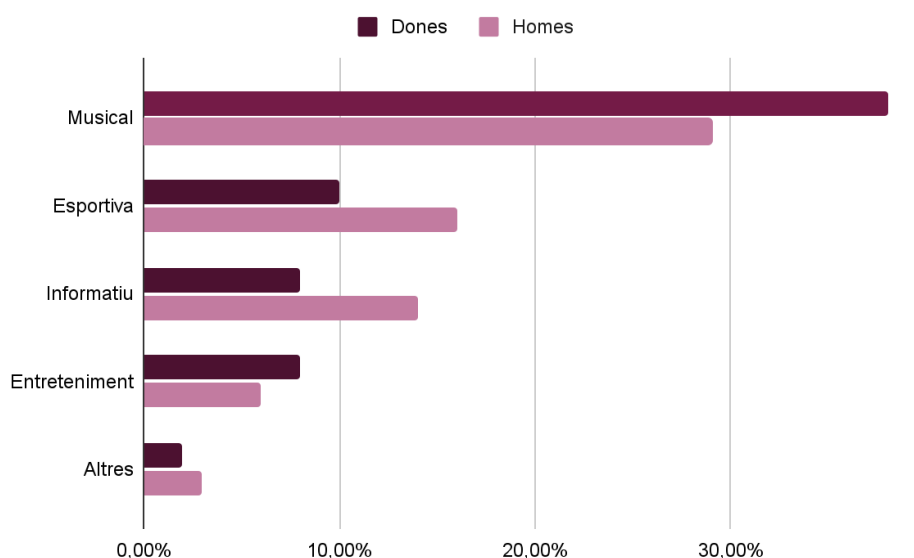
Altrament, els joves de Tordera que escolten ràdio ho fan a través de l'aparell de ràdio (78%). Aquest dispositiu li segueix el telèfon mòbil (18%) i, per últim, l'ordinador (3%). Per tant, podem destacar com ha dada sorprenen que la majoria de joves escolten la ràdio de forma tradicional, i no a través del telèfon mòbil com seria d'esperar. El telèfon mòbil és fonamental en la vida dels joves, però per escoltar la ràdio prefereixen la ràdio convencional.

Altrament, hem de destacar quin és el tipus de ràdio que més escolten els joves de Tordera entre 14 i 30 anys. Entre les opcions que es van plantejar en l'enquesta han destacat la ràdio de temàtica musical (88,1%), esportiva (31%), informativa (29,8%), d'entreteniment (19%) i d'altres (7,1%).

Tot i que no es troben diferències significatives respecte a la temàtica de la ràdio que escolten els joves de Tordera entre homes i dones, s'observa a la Gràfica 3 que les dones tendeixen a fer més ús de la ràdio musical. En el cas dels homes, també reflecteixen interès per la ràdio musical i per la ràdio esportiva. Les dones tenen la ràdio esportiva com a segona opció, no obstant veiem que hi ha un gran marge entre homes i dones.

Una diferència a destacar és el fet que els homes tendeixen a escoltar més la ràdio informativa. D'altra banda, les dones prefereixen estar informades, i alhora entretingudes. Donats els resultats es pot contrastar que els joves de Tordera escolten emissores musicals, i seguidament estan interessats en emissores esportives. A partir d'aquí, destaquem la diferència entre les noies, que prefereixen escoltar emissores que les informin i alhora que estiguin entretingudes, i entre els nois que prefereixen estar més informats i no donar tant de valor a les ràdios d'entreteniment.

Gràfica 3: Preferència per la temàtica d'escolta segons el gènere



Font: Elaboració pròpia

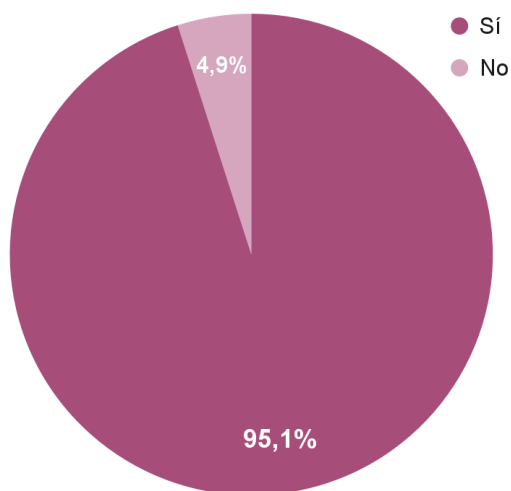
Per acabar, hem de destacar que no s'observa cap diferència dins del grup de joves del municipi, ja que tots els joves entre 14 i 30 anys declaren que la seva emissora principal son de temàtica musical. Per tant, hem de considerar que els joves de Tordera que escolten la ràdio, tenen un major interès per les emissores que reproduïxen cançons que són tendència. Alhora, per la creació del nostre programa radiofònic serà clau tenir present el factor de la música per aproximar-nos als joves.

## 6.2 Els continguts i l'interès per la creació d'un programa radiofònic

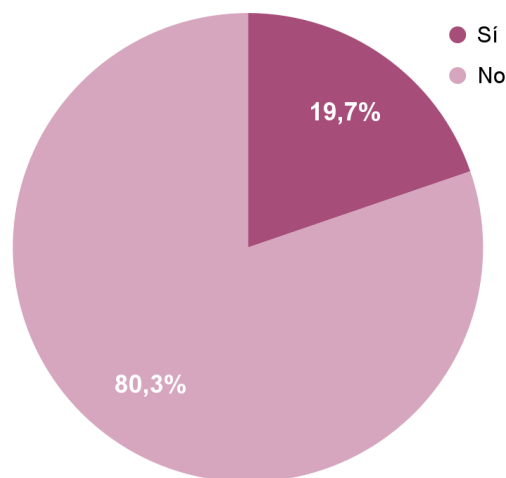
En aquest apartat analitzem com és la relació entre els joves de Tordera i el mitjà local. En primer lloc, cal fer èmfasis en el fet que el 95,1% dels joves saben de l'existència d'una ràdio local com observem en la Gràfica 4. I, alhora, afirmen que coneixen la seva localització. Per tant, el jovent del municipi estan al corrent del fet que disposen d'un mitjà local on poder estar informats de tot el que passa al seu voltant. Ara bé, la dada sorprenen que ens donen els resultats de la investigació és que el 80,7% dels nois i noies no escolten Ràdio Tordera com veiem a la Gràfica 5.

Els resultats ens mostra que els joves coneixen la labor d'informació que desenvolupa la ràdio en el municipi, però no és del seu interès. Alhora, detectem un primer problema per Ràdio Tordera, ja que no aconsegueixen arribar a l'audiència juvenil i, per tant, necessiten un nou projecte per fomentar aquest tipus de *target*.

Gràfica 4: Coneixement de l'existència d'una ràdio local



Gràfica 5: Ràdio Tordera i audiència juvenil



Font: Elaboració pròpia

Font: Elaboració pròpia

No obstant això, el 82,1% dels joves del poble els hi agradaria que hi hagués un programa radiofònic dedicat únicament pels joves del municipi. Així doncs, davant la negativa del fet que no són habituals oients de Ràdio Tordera, els joves afirmen que mostrarien un cert interès pel mitjà local si disposessin d'un programa dedicat als joves. Per tant, partim d'una possible petició per part del jovent del poble i ens aproximem a l'objectiu principal del present treball, crear un programa destinat als joves de Tordera per pujar l'índex d'audiència juvenil de Ràdio Tordera.

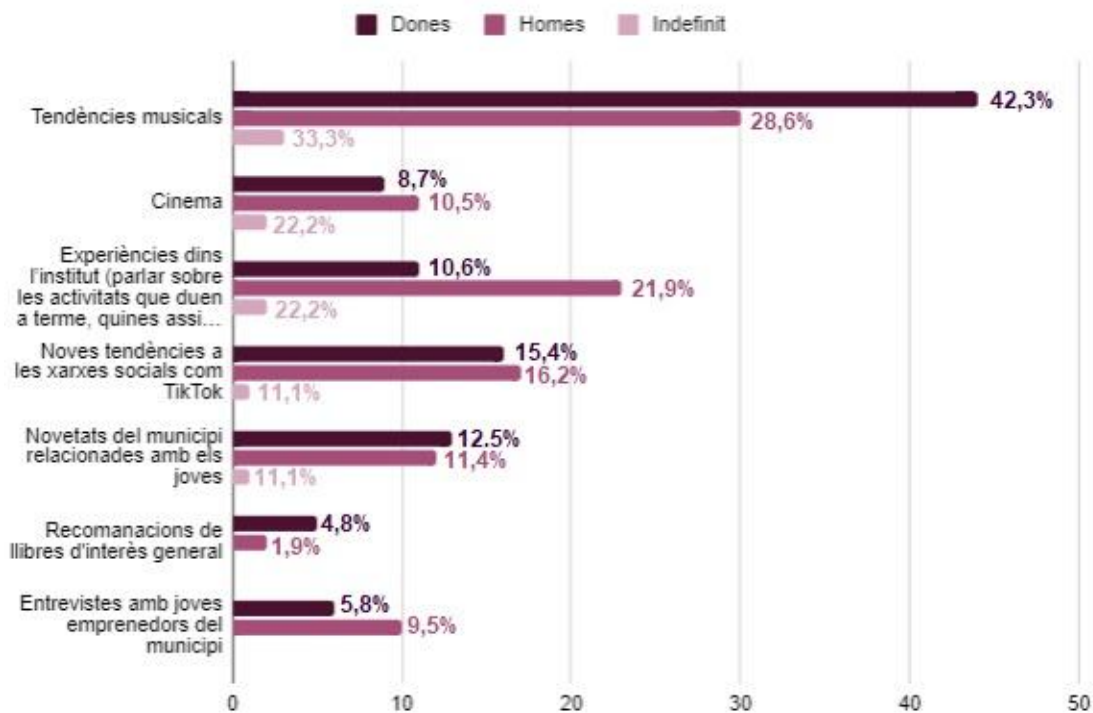
D'altra banda, a mesura que anem coneixent els resultats de la investigació, ens centrarem en els resultats que ens donaran una base per elaborar els continguts del nou programa radiofònic. És important tenir en compte els interessos dels joves, per així poder atendre les seves necessitats i oferir un programa que els hi impulsi a escoltar cada setmana. Per això, és crucial conèixer quins són els tipus de continguts que els hi agradaria que es tractessin en aquest nou programa radiofònic.

Segons els continguts que els hi agradaria que es parlessin en el nou programa radiofònic, els quals ja es van plantejar prèviament a l'enquesta, s'observa que els més destacats són: conèixer les tendències musicals (34,5%), parlar de les experiències dins l'institut (17%) i conèixer les noves tendències a les xarxes socials com TikTok (16,1%). No obstant això, també, volen saber les novetats del municipi relacionades amb els joves (12,1%) i ampliar coneixements sobre el cinema (9,9%). Finalment, pel que respecte als continguts que menys han mostrat interès són les entrevistes amb joves emprenedors del municipi (7,2%) i les recomanacions de llibres d'interès general (3,1%).

Per l'altre, és important fer distinció entre gènere i grups d'edats per poder atendre a tots els joves per igual, no s'ha de donar més importància a uns continguts que als altres. Cal fer una combinació perquè els nois i noies puguin escoltar els temes que els interessa, i tant joves de catorze anys com joves de trenta anys puguin continuar escoltant el programa sense perdre l'interès. Tot i que no es troba diferències significatives quant a les preferències pels continguts com s'observa a la Gràfica 6. Tant els nois com les noies mostren un gran interès per les tendències musicals, i afirmen que els hi agradaria que en el nou format del programa tinguessin una gran presència. No obstant això, els nois han manifestat que el segon tema que els hi agradaria que es tractés dins del programa són les experiències dins de l'institut com podria ser parlar dels nous projectes o expressar la seva opinió sobre les assignatures i professors (21,9%).

D'altra banda, els nois i noies del municipi coincideixen en la necessitat de parlar de les noves tendències a les xarxes socials com TikTok, de les novetats del municipi relacionades amb els joves i del cinema. Tanmateix, els continguts relacionats amb les entrevistes amb joves emprenedors del municipi i les recomanacions de llibres d'interès general, no han tingut èxit entre els joves i, per tant, no són del seu interès. Alhora, s'observa que els nois mostren un percentatge més alt d'interès pel que fa a les entrevistes amb els joves emprenedors del municipi, en comparació a les noies.

Gràfica 6: Preferència de continguts segons el gènere

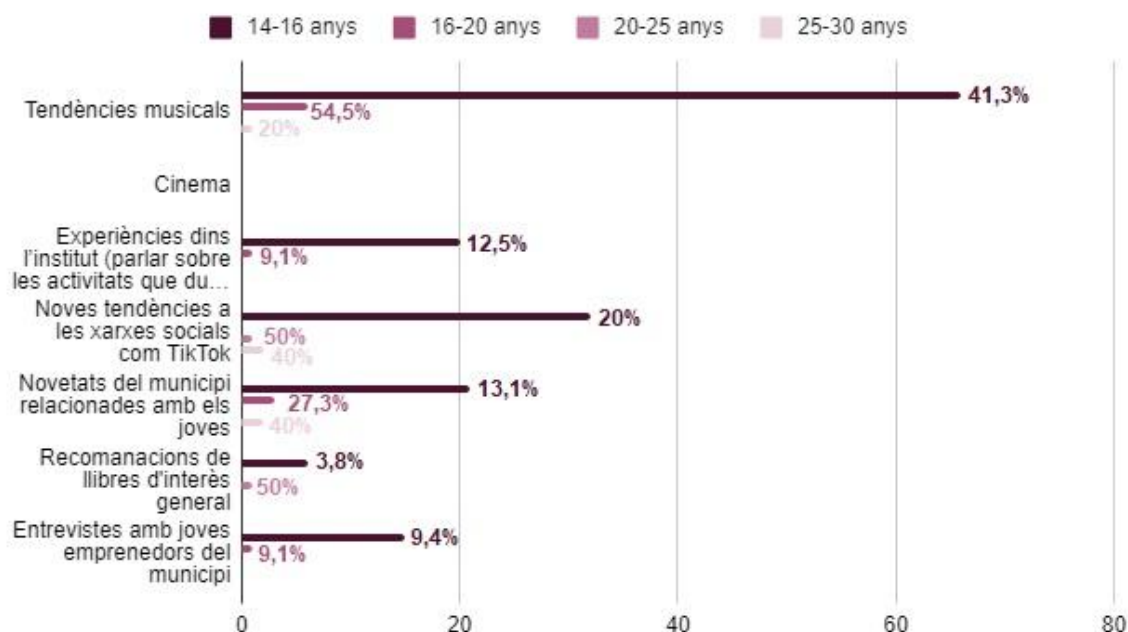


Font: Elaboració pròpia

Alhora, és important tenir present quines són les preferències dels diferents grups de joves pels continguts. Dins del grup de joves entre 14 i 30 anys es localitza diferents etapes de maduresa i, per tant, depenen del grup de joves tindran unes preferències o unes altres com podem observar a la Gràfica 7. En primer lloc, veiem que els més joves, els nois i noies entre 14 i 16 anys, volen continguts relacionats amb les tendències musicals i les noves tendències a les xarxes socials. Seguidament, mostren interès per les experiències dins de l'institut i per les novetats del municipi relacionades amb els joves. Alhora, els joves entre 16 i 20 anys coincideixen amb els més joves pel que fa a les tendències musicals, no obstant mostren més interès per conèixer les novetats del municipi relacionades amb els joves.

D'altra banda, el grup de joves de Tordera que tenen entre 20 i 25 anys mostren interès per estar al corrent de les tendències sobre les xarxes socials i, d'igual forma els joves entre els 25 i 30 anys. Això, podria ser degut al fet que els adolescents tenen més coneixements sobre les xarxes socials i estan al dia de totes les novetats, però els joves d'edats més avançades no han experimentat l'acceleració de les xarxes i s'han anat modernitzant. Altrament, s'observa que els joves entre 20 i 30 anys mostren més interès pels continguts que els informi sobre el seu municipi o sobre la cultura com pot ser la recomanació de llibres d'interès general.

Gràfica 7: Preferència de continguts segons el grup d'edats



Font: Elaboració pròpia

A més a més, gràcies als resultats de l'enquesta he pogut conèixer quins altres temes proposarien per un programa radiofònic dedicat als joves de Tordera. A continuació, s'ha elaborat una taula amb les respostes més destacades d'alguns dels joves de Tordera que han volgut expressar el seu interès per altres continguts, i que es tindran en compte per preproducció del programa.

GÈNERE	EDAT	PROPOSTA DE CONTINGUTS
Dona	16 - 20 anys	"Esports i nutrició"
Home	14 - 16 anys	"De coses psicològiques sobre els joves"
Dona	14 - 16 anys	"Sobre activitats que es poden fer en el poble per a joves"
Home	16 - 20 anys	"Entrevistes a joves treballadors"
Dona	14 - 16 anys	"De les desigualtats dels joves dins la societat"
Home	14 - 16 anys	"Parlar de videojocs en tendència"
Home	14 - 16 anys	"Sobre el sexe"

Home	14 - 16 anys	“La vida quotidiana amb els amics dels joves”
Home	14 - 16 anys	“Històries tenebroses que els hi hagi passat a la gent del poble”
Indefinit	14 - 16 anys	“Entrevista amb l’alcalde i els joves”
Home	14 - 16 anys	“Sobre futbol”

Finalment, una altra de les qüestions d'interès del present treball és conèixer fins a quin punt els joves del municipi es veuran involucrats en el nou programa radiofònic, és a dir, conèixer com esdevindrà la interacció amb el jovent. Alhora, hem conegut que el tema que més els interessa als joves és conèixer més sobre les tendències musicals i escoltar música de gènere urbà. Per això, es proposa als joves que interactuin amb el mitjà radiofònic trucant per demanar una cançó, o bé per notes de veu via Whatsapp. El 81,6% dels joves del municipi entre 14 i 30 anys afirmen que els hi agradaria que hi hagués una secció on poguessin dedicar una cançó a través de notes de veu o per Instagram. Així, podrien escoltar les cançons que més els hi agrada, i alhora interactuar amb el mitjà local.

Alhora, el jovent del municipi mostra menys interès per participar de forma activa al mitjà, assistint als estudis i interactuar amb el locutor. Per això, el 74,4% dels joves no aniria a Ràdio Tordera a debatre sobre diferents temes d'interès local i general. Per contra, el 29,1% afirmen que anirien als estudis per conversar.

## **7.PREPRODUCCIÓ DEL PROGRAMA**

### **7.1 Idea i sinopsis del projecte radiofònic**

Els joves de Tordera han expressat un interès per la creació d'un programa radiofònic, que pugui oferir-los continguts relacionats amb ells i que siguin d'interès general. Alhora, la creació d'aquest programa té la intenció de servir com a base d'una possible proposta per plantejar al mitjà Ràdio Tordera. Avui en dia, la majoria de programes radiofònics per a joves són impulsats per ells mateixos, i són els propis conductors. D'igual forma, la majoria són creats de forma independent amb els seus propis recursos, o bé a través de les ràdios de les seves respectives universitats. Per això, seria interessant que un mitjà local convidés als joves del municipi a participar en un programa juvenil, on a llarg termini puguin fer-ho seu.

*Joves d'ara*, és un programa radiofònic juvenil on els joves del municipi podran estar informats de totes les novetats relacionades amb el jovent, i a més podran entretenir-se com mai ho havien fet. Aquest programa els mantindrà informats de totes les activitats que estan destinades per a ells, els oferiran una gran varietat de tendències musicals, podran escoltar entrevistes amb joves emprenedors del municipi o tertúlies amb col·laboradors juvenils sobre les últimes tendències a les xarxes socials. A més, podran participar de forma activa al programa, ja que se'ls ofereix l'oportunitat d'assistir als estudis per parlar de múltiples temes. De la mateixa manera, ho podran fer de forma indirecta contactant amb la ràdio a través de l'Instagram per recomanar o dedicar cançons, les quals s'aniran posant durant l'emissió o al final del programa.

D'altra banda, una altra de les intencions d'aquest programa és innovar en la difusió del medi. Per això, en cas que el programa aconseguís un important nombre d'oients, es replantejaria l'opció de retransmetre el programa via Twitch per aconseguir una atmosfera més dinàmica i propera als joves.

## **7.2 Nom del programa**

El nom del programa escollit per aquest nou projecte radiofònic dedicat als joves de Tordera, rep el nom de *Joves d'ara*. És un nom que pretén transmetre de forma clara, concisa i directa que es tracta d'un programa dedicat pels joves d'ara, en concret els joves del municipi.

Al mateix temps és un nom que tracta d'atreure a l'oient més jove, per això s'ha de fer de forma directa, posant èmfasi en la paraula "joves" perquè des de bon principi el jovent ho identifiqui. Alhora, el nom exalta que està dirigit al jovent d'aquest moment i d'aquest temps.

## **7.3 Estil del programa**

*Joves d'ara*, és un programa que combina el gènere periodístic amb el musical i el dramàtic. Per tant, no es podria classificar en un únic gènere, ja que la intenció és fer una combinació de gèneres perquè el jovent no el classifiqui i així els pugui sorprendre amb diferents estils.

D'altra banda, el programa de ràdio que es vol desenvolupar comptaria amb les següents funcions:



- **Informar:** A través de notícies locals i novetats del municipi relacionades amb els joves de Tordera. A més, d'informar de notícies o novetats generalistes sobre els adolescents.
- **Educar:** *Joves d'ara*, intentarà inculcar un aprenentatge i uns coneixements als oients del programa per mitjà de noves expressions. La intenció és generar a l'oient ganes de saber sobre cultura i inclús, incentivar-los a organitzar projectes pels joves dins del municipi. A més, es posarà èmfasis a informar o fer tertúlia sobre temes culturals, dins d'una secció concreta.
- **Difondre:** A través d'entrevistes i reportatges es donarà informació i exemples de diferents disciplines artístiques impulsades per joves residents al municipi. Per tant, es donarà a conèixer creadors poc coneguts que es promocionen a les xarxes socials perquè expliquin la seva disciplina. Per exemple, grups de música de joves torderencs. Així, el programa s'utilitzarà per donar a conèixer i descobrir nous grups, garantint la retroalimentació constant amb l'audiència.
- **Entretenir:** És important que hi hagi una part dedicada a la diversió i entreteniment, que es vagi intercalant amb parts educatives, informatives o divulgatives per fer-ho tot més amè i aconseguir que el programa tingui un ritme més dinàmic. La música pot suposar un factor clau amb una funció recreativa, a més de disposar d'informació que resulti curiosa per l'oient.

#### 7.4 Referents radiofònics

El programa *Joves d'ara* parteix com a una proposta nova per un mitjà de comunicació local, el qual no disposa de cap programa destinat als joves del municipi. Alhora, es desconeix l'existència de programes juvenils a les ràdios del voltant del territori. Per tant, Ràdio Tordera podria abastar una gran audiència dins del municipi, i alhora als voltants on arribi el senyal.

Per obtenir la idea principal per la creació del programa radiofònic, es va tenir present tres programes destinats a un públic jove, o bé que la seva audiència són principalment joves entre els 14 i 30 anys. D'aquesta manera, podem establir com a referents radiofònics, per ser programes similars a la idea que volem desenvolupar, els següents programes:

- **“Adolescents XL”**

*Adolescents XL* és un programa d'entreteniment, el qual no es classifica en cap gènere periodístic. Es declaren com un programa que informen, entrevisten, llegeixen, escolten

música, parlen d'amor, i es rebolquen en la nostàlgia dels anys noranta i dos mil. D'altra banda, aquest programa està presentat per en Roger Carandell, la Marta Montaner i la Juliana Canet de dilluns a divendres de 23 h a 00 h de la nit a Catalunya Ràdio<sup>4</sup>. Més enllà de no definir-se dins un gènere periodístic, és un dels programes més escoltats a Catalunya amb 43.000 oients. Pel que respecte a l'emissora Catalunya Ràdio, segons les dades de l'últim Estudi General de Mitjans corresponents a la primera onada del 2022, és l'emissora en català amb un perfil més jove i més femení.

D'aquest programa, ens quedariem amb la seva espontaneïtat a l'hora de fer ràdio. D'igual forma, seleccionariem el plantejament que fan per elaborar entrevistes a persones influents del moment, i detectariem el gran ventall de temes d'interès pels joves. Cal destacar la seva particular visió de temes d'interès general perquè són capaços d'aportar la seva pròpia visió, la qual agrada a un públic jove que se sent reflectit.

#### - **“Interactua”**

*Interactua* és un programa musical dirigit per Sergi Domene de dilluns a divendres de 17 h a 20 h a l'emissora Flaix Fm<sup>5</sup>. Es tracta d'un programa on l'oient pot escoltar la seva cançó preferida si ho demana per telèfon o via WhatsApp. Alhora, el conductor del programa s'encarrega de posar cançons que són tendència, o bé que han estat estrenades fa poc. D'igual forma, la ràdio Flaix Fm abasta un *target* jove, encara que també té una gran presència entre les persones amb edats entre els 30 i 40 anys. La ràdio ha treballat per anar al compàs de cada generació intentant estar entre les emissores més escoltades de Catalunya (Correidora, 2021).

Tanmateix, del programa *Interactua*, ens fixariem en el seu mètode per interactuar amb l'oient quan demanen un tema musical. D'aquí, extraïem una de les idees del nostre programa on volem que els joves del municipi contactin amb l'emissora per demanar les seves cançons preferides. Alhora, és interessant fixar-se en l'actitud que el locutor adopta a cada intervenció, el tracte amb l'oient és pròxim i fa que el públic estableix un vincle de confiança i proximitat. Per tant, la proximitat amb l'oient és un factor clau per la proposta del programa del present treball. Cal aconseguir, a través de la música i la seva petició, un reclam pels joves de Tordera perquè s'apropin a la ràdio local del seu municipi.

---

<sup>4</sup> Programa *Adolescents XL*. <https://www.ccma.cat/catradio/adolescents-xl/>

<sup>5</sup> Programa *Interactua*. <https://flaixfm.cat/programes/interactua>

## - “La Fruiteria”

*La Fruiteria* és un programa radiofònic impulsat l'any 2020 per un grup d'estudiants de la Universitat Autònoma de Barcelona. Actualment, el programa es pot escoltar a través de l'emissora UABràdio<sup>6</sup>. Es tracta d'un programa on els joves del campus discuteixen sobre diferents temes relacionats amb el campus i la universitat. Alhora, realitzen entrevistes a diferents entitats del campus, o bé a diversos grups de música. A més, conviden a diferents *influencers* de la ciutat comtal per fer tertúlia.

D'aquest programa, en destacaríem el seu estil de producció. En tractar-se d'un programa d'una ràdio universitària, ens facilita relacionar-ho amb la ràdio local. És a dir, ambdues ràdios estan destinades arribar a un públic concret que està delimitat en una zona exacta, en aquest cas està destinat per estudiants d'una universitat concreta, i en el cas del nostre programa, està destinat a un públic concret d'un territori. Per això, ens fixem en l'organització que segueixen i en la seva forma de radiar.

Per acabar, com a referents per l'elaboració de l'estructura del treball, ens hem inspirat en el treball final de grau de l'alumne valencià David Grau<sup>7</sup>, i del treball de les alumnes Carla Bohigas i Carla Ontañón<sup>8</sup>.

### **7.5 Col·laboració amb els instituts i entitats del municipi**

Per l'elaboració del treball, hem comptat amb la col·laboració dels instituts del municipi. Els centres educatius han facilitat la difusió de l'enquesta per conèixer quins són els interessos dels joves de Tordera. Tanmateix, aquí no acabaria la nostra col·laboració.

El futur programa radiofònic vol establir una línia de negociació amb els instituts i el Casal de Joves de Tordera. La intenció és poder negociar amb la direcció de cada centre, que durant el curs diferents alumnes siguin convidats al programa per parlar sobre diferents temes que hagin preparat prèviament a l'aula, o bé que vulguin expressar la seva opinió sobre diferents temes relacionats amb l'institut. En primer lloc, col·laboraríem amb els centres educatius que disposen d'Educació Secundària Obligatòria i, per tant, una part del públic al qual volem abordar. Es tracten de l'Escola Vedruna Tordera, l'Escola Brianxa, l'Institut Lluís Companys i l'Institut Tordària. Seguidament, col·laboraríem amb el Casal de

---

<sup>6</sup> Programa *La Fruiteria*. <https://uab.media/programa/8/lafruitaria>

<sup>7</sup> Treball final de grau “Realització d'un programa radiofònic musical d'ambient local o comarcal: *Música desde Llevant*” de la Universidad Politécnica de Valencia.

<sup>8</sup> Treball final de grau “Creació del programa de ràdio: *Gent com jo*” de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Joves de Tordera, que acull a un important nombre de joves de Tordera que participen setmanalment en els diferents tallers que desenvolupen.

## **7.6 Emissió i durada**

El programa *Joves d'ara* tindria una durada de 120 minuts. S'ha triat aquest format per creure que és el més adequat per un programa d'aquest tipus.

Dues hores és un temps idoni per desenvolupar els objectius que es plantegen amb aquests programa de ràdio, per a poder entrevistar artistes en cada programa, donar notícies, elaborar una agenda al voltant del jovent i alhora poder fer el més important: interactuar amb els joves de Tordera. La tertúlia amb els joves és, al cap i a la fi, la protagonista d'aquest programa, i considero que és rellevant comptar amb el temps necessari per gaudir d'aquest espai.

Altrament, 120 minuts és un temps adequat per desplegar un programa amb diverses seccions i en el qual es gaudeixi de la conversa entre els joves i el locutor. Alhora, la durada està pensada perquè els joves ho puguin escoltar en la tranquil·litat de la llar, però també en el cotxe. Arran d'això, és crucial destacar que es dona un temps extens perquè les persones puguin contactar amb la ràdio per demanar una cançó o fer qualsevol comentari.

El programa està pensat per emetre's una vegada a la setmana, els divendres de 19 h fins a les 21 h. S'escull els divendres per ser un dia previ al cap de setmana, en el qual els joves solen estar preparant-se per sortir, o bé per gaudir d'un moment de relaxació en acabar la setmana. Alhora, les set de la tarda és un moment on la majoria dels joves d'edats compreses entre els 18 i 30 anys ja han sortit de treballar o dels centres d'estudi, un moment que sol destinar-se a l'oci. No hi ha millor manera per desplaçar-se al lloc de reunió que escoltant l'emissora del municipi per informar-se de quins pròxims esdeveniments hi han organitzats, per escoltar tertúlia sobre temes d'interès general o per demanar/dedicar una cançó.

## **7.7 Estructura i seccions del programa**

*Joves d'ara*, és un projecte radiofònic que neix amb la idea d'establir un espai de divulgació juvenil pels joves del municipi de Tordera. Cada setmana es reflexionarà sobre les noves tendències dins el món de la música i les xarxes socials. A més, es posarà al corrent als joves del poble sobre els pròxims esdeveniments que hi hagi al municipi. D'altra banda, setmanalment el programa comptarà amb la col·laboració de dos joves per reflexionar sobre

la seva experiència dins l'institut, als centres de formació professional o al treball. Alhora, es pretén discórrer sobre temes d'interès general amb els joves col·laboratius a través de la discussió i la conversa.

Altrament, a partir de la quotidianitat i un llenguatge proper, s'establirà un vincle entre el programa i el jovent perquè no estan acostumats a un estil de ràdio on s'utilitzi un llenguatge proper als joves. L'audiència recorrent a *Joves d'ara* per conèixer que passa al seu voltant, per saber quines són les últimes tendències musicals, i per discutir sobre els grans temes que envolten aquesta generació.

L'estructura de cada episodi del programa es divideix en dues parts d'aproximadament una hora. La primera part ofereix als joves un seguit d'informació respecte a les activitats que estan previstes pel cap de setmana tant al municipi com als voltants. Setmana darrera setmana els joves podran acudir a un espai informatiu on poder conèixer que poden fer el cap de setmana i, a més els hi doni l'oportunitat de fer poble i no desplaçar-se molt lluny. Seguidament, és el torn dels joves col·laboratius que s'han traslladat fins als estudis de gravació per conversar amb el conductor del programa. Cada un d'ells exposa la seva relació amb l'àmbit personal, educatiu o professional. Alhora, els joves podran exposar la seva opinió sobre diferents temes d'interès general que els hi planteja el conductor del programa, extrets del pla local de joventut de Tordera.

La segona part compta amb la participació d'un col·laborador del programa que serà l'encarregat de portar les últimes tendències respecte a la música i les xarxes socials, o bé respecte temes culturals com recomanacions sobre cinema i llibres. Dins d'aquesta part, s'establirà una conversa entre els quatre membres per crear així un ambient amè, on un grup d'amics i amigues parlen dels temes que els mateixos joves estan parlant dins les seves colles d'amics i amigues. El final d'aquesta segona part estarà destinada a posar les peticions de música que han fet els mateixos joves a través de les xarxes socials o via WhatsApp.

Tanmateix, el programa s'estructura en quatre seccions: *l'informatiu juvenil*, *la posada al dia*, *petant la xerrada* i *joves promeses*.

- *L'informatiu juvenil*: en aquesta primera secció es recull tota la informació setmanal en relació amb els joves de Tordera en tots els àmbits, siguin notícies culturals, socials o esportives. A més, es fa una selecció de notícies generalistes relacionades amb el jovent i que hagin destacat aquella setmana. Dins d'aquesta secció, els joves

podran estar informats de tot el que succeeix al seu municipi, a més d'estar al corrent de notícies de rang nacional, internacional o mundial.

- *La posada al dia:* en la segona secció es dona pas als joves convidats que venen voluntàriament des dels seus centres educatius, o bé han estat voluntaris per acudir als estudis per parlar de la seva visió en el món sobre diferents temes proposats. Els joves contenen les seves experiències dins l'institut com podria ser l'explicació d'un nou projecte, expressar la seva opinió sobre les assignatures i els professors, o bé donar a conèixer la realitat del món laboral pels joves.
- *Petant la xerrada:* aquesta tercera secció la podem definir com la més dinàmica pels joves. Un col·laborador de la ràdio acompanya al presentador/a per parlar de les últimes tendències sobre la música i les xarxes socials, i alhora proposar als membres de la taula diversos temes d'interès general com l'amor, el sexe, la salut emocional i mental, els esports, l'assetjament escolar, l'habitatge pels joves, sortides professionals dins el municipi... A més, en alguna ocasió especial, el col·laborador porta jocs i concursos per gaudir amb els convidats i els oients, i passar una estona de riure dins i fora de l'estudi.

D'altra banda, de forma quinzenal dins d'aquesta secció hi ha una subsecció que està destinada a entrevistar i conversar amb un o una jove artista de Tordera que vulgui fer-se conèixer, i vulgui utilitzar la ràdio com a mitjà de difusió. Alhora, també es convida a joves promeses de l'esport torderenc o de qualsevol altre àmbit. Tant els joves convidats com els col·laboradors, podran realitzar preguntes a l'entrevistat.

D'altra banda, totes les seccions es combinen amb la proposta de posar les cançons que els joves del municipi hagin anat demanant durant la setmana a través de les xarxes socials, o pel WhatsApp de la ràdio. Ara bé, si durant la setmana hi ha un gran nombre de peticions de cançons, aquest espai passarà a realitzar-se al final del programa.

#### 7.7.1 Escaleta: continguts organitzats en el temps del programa

A continuació, he elaborat un esquema dels elements que s'inclouran setmanalment en cadascun dels episodis del programa, i la seva duració aproximada:

<b>19:00-19:15</b>	FALCA DEL PROGRAMA + SUMARI DEL EPISODI + L'INFORMATIU JUVENIL.
	Salutacions als oients, presentació dels temes que tractarem i amb qui parlarem i inici de la secció d'informatius amb les últimes novetats del municipi. A més, dels titulars de notícies generalistes relacionades amb el jovent.
<b>19:15-19:16</b>	(1 min 20 sec. aprox.) PUBLICITAT (4 anuncis de 30 segons)
<b>19:16-20:15</b>	INICI SECCIÓ: LA POSADA AL DIA
	(20 min. aprox.) - Presentació dels joves que ens acompanyen, conversa amb els joves sobre les experiències dins l'institut (opinions sobre matèries i professors, novetats dins l'institut, nous projectes educatius...).
	(25-30 min. aprox.) - Debat sobre temes d'interès general pels joves (educació sexual, amor, salut mental, videojocs, esports...).
<b>20:15-20:16</b>	(1 min. aprox.) PUBLICITAT (3 anuncis de 30 segons)
<b>20:16-20:46</b> <b>o 21:06</b>	INICI SECCIÓ: PETANT LA XERRADA
	En aquesta franja variaran els minuts depenen de la participació que hagi hagut per part dels oients.
	(40 min. aprox.) - Pas al col·laborador del programa per explicar les últimes novetats pel que respecte a la música i a les xarxes socials, a més en alguna ocasió es proposen dur a terme concursos entre els joves convidats i el/la presentador/a.
	En el cas que durant la setmana s'hagi fet una recollida d'un gran nombre de dedicatòries o peticions de música, es destinaran els últims 20 minuts a posar les cançons. Altrament, si el nombre ha estat escàs, les peticions s'aniran posant durant el programa i s'ampliarà la durada de l'última secció.

### 7.7.2 Format

En aquest apartat s'especificaran els aspectes relacionats amb el perfil del conductor o conductora del programa, els participants de les seccions i el llenguatge que s'ha d'utilitzar.

La proposta de *Joves d'ara* és que el programa es presenta per una única persona, però que la seva edat sigui entre els 16 i 30 anys. Així els diàlegs són conduïts per una sola persona jove i els participants es poden centrar en un únic individu. Alhora, tant un home com una dona podria presentar el programa, ja que l'únic que ens interessa és que sigui jove. D'altra banda, a mesura que avança el programa s'introdueix un/a col·laborador/a, així els diàlegs són més dinàmics. Amb l'entrada d'un altre col·laborador/a, la intenció del programa és crear un grup d'amics i amigues que es reuneixen per parlar de forma relaxada sobre diferents temes.

Un altre factor clau en la producció del projecte és la participació dels joves de Tordera com a convidats per assistir als estudis de Ràdio Tordera. En aquest cas, l'equip del programa contacta setmanalment amb un dels instituts del municipi (Escola Vedruna Tordera, Escola Brianxa, Institut Lluís Companys o Institut Tordària) per plantejar als alumnes la proposta de què dos alumnes acudeixin als estudis per participar en el programa *Joves d'ara*. Inclús, prèviament al programa, els alumnes poden plantejar amb els professors quins són els temes dels quals volen parlar entorn de l'institut. També, es col·labora amb el Casal de Joves de Tordera, el qual abasta a un importat grup de joves del municipi.

Aquí, observem que hi ha un treball paral·lel amb els centres educatius i lúdics per programar i organitzar els joves que assistiran als estudis. S'estableix una agenda que comparteix tant els centres educatius com el presentador del programa per poder planificar cada setmana d'emissió. Alhora, el propòsit és que acudeixin dos joves als estudis per evitar que els hi faci vergonya anar sols, i així se sentin acompanyats d'una altra persona.

En últim lloc, un altre element que dona promptitud al programa, és el llenguatge que s'empra en ell. El llenguatge que s'utilitzarà serà informal i natural, i alhora s'intentarà que el presentador incorpori paraules pròpies de l'argot juvenil. Per això, és important que el conductor del programa estigui assabentat de totes les paraules que es van incorporant dins dels cercles del jovent de Tordera.

### 7.7.3 Desglossament dels continguts del programa

En aquest subapartat concretarem de forma més exacta quins són els continguts que formen part de cada secció, i s'incorporarà algun exemple.

Continguts de la secció *L'informatiu juvenil*: L'informatiu és una secció on s'explica quines han estat les notícies locals durant la setmana relacionades amb els joves. Alhora, també



s'informa si en aquella setmana s'ha programat alguna activitat pels joves del municipi. Per exemple, si dins del Casal de Joves estan organitzant nous tallers, o si des d'alguna entitat han plantejat algun casal o activitat pel jovent del poble.

Prèviament a l'emissió del programa, es farà una recerca de quins han estat els titulars més destacats en l'àmbit nacional i mundial respecte el jovent, per així mantenir-los informats del que succeeix a nivell més general.

Continguts de la secció *La posada al dia*: En aquesta secció el conductor plantejarà als joves participants unes preguntes per donar pas a què puguin exposar la seva opinió sobre l'institut, o bé els alumnes podran portar pensat que volen parlar en relació amb el centre educatiu. Per exemple, els joves podran comentar quins projectes estan realitzant dins del seu centre, quina és la seva assignatura preferida o quina li agrada menys, com és la relació amb els professors i professores, que creuen que hi ha de millor dins l'institut, etc.

D'altra banda, dins de la secció es donarà pas a un temps de reflexió perquè els joves participants puguin debatre amb el conductor del programa sobre diferents temes d'interès. Cada setmana, es plantejarà un tema diferent com l'educació emocional, la salut mental, el sexe, l'amor, videojocs, esports, nutrició... Al mateix temps, es proposaran temes extrets del Pla Local de Joventut Tordera 2018-2021<sup>9</sup>, per així poder discutir amb els joves sobre les precàries situacions del jovent dins el municipi. Alguns dels punts a tractar podrien ser:

- **Treball:** Tordera és un municipi de petites empreses i, això, dificulta la incorporació dels joves. Per això, la majoria del jovent treballen fora del poble, i alhora, s'estableixen en altres municipis per estar més a prop de la feina. Al mateix temps, que Tordera no sigui un municipi turístic, també dificulta poder trobar feina en sectors terciaris en els quals no cal tanta especialització o experiència.
- **Formació:** Pel que fa a l'oferta de formació professional postobligatòria a Tordera, és molt escassa. Els joves no poden disposar d'una titulació superior a la secundària per la mancança d'ofertes educatives. Per tant, la majoria es desplacen cap a altres municipis per continuar la seva formació.
- **Habitatge:** Respecte a l'habitatge i els joves, a Tordera la majoria no poden emancipar-se perquè no disposen d'un treball que pugui mantenir-los dins del municipi. Alhora, el lloguer al centre del poble és molt complicat, però des de

---

<sup>9</sup> Pla Local de Joventut Tordera 2018-2021.

[http://www.tordera.cat/ARXIUS/JOVENTUT/Pla\\_Local\\_Joventut\\_Tordera\\_2018\\_2021.pdf](http://www.tordera.cat/ARXIUS/JOVENTUT/Pla_Local_Joventut_Tordera_2018_2021.pdf)

l'ajuntament fomenten les promocions de pisos de protecció oficial i les polítiques de foment al lloguer de pisos buits. Tanmateix, l'opinió dels joves es manté en què no disposen de suficients ajudes per llogar. Per tant, és un tema interessant per debatre amb els nois i noies del poble, i conèixer la seva opinió respecte a les oportunitats que s'ofereixen des de l'ajuntament.

- **Cultura, oci, salut i lleure:** En aquest cas, la vida socials dels joves de Tordera està lligada amb les activitats culturals. La majoria del jovent fa ús de les propostes culturals per entretenir-se dins el municipi. A la vegada, pensen que des de les entitats es proposen moltes activitats, en canvi, des de l'ajuntament no s'organitzen festes destinades exclusivament pels joves. A més, senten en falta ocis nocturns on poder sortir, i no haver de desplaçar-se a altres municipis.

Respecte a la salut, des de l'ajuntament impulsen el Programa de Salut Jove que es treballa des del Pla Intermunicipal de Drogodependència. Realitzen tallers de prevenció adreçats a les escoles i instituts. Tanmateix, detecten que els joves majors de setze anys no reben tanta informació. D'altra banda, tant els tècnics de l'ajuntament com els joves pensen que hi ha un alt consum de drogues al municipi, i que inclús hi ha espais concrets on els joves es reuneixen per consumir drogues com l'haxís o marihuana.

- **Mobilitat i entorn:** Tordera compta amb una gran dispersió territorial i no hi ha una bona coordinació per aconseguir que els joves no marxïn cap a altres territoris. Alhora, el municipi de Tordera està compost per una gran àrea d'urbanitzacions, en les quals viuen molts dels joves del municipi. El jovent es queixa del fet que no disposen de busos de forma freqüent, i el tren no té un horari adient per facilitar el desplaçament cap a altres llocs. Alhora, es queixen de la poca presència d'autobusos directes cap a altres poblacions. Altrament, des de l'ajuntament també manifesten l'escassetat de transport, però fan menció al programa de sensibilització i foment de conducció segura perquè els joves es treguin el carnet de conduir.
- **Convivència:** Aquest tema és un dels que més preocupa a la gent jove del municipi. El jovent considera que hi ha una gran diferència entre la gent de Tordera del nucli urbà i les persones que viuen a les urbanitzacions. Pensen que hi ha poca cohesió entre la gent del centre, els barris i les urbanitzacions, i que això crea que hi hagi diferents grups. D'altra banda, des de l'ajuntament posen de manifest l'ocupació de pisos per part de famílies vingudes de les àrees metropolitanes, que ocasionen un

malestar als veïns del municipi. D'igual forma, pensen que és molt difícil accedir al jovent, ja que estan molt vinculats a les tecnologies i als seus cercles d'amistats.

Continguts de la secció *Petant la xerrada*: En aquesta secció es compta amb la presència d'un col·laborador/a, que introduirà nous temes per conversar amb els dos joves convidats. Els temes que es tractaran estaran relacions amb les tendències musicals i les xarxes socials. La persona que s'encarrega d'introduir la informació, avançarà quines són les noves cançons que han estrenat aquella setmana, o quina cançó ha estat la més escoltada. Alhora, podran debatre sobre els diferents gèneres musicals i comentar que els hi sembla les noves tendències. Altrament, l'informador explicarà quines han estat les últimes tendències pel que respecte a les xarxes socials, com per exemple quin ha estat el vídeo viral a les xarxes socials com TikTok, o quines han estat les novetats de la setmana dels *influencers* d'Instagram.

Així mateix, quinzenalment, dins d'aquesta secció, es convidarà a joves de Tordera que estiguin impulsant un projecte artístic, esportiu, cultural o d'altres. Tant els dos joves convidats com el conductor del programa podran realitzar preguntes a l'artista per conèixer-lo més i que pugui promocionar-se en el mitjà de ràdio local. Per exemple, un primer convidat podria ser un jove promesa de la música *trap*, resident a Tordera, que s'anomena Otein (@elputootein). L'artista torderenc compta amb 61.300 seguidors a Instagram. D'altra banda, una altra jove convidada podia ser la torderenca Judith Toronjo (@judithtoronjo), diputada de Junts per Catalunya al Parlament.

Paral·lelament als continguts de cada secció, la música tindrà un paper rellevant perquè la majoria dels joves enquestats en el present treball manifesten el seu interès per escoltar música urbana. Per això, des del programa es proposarà als joves de Tordera que s'animin a fer una petició musical a través de les xarxes socials del mitjà, i així al final de la setmana puguin escoltar la seva cançó preferida. Seguidament, si el nombre de peticions ha estat escàs, durant l'emissió del programa s'aniran posant les peticions de cançons per fer-ho més dinàmic. Ara bé, si hi ha hagut una gran participació, els últims 20 minuts del programa estaran destinats a reproduir les peticions dels joves i es posarà música per animar als joves abans de començar el cap de setmana.

Finalment, *Joves d'ara* oferirà als oients del programa, episodis especials per a dates concretes com Nadal, Setmana Santa, Dia de la Dona, Dia del Treballador, Diada de Catalunya o Festes Locals. Es preparen programes especials on els continguts estiguin

relacionats amb el dia fixat, i els convidats siguin seleccionats concretament per aquestes dates.

#### 7.7.4 Imatge del programa

Per tal de crear una marca amb la qual l'audiència pugui identificar *Joves d'ara* s'ha dissenyat un logotip. El logotip serveix d'emblema perquè el programa pugui ser identificat pels joves de Tordera. En primer lloc, és important que dins el logotip es pugui llegir el nom del programa. Alhora, és crucial que a través d'algun dibuix el jovent pugui identificar que es tracta d'un programa de ràdio.

El símbol del programa té forma circular perquè transmeti un ambient acollidor, positiu i que llenci un missatge d'unitat. Alhora, el color del disseny propaga joventut, i la tipologia de lletres té un estil singular i informal. Amb el disseny del logotip es pretén transmetre joventut i ràdio.



Font: Elaboració pròpia

I, per últim, observem que el disseny circular es pot adaptar a la foto de perfil de qualsevol xarxa social.

#### **7.8 Mitjans de difusió pel nou programa radiofònic**

Després de l'estudi i el desenvolupament de la reproducció del programa radiofònic de caràcter juvenil, analitzarem de quina forma es farà difusió del programa *Joves d'ara* perquè arribi al nombre més gran possible de joves de Tordera. D'igual forma, explicarem quines propostes es llençaran perquè el programa pugui adoptar un caràcter multimèdia, és a dir, que pugui ser ajustable a una nova forma de comunicació fent ús de diferents mitjans com la imatge, vídeo, animació, etc.

No obstant això, no hem d'oblidar que la missió és aconseguir acostar als joves a la ràdio i, per tant, es potenciarà perquè sigui escoltat per la ràdio de la forma més tradicional possible. Ara bé, cal ser conscients del fet que els joves són multifacètics i estan en constants canvis. En conseqüència, és el mitjà qui, dintre de tot el possible, s'ha d'adaptar al públic al qual es dirigeix.

Per començar, el nou programa radiofònic potenciarà la participació dels joves a les xarxes socials de Ràdio Tordera. A principis de cada setmana, a través del perfil d'**Instagram** del mitjà, s'oferirà als joves la possibilitat de fer peticions per demanar o dedicar una cançó pel dia de l'emissió del programa. Per això, cada dia s'anirà fent un recompte de les respostes rebudes a través d'Instagram, una de les xarxes socials més utilitzades pel jovent. Alhora, fer difusió a través d'Instagram ens permet arribar als joves de les localitats del voltant.

Alhora, seria interessant crear un perfil únic i exclusiu del mateix programa juvenil, sense deixar d'estar enllaçat amb el perfil oficial del mitjà. La creació d'un nou perfil pel programa facilita la tasca de fer difusió entre els joves, perquè així el jovent podrà accedir de forma més directa.

En primer lloc, caldrà fer conegut el perfil a través d'una estratègia social com l'estratègia del "jo et segueixo i tu em segueixes". Aquesta tàctica consisteix a fer una intensa recerca de tots els joves de Tordera que tenen Instagram, i començar a seguir-los. La recerca es podrà fer a través del mateix perfil de la ràdio, és a dir, veure quins perfils són de gent jove i començar a seguir-los. Una altra opció, seria anar als perfils d'Instagram dels instituts, del Casal de Joves i de les entitats, i seguir-los a tots. A continuació, els joves veuen una sol·licitud d'amistat, seguidament es dirigeixen al perfil del compte que li ha demanat una petició d'amistat per veure de què es tracta. No obstant això, existeix el risc que el jove decideixi no seguir el perfil, però a mesura que passa el temps i veuen que tenen més amics en comú, acaben per sucumbir a seguir també al perfil del programa.

Instagram és interessant per mantenir als joves oients al corrent de totes les novetats del programa i com a mitjà per demanar música. Ara bé, es pot treballar amb una segona línia, en paral·lel amb l'Instagram, perquè el jovent contacti amb el mitjà. Aquesta segona línia seria a través de les aplicacions de **WhatsApp o Telegram**.

Tant WhatsApp com Telegram són aplicacions que serveixen per enviar missatges i comunicar-se amb la gent. Totes dues tenen el mateix funcionament, salvant algunes diferències. En aquest sentit, serà decisió del mitjà si utilitzar una aplicació o una altra. Així mateix, aquestes aplicacions, que requereixen un número de telèfon mòbil, seran útils

perquè els oients tinguin una altra opció per fer arribar els seus missatges i peticions musicals, alhora també romandrà obert durant l'emissió del programa per si algun jove s'anima a trucar en directe i demanar la seva cançó preferida.

D'altra part, és interessant abastir el format vídeo. Per això, es proposa que l'emissió del programa sigui retransmesa pel mateix canal de **YouTube** de Ràdio Tordera i, en el cas que augmentés el número d'audiència juvenil, plantejar les retransmissions per un nou canal de **Twitch**. En aquest cas, Ràdio Tordera no compta amb un perfil de Twitch, una plataforma de vídeo en streaming on observes en directe tots tipus de retransmissions (esports, videojocs, esdeveniments de moda, concerts...). Per tant, Twitch podria ser un nou canal per fer difusió de Ràdio Tordera i arribar a un públic més jove, ja que els usuaris que fan ús d'aquesta plataforma són joves. Tot i això, tant YouTube com Twitch compten amb una política de copyright i, com a resultat, no es pot posar música sense els drets d'autor perquè suposaria una violació a les seves polítiques.

Per acabar, hi ha una tercera proposta per arribar a un públic jove, i és a través del **Podcast**. Es tracta d'un arxiu d'àudio que l'usuari es pot descarregar per escoltar-ho al seu dispositiu mòbil o en directe. El podcast ha revolucionat el món de la ràdio des de la seva arribada a Espanya, i moltes celebritats del món del periodisme han decidit dedicar-se a realitzar podcast. Com bé explica Siobhan McHugh (2020), al seu article "El podcast, la radio reinventada", la ràdio ha anat adoptant nous models de funcionament, a mesura que anaven sorgint noves formes de fer difusió d'una opinió a través de la veu. El podcast ha ocasionat un gir a la ràdio, i ha acostat a molts joves a interessar-se per aquesta nova font d'informació. Per això, es proposa que cada programa sigui convertit en un arxiu d'àudio, i posteriorment estigui penjat a la web de Ràdio Tordera perquè el jovent que no hagi pogut escoltar el programa ho pugui tornar a fer, o bé el descobreixi a través del podcast.

## **8.CONCLUSIONS**

Després d'una recerca de cinc mesos sobre la planificació i la realització d'un programa de ràdio pels joves del municipi de Tordera, el resultat ha estat molt satisfactori. És un projecte que s'adapta a les necessitats dels joves, a més de proporcionar un nou espai de reflexió i aprenentatge. D'igual forma, després d'elaborar el treball escrit s'han arribat a una sèrie de conclusions i valoracions pertanyents tant els objectius establerts com el procés d'aprenentatge.

Primerament, considero que s'ha donat resposta a les dues preguntes d'investigació que es plantegen en el present treball. A través de l'enquesta realitzada, hem descobert que la

majoria de joves que resideixen a Tordera no escolten la ràdio local, i a més ens han expressat el seu interès per la creació d'un programa radiofònic de caràcter juvenil. Alhora, em va sorprendre el gran nombre d'enquestats, ja que em van demostrar que tenen un fort interès perquè hi hagi un espai exclusiu per a ells.

D'altra banda, em sento realitzada pel fet d'aconseguir els objectius marcats al principi, com era l'objectiu principal de crear un programa radiofònic que pugui iniciar-se a Ràdio Tordera, i així com els objectius secundaris, que consistien a plantejar un programa que instaures un àmbit dinàmic i d'entreteniment pels joves de Tordera. A més, d'assolir tractar el programa com un espai per educar, informar i entretenir al jovent. Seguit, de la possibilitat d'aprendre el procés de preproducció d'un programa radiofònic.

Altrament, després d'haver executat el treball, em sorgeixen porcs i dubtes en plantejar-me si realment s'ajusta a un projecte real. Alhora, des de Ràdio Tordera, m'han estat aconsellant i ajudant a desenvolupar les meves idees. Gràcies a la seva col·laboració, he iniciat amb ganes aquesta feina i així poder ajudar-los a fomentar l'audiència entre els joves del municipi. No obstant això, no deixa d'existir la possibilitat que sigui un programa massa utòpic. Igualment, soc conscient que és una idea que caldrà anar modificant en tractar-se d'un programa d'àmbit local, ja que no coneixeràs amb exactitud com serà l'acollida dels joves.

Pel que fa a la diferència entre quin va ser el plantejament inicial i quin ha estat l'últim, hi ha hagut diferència. A mesura que he anat elaborant el treball, he observat que la idea principal ha variat de mica en mica per intentar millorar-la, i arribar a què pugui convertir-se en un programa real.

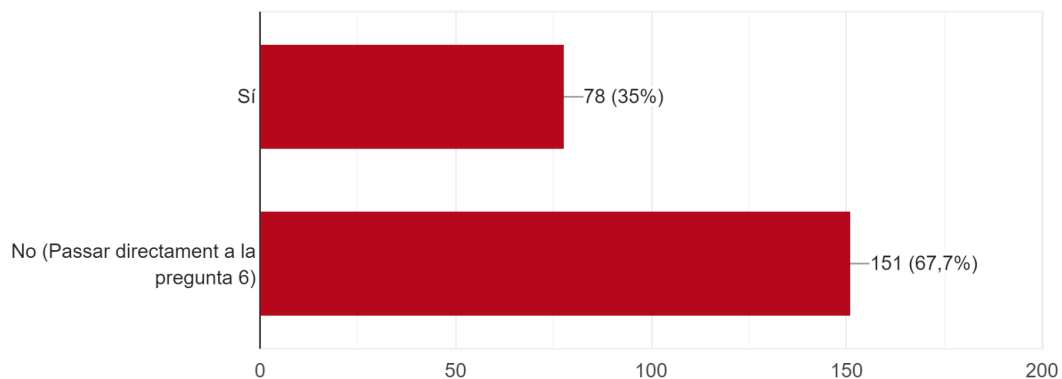
Finalment, m'ho vaig prendre com un gran repte personal, ja que es basava a fer un programa on en un futur pogués participar de forma activa dins del mitjà. Alhora, m'ha semblat un treball una mica costós per una sola persona, per tant, penso que perquè es convertís en un projecte real hauria d'haver un petit equip que s'encarregués de portar-lo a terme. Però, insisteixo en el fet que ha estat una experiència enriquidora, ja que m'ha permès conèixer altres mitjans de comunicació com la ràdio local.

## 9.ANEXOS

### Annex 1: Resultats de l'enquesta "La ràdio local i els joves de Tordera"

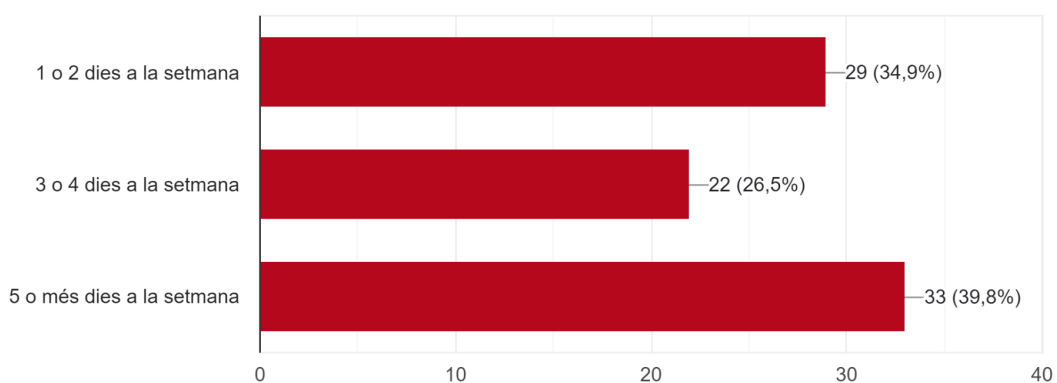
1.Ecoltes la ràdio habitualment ?

223 respostes



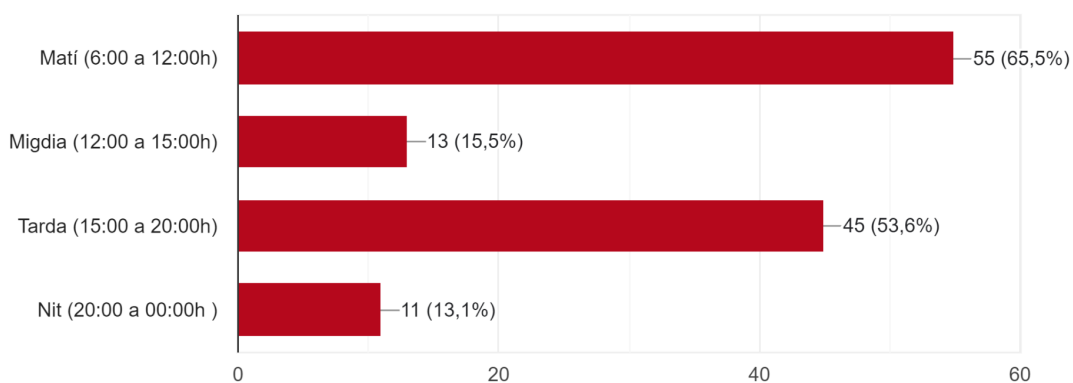
2.Amb quina freqüència escoltes la ràdio?

83 respostes



3.Durant quin període del dia escoltes més la ràdio?

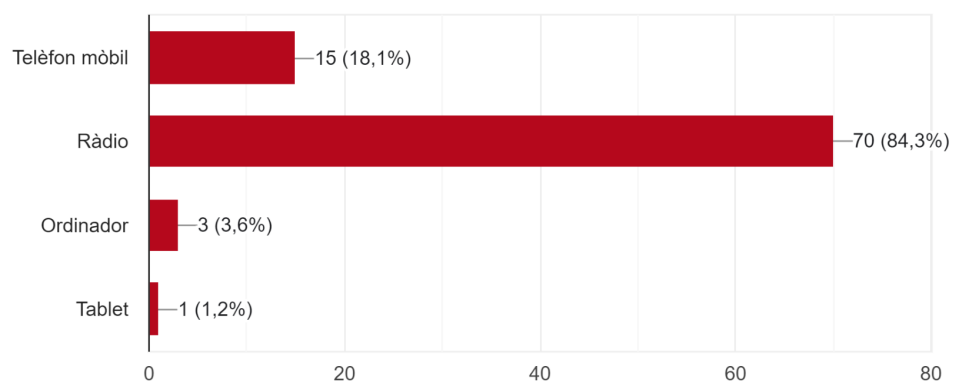
84 respostes





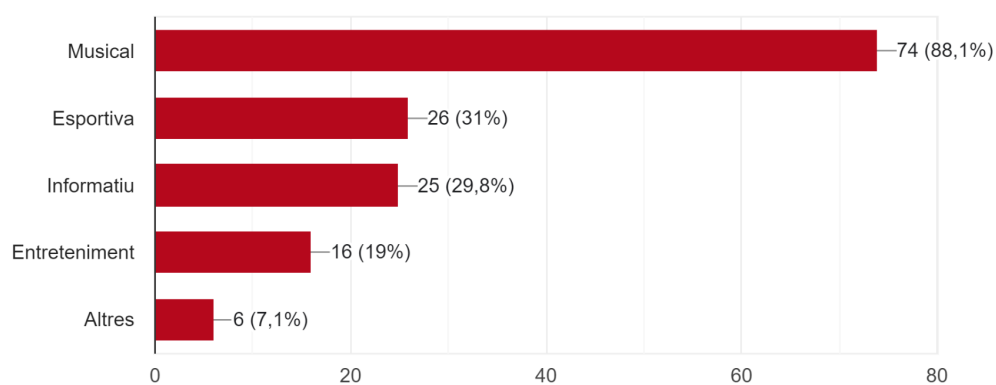
#### 4.A través de quin dispositiu escoltes la ràdio?

83 respostes



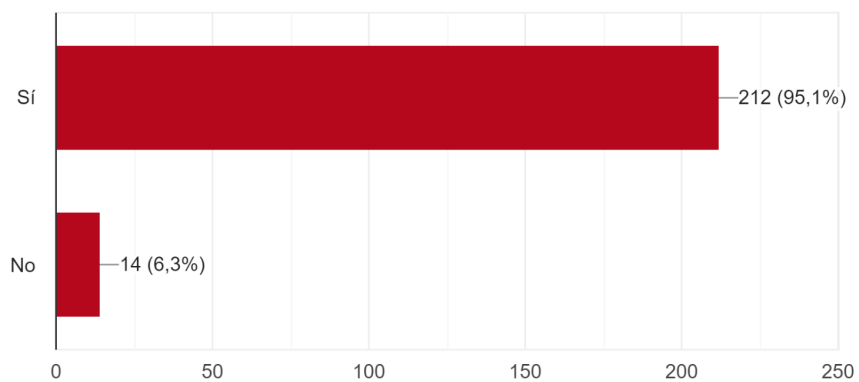
#### 5.Quin tipus de ràdio escoltes habitualment?

84 respostes



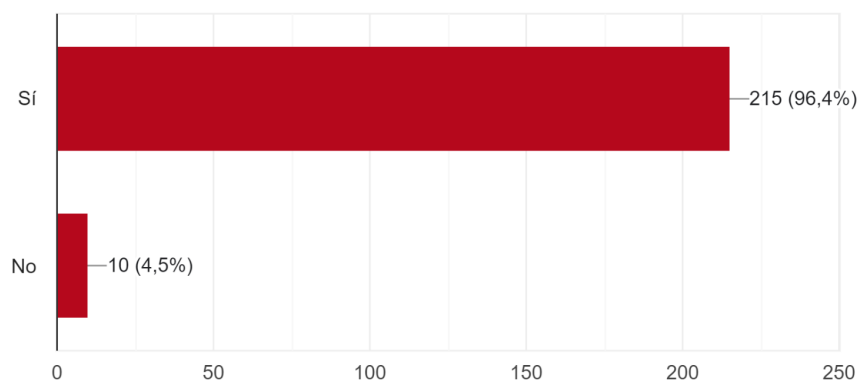
#### 6.Tens coneixement de l'existència d'una ràdio local a Tordera?

223 respostes



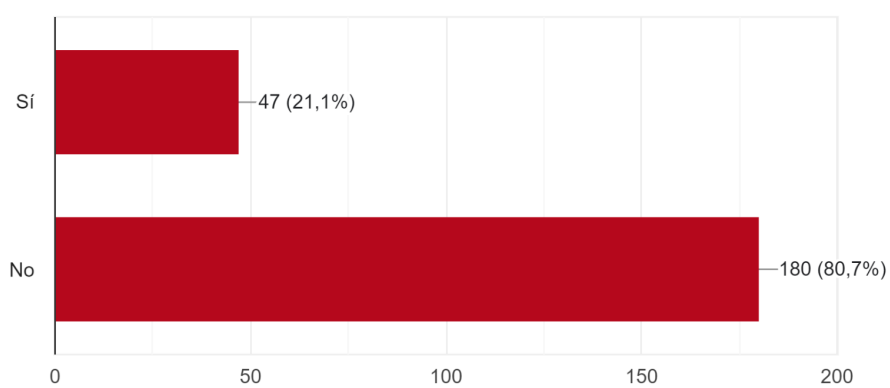
### 7. Saps on és situada Ràdio Tordera?

223 respostes



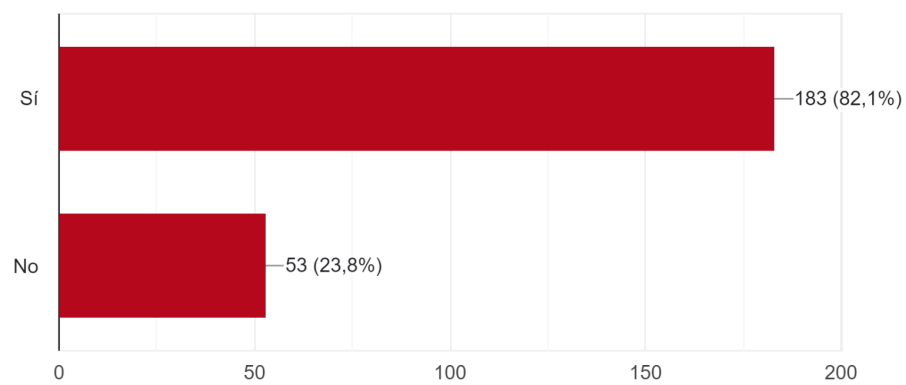
### 8. Escoltes Ràdio Tordera ?

223 respostes



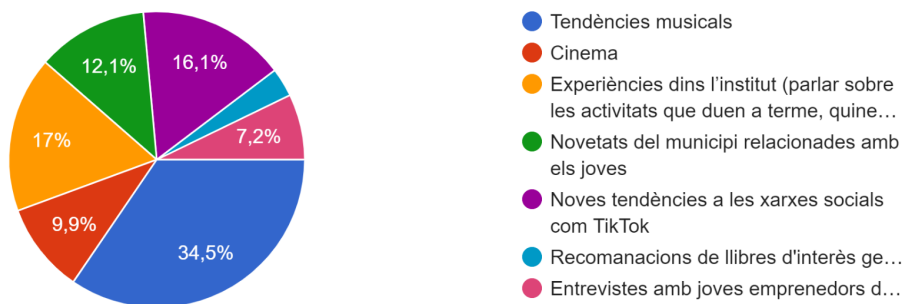
### 9. T'agradaria que hi hagués un programa dedicat únicament als joves de Tordera?

223 respostes



10. Quin tipus de continguts t'agradaria que es tractessin dins d'aquest nou programa? (Pots escollir més d'una opció)

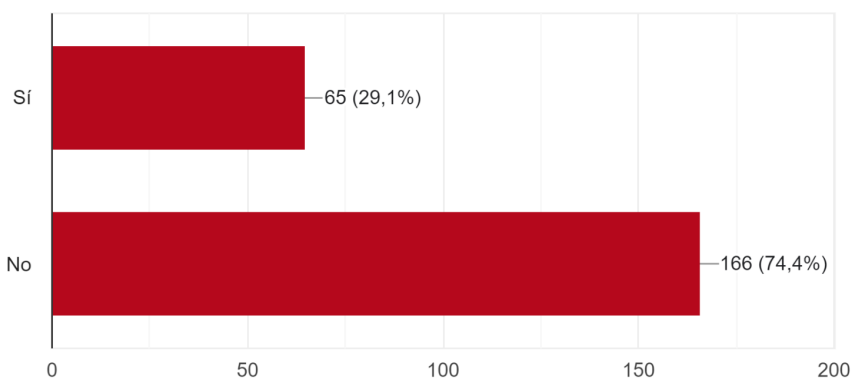
223 respostes



11. De quins altres temes t'agradaria que es parlessin? (Opinió)

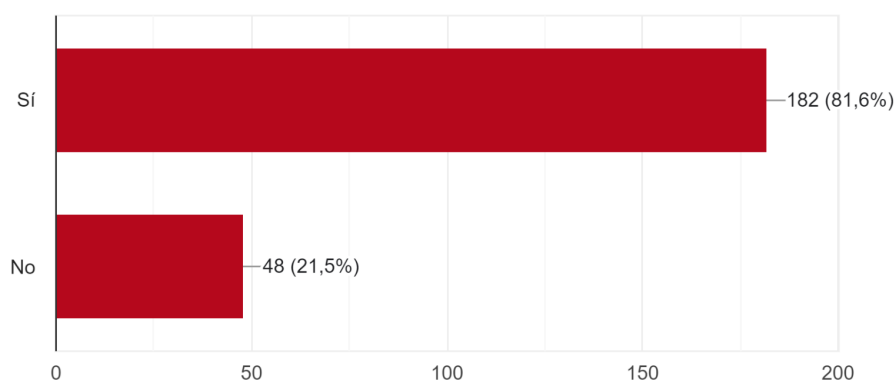
12. T'agradaria poder participar en la ràdio, i conversar amb els locutors sobre els diferents temes esmentats a la pregunta anterior?

223 respostes



13. T'agradaria que aquest nou programa tingues una secció on poguessin dedicar una cançó a través de notes de veu de Whatsapp, o bé per Instagram?

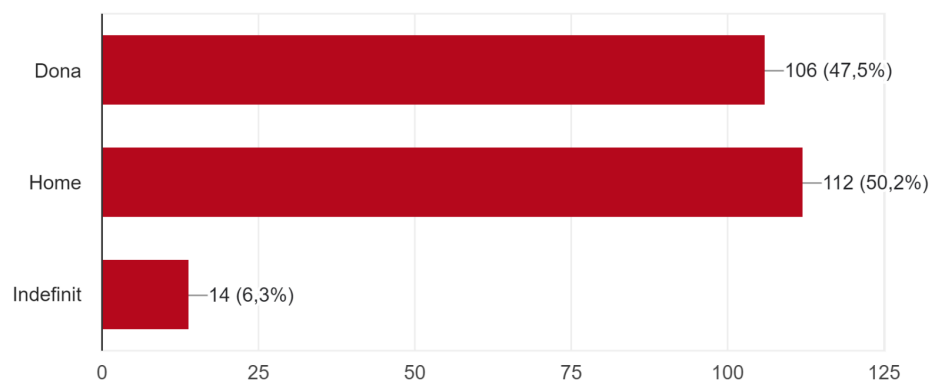
223 respostes



14. Suggestiments que t'agradaria transmetre per la creació d'un programa juvenil a Ràdio Tordera. (Opinió)

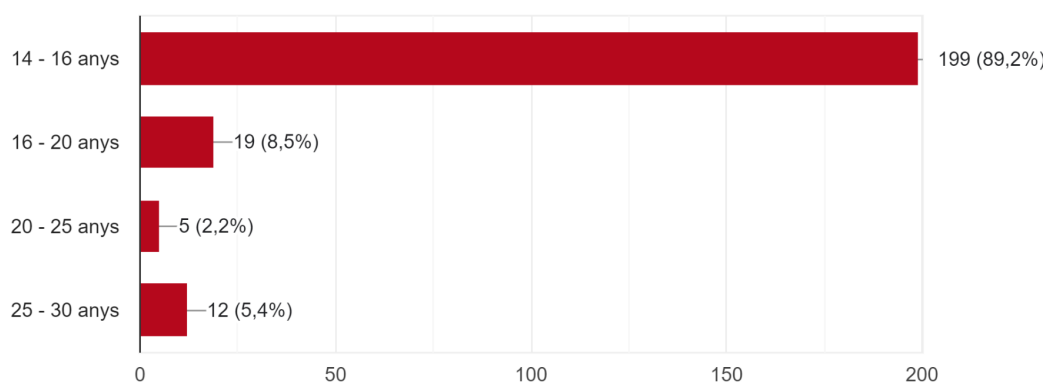
### 15. Sexe

223 respostes



### 16. Edat

223 respostes



## 10.BIBLIOGRAFIA

- Ajuntament de Tordera. (2018-2021). *Pla Local de Joventut Tordera*. (p.29). Tordera: Ajuntament de Tordera. [http://www.tordera.cat/ARXIUS/JOVENTUT/Pla\\_Local\\_Joventut\\_Tordera\\_2018\\_2021.pdf](http://www.tordera.cat/ARXIUS/JOVENTUT/Pla_Local_Joventut_Tordera_2018_2021.pdf)
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (22 de març de 2022). *Estudi General de Mitjans*. <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>
- Bohigas, C. & Ontañón, C. (2020). Creació del programa de ràdio: "Gent com jo". [Treball de fi de Grau, Universitat Autònoma de Barcelona]. Dipòsit digital de document de la UAB.[https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2020/235747/iTFG\\_BohigasMontori\\_Carla\\_OntanonBenguereel\\_Clara.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2020/235747/iTFG_BohigasMontori_Carla_OntanonBenguereel_Clara.pdf)
- Buendía, A. & Pino, J. (2008). Radio local, opinión pública y participación ciudadana. *Signo y pensamiento*, Vol.27, (52), 84-96. <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/n52/n52a07.pdf>
- Caldevilla, D. (2013). Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación: Periodismo, fin de ciclo*, Vol.18, 165-176.<https://pdfs.semanticscholar.org/74ee/85abc08ae0b306c69f29ef83023d5832691f.pdf>
- Catalunya Ràdio. (5 d'abril de 2022). *Adolescents XL*. <https://www.ccma.cat/catradio/adolescents-xl/>
- Corredoira, P. (2021). *Transformació de Flaix Fm al reggaetón i lideratge post-dance*. [Treball de fi de Grau, Universitat Autònoma de Barcelona]. Dipòsit digital de document de la UAB [https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2021/249118/TFG\\_Corredoira\\_Gallego\\_Pol.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2021/249118/TFG_Corredoira_Gallego_Pol.pdf)
- Costa, L. & Puntí, M. (2012). Premsa gratuïta, un model de comunicació local. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, v.30, (1), 79-99. <https://raco.cat/index.php/Comunicacio/article/view/81071/355439>
- Costa, L. (2015). *La comunicación local*. UOC.

- Flaix Fm. (5 d'abril de 2022). *La Fruiteria*. <https://uab.media/programa/8/lafruiteria>
- Grau, D. (2017). *Realització d'un programa radiofònic musical d'àmbit local o comarcal: "Música des de Llevant"*. [Treball de fi de Grau, Universitat Politècnica de València]. Repositori Institucional UPV (RiuNet). [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/85793/memoria\\_20088731.pdf?sequence=1](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/85793/memoria_20088731.pdf?sequence=1)
- Gutiérrez, M., Monclús, B. & Martí, J. (2014). R@adio y jóvenes, una encrucijada de intereses y expectativas. *Audiencias juveniles y cultura digital*, 107-124. [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2014/224368/audjuvcul\\_a2014p107.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2014/224368/audjuvcul_a2014p107.pdf)
- Igartua, J.J. (2006). La investigación por encuesta y mediante cuestionario. *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación* (p.231-318). Bosch.
- Llibre blanc de la ràdio local pública*. (2006). Barcelona. Federació de Ràdios Locals de Catalunya. [https://www.radiolocal.cat/IMAGES\\_10/Llibre%20blanc.pdf](https://www.radiolocal.cat/IMAGES_10/Llibre%20blanc.pdf)
- McHugh, S. *El podcast, la radio reiventada*. (20 de maig del 2022). UNESCO. <https://es.unesco.org/courier/2020-1/podcast-radio-reinventada>
- Merayo, A. (Febrer 10, 1994). *Las radios locales y su penetración en la audiencia* [Sessió de conferència]. Conferencia Episcopal Española. Madrid, Espanya. <https://studylib.es/doc/5012959/las-radios-locales-y-su-penetraci%C3%B3n-en-la-audiencia>
- Ràdio Tordera. (26 de març del 2022). *El show dels esports*. <http://radiotordera.cat/radio/?cat=55>
- Ràdio Tordera. (26 de març del 2022). *Les escoles a Ràdio Tordera*. <http://radiotordera.cat/radio/?cat=53>
- Ràdio Tordera. (26 de març del 2022). *Tordera en directa*. <http://radiotordera.cat/radio/?cat=51>
- Solà, S. & Micó, J. (2013). Organització professional de les emissores de ràdio de proximitat de Catalunya. *Trípodos: Ràdio i continguts sonors. Del mitjà analògic*

*tradicional a la recerca de nous models de negoci de l'àudio digital*, (33), 99-118.

[http://www.tripodos.com/index.php/Facultat\\_Comunicacio\\_Blanquerna/article/view/99/281](http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/99/281)

Spotify Advertising. (2021). *Culture Next*. <https://culturenext.byspotify.com/es-ES>

UAB. Media. (5 d'abril del 2022). *La Fruiteria*. <https://uab.media/programa/8/lafruteria>