

NOUS FORMATS NARRATIUS EN LES NOTÍCIES DE LES UNIVERSITATS

ESTUDI DE *THE HARVARD GAZETTE*, *CONECTA* DEL TECNOLÒGICO DE
MONTERREY I *360UPF* DE LA UNIVERSITAT POMPEU FABRA

MAR GIL RÀFOLS

TREBALL DE FINAL DE MÀSTER

Màster Universitari en Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives

Universitat Oberta de Catalunya

Tutora: Marta Narberhaus

Gener 2024

Resum

Aquest treball neix amb la voluntat d'identificar l'ús de les noves narratives en l'àmbit universitari i proporcionar elements per millorar la comunicació de les institucions universitàries amb les audiències actuals. A través de l'anàlisi dels butlletins de notícies *The Harvard Gazette* i *Conecta*, del Tecnológico de Monterrey i de la revista *360upf*, de la Universitat Pompeu Fabra, l'estudi revela com aquestes universitats, que representen diversos models i característiques, aborden els reptes i les oportunitats de les noves formes de comunicació. L'estudi explora l'enfocament multimèdia, la interactivitat, la hipertextualitat i la transmedialitat de la comunicació d'aquestes institucions amb l'objectiu de comprendre com es construeix una identitat institucional efectiva, com s'informa i com es fomenta la participació de l'audiència. Aquesta recerca ofereix una visió qualitativa i comparativa i suggereix millores per a la comunicació universitària.

Paraules clau: comunicació universitària, narratives digitals, contingut multimèdia, interacció, hipertextualitat, transmèdia, xarxes socials, relat

Abstract

This master's thesis was created with the main objective of identifying the use of new narratives in the university environment and providing elements to improve the communication of university institutions with current audiences. Through the analysis of the newsletters *The Harvard Gazette* and *Conecta*, from Tecnológico de Monterrey and the magazine *360upf*, from Universitat Pompeu Fabra, the study reveals how these universities, representing diverse models and characteristics, approach the challenges and opportunities of new forms of communication. The research explores the multimedia approach, interactivity, hyper textuality and transmediality of the communication of these institutions with the aim of understanding how to build an effective institutional identity, how to inform and encourage audience involvement. This these offers a qualitative and comparative view and suggests enhancements for present and future university communication.

Keywords: university communication, digital narratives, multimedia content, interaction, hyper textuality, transmedia, social media, storytelling

Agraïments:

A l'Alex, pel suport incondicional, els ànims, la confiança i per ser-hi sempre.

A la Marta Narberhaus, la meva tutora, per ser la guia que m'ha aportat l'orientació necessària per al desenvolupament d'aquesta recerca.

A la meva família i amics, per la seva paciència durant els moments en què no els he pogut dedicar el temps que es mereixien mentre treballava en aquest projecte, i per la seva comprensió sempre.

A la família Motroni-Battisti, que m'ha acollit amb generositat aquests darrers dies, en un entorn fantàstic on he trobat la calma necessària per acabar aquest treball.

A tots i totes, gràcies infinites.

Índex

1.	Introducció	5
2.	Justificació	5
3.	Objectius	6
4.	Metodologia	7
4.1.	Mostra	7
5.	Marc teòric	9
5.1.	El paper de les universitats a la societat del segle XXI	9
5.2.	Les preferències dels <i>Millenials</i> i la <i>Generació Z</i> a l'hora d'informar-se	11
5.3.	Els butlletins i revistes informatives de les universitats	13
5.4.	El poder de l' <i>storytelling</i> i de les noves narratives	16
6.	Context de les institucions universitàries i els seus mitjans informatius	19
6.1.	<i>The Harvard Gazette</i> i la Harvard University	20
6.2.	<i>Conecta</i> i el Tecnológico de Monterrey	21
6.3.	<i>360upf</i> i la Universitat Pompeu Fabra	22
7.	Imatge, estructura i ús de les noves narratives i de les xarxes socials	24
7.1.	<i>The Harvard Gazette</i>	24
7.1.1.	La imatge	24
7.1.2.	L'estructura	25
7.1.3.	Les noves narratives	27
7.1.4.	Les xarxes socials	29
7.2.	<i>Conecta</i>	30
7.2.1.	La imatge	30
7.2.2.	L'estructura	30
7.2.3.	Les noves narratives	32
7.2.4.	Les xarxes socials	33
7.3.	<i>360upf</i>	35
7.3.1.	La imatge	35
7.3.2.	L'estructura	36
7.3.3.	Les noves narratives	37
7.3.4.	Les xarxes socials	39
8.	La interactivitat	40
8.1.	La dimensió interactiva: el paper crucial dels enllaços en la dimensió (in)finita de la informació	41
8.2.	Les xarxes socials com a catalitzadores de la interactivitat: la transformació de la narrativa a través de la inclusió d'elements al cos de la notícia	43
8.3.	Dades i visualitzacions interactives: una eina per entendre	45
8.4.	Els newsgames: el vessant lúdic de la informació	47
9.	El contingut multimèdia	49
9.1.	La fotografia: una nova dimensió de la narrativa	49
9.2.	El vídeo: la revolució audiovisual	51
9.3.	L'àudio: molt camí per recórrer	53
10.	La narració hipertextual	54
11.	Dades, gràfics i infografies	57
12.	Plataformes: l'ús de les xarxes socials	62
12.1.	Interacció amb l'audiència	63
12.1.1.	La inclusió de publicacions de les xarxes socials a les notícies	63
12.1.2.	La difusió de la notícia a les xarxes socials: una altra manera d'arribar a l'audiència i fomentar la interacció	64
12.2.	La narrativa a través de diferents elements publicats a les xarxes socials: la fragmentació del contingut	65
12.3.	La difusió de les notícies per part de l'audiència: disseminació i viralització	67
12.4.	Els comentaris i el debat a les xarxes socials: identificació de temes d'interès	68
13.	Conclusions	69
14.	Referències	78
15.	Annex	80

1. Introducció

La comunicació, en constant procés d'evolució, es troba immersa en transformacions significatives. Les noves tecnologies han impulsat els canvis més recents i han donat lloc a noves maneres de comunicar i a noves formes de consum de la informació. Les audiències consumeixen gran quantitat d'informació en diversos formats i de diversos mitjans.

La comunicació universitària no és immune a aquesta evolució i s'adapta a les tendències emergents. Les formes tradicionals de transmissió de coneixement es veuen desplaçades per plataformes digitals, xarxes socials i altres canals innovadors. A mesura que la tecnologia redefineix la manera com compartim informació i interactuem, les institucions universitàries han d'adaptar-se i adoptar noves estratègies narratives en els seus butlletins de notícies per connectar amb una audiència cada vegada més diversa i tecnològicament més hàbil.

En aquest context, les noves narratives esdevenen instruments útils per compartir informació i per construir una identitat institucional, fomentar la participació estudiantil i establir una connexió més profunda amb la comunitat universitària.

Aquest treball explora aquest canvi de paradigma, analitzant com les universitats aborden els reptes i les oportunitats que ofereixen les noves narratives en la seva comunicació i com es converteixen en catalitzadores per a la construcció d'una societat informada. Des de l'ús de contingut multimèdia fins a les estratègies de participació activa a les xarxes socials, es busca identificar les pràctiques més efectives per a la transmissió d'informació que fomentin la transferència de cultura, de coneixement, el compromís i la construcció d'una societat millor.

2. Justificació

La comunicació en l'àmbit universitari abasta una àmplia gamma d'objectius i de públics diferents. Aquesta diversitat inclou la comunicació corporativa, la difusió entre perfils específics de la comunitat universitària, la consolidació de la marca institucional, la millora de la visibilitat, la captació d'estudiants, la difusió de la informació acadèmica, la promoció de la vida universitària i la divulgació dels resultats de recerca, entre d'altres. La capacitat de transmetre els missatges pertinents i de trobar estratègies que puguin connectar amb aquests públics diversos és un repte complex que, com tot model comunicatiu actual, té la necessitat de "generar actitud d'escolta per la via de la innovació", com apunten Catalina Gayà i David Vidal (2021).

Per donar resposta a aquesta necessitat, algunes universitats han adoptat nous formats narratius, una nova manera d'explicar les notícies que incorpora una varietat de recursos i

llenguatges, amb l'objectiu de comunicar de manera efectiva amb audiències heterogènies. En aquest estudi, s'analitza com les universitats de Harvard, Tecnológico de Monterrey (Tec) i Pompeu Fabra (UPF) aprofiten les oportunitats que ofereixen aquestes noves narratives per comunicar amb públics d'edats, interessos, formacions i vinculacions diferents amb la universitat. Un públic cada vegada més acostumat a rebre informació per diversos canals, mitjans i de manera interactiva i, en molts casos, també, saturat d'informació. Aquestes institucions, que varien en termes de mida, tipus i ubicació geogràfica, són referents en l'àmbit acadèmic i de recerca, exemplifiquen l'adaptabilitat i la innovació que caracteritza l'entorn comunicatiu avui i representen el motor de canvi que són les universitats en la societat actual. Així mateix, són representatives de perfils diferents, com l'anglosaxó, el llatinoamericà i l'europeu i, en aquest sentit, representen un gruix important del model universitari actual i de la diversitat i complexitat del sistema universitari mundial. Cada un d'ells, exemplifica una tradició universitària única i contribueix a la definició del panorama global.

Al llarg d'aquesta investigació, s'analitza com aquestes universitats utilitzen els nous formats narratius i la forma en què incorporen els diversos recursos com animacions, vídeos, àudios, infografies, gràfics i text en les seves estratègies de comunicació a través dels seus mitjans de difusió de notícies: [The Harvard Gazette](#), [Conecta](#) del Tecnológico de Monterrey i [360upf](#). S'investiga com es desenvolupa la narració a través de diversos mitjans i llenguatges, si un contingut específic està vinculat a una forma de visualització particular i com aquestes històries s'expliquen aprofitant tots els recursos disponibles, amb un enfocament hipertextual i no lineal que crea una experiència narrativa més enriquidora.

Aquesta investigació aporta una comprensió més profunda de com aquestes universitats utilitzen els nous formats narratius i recursos visuals per comunicar eficaçment amb la seva audiència. L'estudi de tres casos aporta també una visió comparativa, abordant quines diferències hi ha entre les diferents universitats, quins recursos s'utilitzen en unes respecte de les altres i amb quines finalitats. El resultat pot servir per establir tendències i models per millorar la comunicació en el sector universitari i identificar les oportunitats que diferents estratègies narratives, de diverses àrees de la comunicació visual i de l'entreteniment, poden oferir en aquest sector.

3. Objectius

Aquest treball busca contribuir al camp de la comunicació universitària, pretén proporcionar una comprensió més profunda de les narratives contemporànies i oferir una orientació

pràctica per la millora contínua de la comunicació externa universitària. El treball té un objectiu principal i quatre objectius secundaris.

Objectiu principal:

Realitzar una anàlisi qualitativa dels casos de *The Harvard Gazette*, *Conecta* i *360upf* per mostrar l'ús efectiu de les noves narratives en revistes i butlletins de notícies de les universitats.

Objectius secundaris:

Comparar els casos seleccionats per identificar similituds i diferències en contingut i forma, estructura i ús de narratives.

Avaluar la diversitat de mitjans utilitzats.

Analitzar com els mitjans utilitzats es relacionen amb els tipus d'informació tractada.

Establir una guia de propostes basada en els resultats d'aquesta investigació per millorar la comunicació universitària i identificar oportunitats derivades de les diferents estratègies narratives i recursos visuals.

4. Metodologia

Per realitzar aquest treball s'ha utilitzat una metodologia analítica-interpretativa, comparativa i una anàlisi qualitativa dels casos, analitzant-ne tant la forma com el contingut.

L'anàlisi comparativa i qualitativa de les estratègies de comunicació de notícies d'aquestes tres universitats s'aconsegueix examinant les seves publicacions. S'analitza el contingut, les narratives utilitzades i els recursos visuals incorporats a les seves comunicacions, es revisen les temàtiques, estils narratius i la forma en què presenten els continguts. Aquesta anàlisi permet destacar les similituds i les diferències que ajuden a identificar les millors pràctiques en aquest àmbit.

4.1. Mostra

Per dur a terme aquesta anàlisi, durant els mesos d'octubre i novembre de 2023, s'han examinat les categories en què es classifiquen les notícies a *The Harvard Gazette* i a *Conecta*. S'han exclòs de l'anàlisi algunes categories perquè no aporten rellevància en aquest treball¹.

¹ En el cas de *The Harvard Gazette* s'han descartat les categories: Graduació 2023, Covid-19, Fotografia i A la cerca de la justícia racial perquè són reculls de notícies que fan referència a aquests temes però que també apareixen publicades en d'altres apartats. També s'ha descartat Esdeveniments, perquè es tracta d'una agenda que llista els esdeveniments que tenen lloc al campus i a nivell informatiu i de l'anàlisi de les noves narratives s'ha considerat que no té rellevància.

En el cas de la revista *360upf*, s'han analitzat els reportatges de totes les categories publicats als 6 darrers números de la revista.

The Harvard Gazette: S'han analitzat les 30 notícies més recents² de cada temàtica, a excepció de les descartades per no aportar rellevància al treball¹. Això ha donat com a resultat l'anàlisi de 210 notícies, publicades entre els anys 2022 i 2023, de 7 categories: Arts i Humanitats, Economia i Empresa, Campus i Comunitat, Salut i Medicina, Assumptes nacionals i mundials, Notícies i anuncis i Ciència i Tecnologia.

Conecta: Per dur a terme aquesta anàlisi, s'han examinat les notícies més recents³, entre les publicades els anys 2022 i 2023, de cada una de les 8 categories en les que classifica les notícies *Conecta*: Art i Cultura, Esports, Educació, Emprenedoria, Institució, Salut, Societat, Sostenibilitat. En el cas de la categoria Societat s'han analitzat 18 notícies, que és el nombre màxim que s'han trobat en els anys 2023 i 2022. Això ha donat com a resultat un total de 228 notícies examinades.

360upf: Per dur a terme l'anàlisi de la revista de la Universitat Pompeu Fabra, s'han analitzat totes les notícies i reportatges publicats en els 6 darrers números⁴. Això ha donat com a resultat 137 notícies o reportatges examinats. En aquest cas, es tracta d'una revista, amb una periodicitat diferent dels dos casos anteriorment analitzats. Aquest tipus diferent de publicació permet veure d'altres exemples i utilitzacions de les noves narratives en l'entorn de la comunicació universitària.

Per cada una de les publicacions, s'han recollit en una taula aquelles notícies analitzades que destaquen perquè contenen elements multimèdia, són transmèdia o contenen elements rellevants relacionats amb l'*storytelling* (Annex 1). En concret s'ha recollit la temàtica a la qual pertanyen, la data de publicació, si contenen algun element a part del text (fotografia, àudio, vídeo, infografia, gràfic, *newsgame* i elements de les xarxes socials incorporats a la notícia). A més, s'ha detallat si la notícia ha estat publicada a alguna de les xarxes socials oficials de la institució i aquells altres elements destacables.

La cerca a les xarxes ha plantejat dificultats, per la gran quantitat d'informació que es publica i perquè fer la cerca en una data posterior, en alguns casos diversos mesos després de la publicació de les notícies, ha incrementat aquesta dificultat.

² Fins al 23 de novembre de 2023

³ Fins al 26 de novembre de 2023

⁴ Revistes números 7 (octubre de 2020) a 12 (maig de 2023).

Aquesta mostra ha permès també una anàlisi quantitativa, a més de les analítica-interpretativa, comparativa i qualitativa dels casos de les tres institucions.

5. Marc teòric

Per focalitzar l'anàlisi dels models de butlletins i revistes de notícies de les universitats de Harvard, Tecnológico de Monterrey i UPF cal destacar diversos aspectes.

En primer lloc, cal comprendre quin és el paper de les universitats a la societat actual i identificar el perfil predominant de les persones usuàries d'aquestes institucions. En segon lloc, és clau analitzar les necessitats i les preferències informatives de les diferents generacions, en especial, aquelles que corresponen al perfil prevalent a les universitats. En tercer lloc, analitzem el rol que juguen els butlletins i les revistes universitàries en la transmissió d'informació. En darrer lloc, es considera rellevant examinar la importància i l'impacte de l'*storytelling* i de les noves narratives en el context de la no-ficció.

5.1. El paper de les universitats a la societat del segle XXI

Universitat: del llatí universītas, -ātis 'universalitat, totalitat', 'col·lectivitat', 'gremi, corporació', en llat. mediev. 'institució d'ensenyament superior' (RAE).

L'origen de les universitats és objecte de debat, amb múltiples teories que situen la primera institució universitària a Bolonya, a Oxford o a París. Sigui quina sigui la primera, sabem que l'origen és a Europa, on al segle XIII existien una dotzena d'universitats i cap al 1500, ja se'n compten una setantena (Julien Théry, 2023). Al llarg del temps, aquestes institucions s'han transformat i multiplicat i, avui, són presents al cinc continents. La seva funció ha evolucionat per respondre als canvis i desafiaments de la societat, i han hagut d'adaptar-se a les necessitats de cada època.

La Universitat de Chicago, creada al 1890 amb els fons de John R. Rockefeller, exemplifica aquesta evolució. Inicialment centrada en la docència i la recerca, aviat va incorporar una tercera missió amb la creació de l'*Extension Division*, que tenia com objectiu apropar la universitat a aquells que, per diverses raons, no podien accedir-hi. Pot semblar paradoxal que una universitat, sovint considerada no només privada sinó "capitalista", assumís aquesta tercera funció, però serveix com exemple de l'adaptació a les necessitats i de la versatilitat de les institucions universitàries (Carta d'Universitats i Cultura. Xarxa Vives d'Universitats, 2021).

Actualment, el paper de les universitats en la societat del segle XXI va més enllà de la simple transmissió de coneixement. La universitat exerceix un rol fonamental com a catalitzadora en

àmbits essencials com la cultura, la comunicació, les organitzacions, l'economia, la tecnologia i la formació de ciutadans compromesos. Poques organitzacions tenen un paper tan divers i ampli com les universitats: influeixen en aspectes fonamentals pel desenvolupament de la societat i compten amb un perfil d'usuaris i d'audiència polièdric i variat.

“En el conjunt de la vida cultural de les nostres societats, la universitat ha d'aportar específicament una visió crítica i una vocació científica: cal esperar que contribueixi a la reflexió i a l'aportació d'idees i expressions noves, i que ho faci amb consciència dels mètodes i voluntat d'afavorir l'argumentació i el coneixement” (Carta d'Universitats i Cultura. Xarxa Vives d'Universitats, 2021).

En el context de la societat del segle XXI, l'educació ja no busca només alfabetitzar en lectura i en escriptura, ara es centra en la multi alfabetització. Això suposa promoure el pensament crític, la cerca i la selecció d'informació, la creativitat, la participació, l'ús de tecnologies i la construcció del coneixement (Farrús et al., 2011).

Aquesta multi alfabetització té un impacte significatiu en la capacitat de rebre, interpretar i comprendre la informació. L'American Library Association (ALA 2000) defineix l'alfabetització informacional a través de les habilitats que una persona ha de tenir quan necessita informació, incloent-hi la capacitat de localitzar, avaluar i utilitzar eficaçment la informació requerida.

El segle XXI és caracteritzat com una societat intensiva en informació i coneixement. Com assenyala la IFLA (2006), la informació és:

- un element fonamental per a la creativitat i la innovació
- un recurs clau per a l'aprenentatge i el pensament humà
- un element essencial per crear ciutadans més informats
- un factor determinant en els resultats acadèmics, la salut i l'entorn laboral dels ciutadans
- un recurs crucial per al desenvolupament socioeconòmic de la societat

Les universitats, com s'ha argumentat, juguen un paper fonamental en aquest context, com a motor de canvi de les societats, contribueixen a la formació de professionals altament qualificats i a la creació d'idees innovadores que impulsen el progrés social, econòmic i cultural, i fomenten i faciliten l'accés a la informació.

5.2. Les preferències dels *Millennials* i la *Generació Z* a l'hora d'informar-se

Generació: Del llat. generatio, -ōnis. Conjunt de persones que, nascudes en dates pròximes i amb una educació i influències culturals i socials similars, adopten una actitud en certa manera comú en l'àmbit del pensament o de la creació (RAE).

Les notícies que emeten les universitats tenen un rang d'audiència molt ampli, potencialment poden estar adreçades a tota la societat. Per aprofundir en l'anàlisi, és fonamental considerar com les diferents generacions perceben i utilitzen la informació. Dimock (2019)⁵, per *Pew Research Center*, afirma que la forma en què les persones es comuniquen i interactuen amb la tecnologia és un factor que diferencia les generacions⁶. L'educació i les influències culturals i socials de cada generació tenen impacte en la seva actitud i preferències informatives.

Dimock (2019) sosté que els *Boomers*, la generació de les persones nascudes entre els anys 1946 i 1964, van créixer quan la televisió s'expandia, això va suposar un canvi en el seu estil de vida i la seva connexió amb el món. En canvi, la *Generació X*, nascuts entre els anys 1965 i 1980, va créixer mentre es consolidava la revolució informàtica. Els *Millennials*, persones nascudes entre l'any 1981 i 1996, han crescut amb l'explosió d'Internet. Ara bé, per a la *Generació Z*, els nascuts entre 1997 i 2012, les revolucions anteriors formen part de la seva vida des de l'inici. Han crescut tenint els mòbils com a via principal de connexió a Internet. Les xarxes socials, la connectivitat permanent, l'entreteniment i la comunicació a la carta formen part essencial de les seves vides.

Tot i que el públic de les universitats és molt ampli, considerant que la majoria d'usuaris de les universitats d'avui tenen entre 18 i 30 anys, podem inferir que la majoria de l'audiència potencial es concentra en aquest grup d'edat. Ara bé, ens hem de preguntar si els joves d'entre 18 i 30 anys s'interessen per les mateixes notícies i s'informen de la mateixa manera. D'acord amb el Digital News Report de 2022⁷ els hàbits de consum d'aquestes generacions no són els mateixos. Els *Millennials*, nadius digitals, són una generació globalitzada que, tot i no haver nascut amb les xarxes socials, s'han adaptat a elles. En canvi, la *Generació Z* és una generació totalment nativa *social*, han nascut i crescut amb les xarxes socials com a mitjà de comunicació i d'informació. És una generació hiperconnectada, que es caracteritza per voler-ho tot amb immediatesa, per tenir la capacitat de realitzar diverses tasques simultàniament i per tenir un temps d'atenció molt breu.

⁵ *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins* www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/

⁶ Les dates de naixement de les generacions varien una mica i segons la font d'informació utilitzada es poden solapar, en aquest treball s'ha fet servir la classificació que fa *Beresford Research*.

⁷ *The changing news habits and attitudes of younger audiences*, Digital News Report (2022)

Així, les característiques de l'audiència majoritària dels mitjans actuals condicionen com han de ser les informacions avui i, en conseqüència, com ha de ser la informació que les universitats emeten. És fonamental explorar com ha de ser aquesta comunicació per captar l'interès d'aquestes generacions. Quins elements i formats són més efectius per atraure la seva atenció i participació?

Segons l'estudi "*The changing news habits and attitudes of younger audiences*" de Digital News Report (2022), el 39% de les persones de 18 a 24 anys, que es correspon actualment amb la *Generació Z*, identifiquen les xarxes socials com la seva font principal d'informació. Aquesta xifra representa un increment del 21% respecte al 2015 (figura 1).

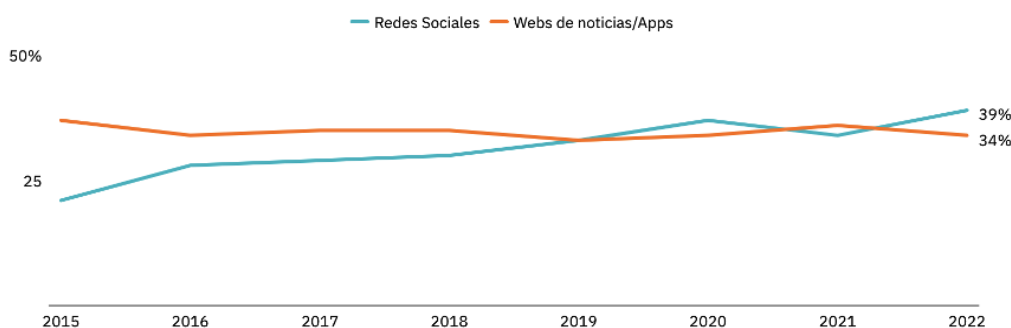
D'acord amb aquest mateix estudi, el que més atrau als joves de les xarxes socials és l'estil informal, la immediatesa, l'entreteniment, els vídeos i el fet que les consideren més personalitzades i diverses que la resta de mitjans. Tot i que el vídeo està en auge, com ho demostra l'increment de seguidors de plataformes com *Tik Tok* o *Instagram*, el text i l'àudio no estan desterrats dels hàbits informatius d'aquest col·lectiu.

No només el com, també el què s'explica és important pels joves. Aquest estudi sosté que molts joves consideren que cal parlar menys de política i que cal dedicar més atenció a la cultura, l'entreteniment, els esports i l'educació (figura 2).

Porcentaje de jóvenes de 18 a 24 años que dice que cada opción es su principal fuente de noticias

2015-2022

Promedio de 12 mercados



Q4. You say you've used these sources of news in the last week, which would you say is your MAIN source of news? Base: 18-24s from 2015-22 in selected markets (n = 200). Note: The 12 markets included are UK, USA, Germany, France, Spain, Italy, Ireland, Denmark, Finland, Australia, Brazil, and Japan.



[Descargar los datos](#) • [Insertar](#)



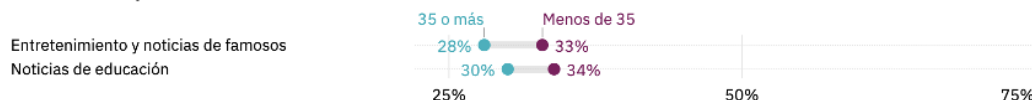
Figura 1

Font: *The changing news habits and attitudes of younger audiences*, Digital News Report (2022)

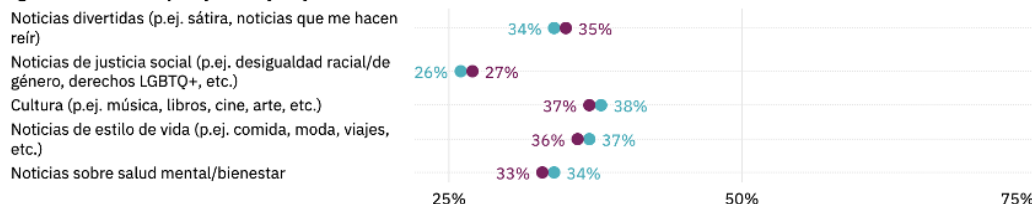
Porcentaje que dice interesarse en cada tema informativo, según edad

Todos los mercados

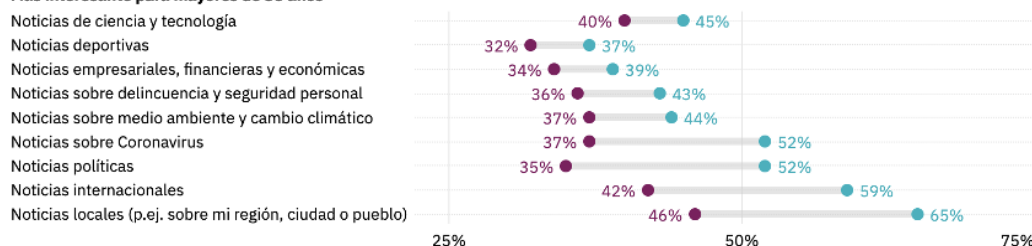
Más interesante para menores de 35 años



Igual de interesante para jóvenes y mayores



Más interesante para mayores de 35 años



Q1d_2022. Which of the following types of news, if any, are you interested in? Base: Under 35/35 and older: All markets = 28,166/65,266.

[f](#) [t](#) [Descargar los datos](#) - [Insertar](#)



Figura 2

Font: *The changing news habits and attitudes of younger audiences, Digital News Report (2022)*

Pel que fa a les motivacions per accedir a la informació, totes les generacions coincideixen en la importància d'aprendre coses noves, però entre l'audiència més jove, destaca la prioritat que donen al fet que, a més, la informació sigui entretinguda i es pugui compartir.

Els butlletins i revistes universitàries que tenen com a objectiu informar audiències d'aquestes generacions han de tenir en compte tots aquests elements per adaptar-se de manera eficaç a les preferències i necessitats del seu públic.

5.3. Els butlletins i revistes informatives de les universitats

Butlletí: Del dim. de boleta; it. bollettino, de bolletta. Publicació destinada a tractar assumptes científics, artístics, històrics o literaris, generalment editada per alguna corporació (RAE).

Revista: Publicació periòdica amb textos i imatges sobre diferents matèries, o sobre una especialment (RAE).

La comunicació interna en les organitzacions està adquirint una importància creixent. Com s'ha destacat, les universitats són institucions amb característiques i funcions que les diferencien notablement de la resta d'organitzacions, especialment pel seu impacte en la

societat. No obstant això, a nivell organitzatiu, comparteixen algunes característiques amb d'altres tipus d'organitzacions, com la necessitat de comunicació entre els diferents usuaris. Segons Manuel Palencia-Lefler (2008), conèixer l'estat de la comunicació entre l'organització i els seus públics interns permet mesurar els nivells de comprensió mútua en les seves actuacions i reaccions. En el context universitari, aquesta comunicació suposa la interacció entre la direcció de la universitat i el professorat, l'estudiantat i el personal tècnic i d'administració.

Ara bé, el marc universitari presenta una realitat més complexa que la majoria d'organitzacions. D'una banda, pot requerir d'una estratègia diferenciada cap a diferents perfils; necessiten la mateixa informació les persones que treballen a la universitat (professorat i personal tècnic i d'administració) que els estudiants? D'altra banda, s'obre l'interrogant sobre com es comunica amb aquelles persones que són audiència de la universitat en situacions específiques. A més, és essencial preguntar-se on queda l'impacte que la universitat genera, també per la via de la comunicació, en la societat actual. Així, la comunicació universitària, lluny de ser un fenomen unidireccional, es converteix en un teixit relacional que no només es desplega internament sinó que també contempla dinàmiques amb audiències desiguales, heterogènies i multifacètiques.

La comunicació universitària presenta mancances de diferents tipus i els factors que expliquen la poca consideració que ha tingut fins ara són diversos. Juan García Orta (2012) destaca la manca de literatura significativa sobre la comunicació a la universitat i posa de manifest la poca rellevància que s'ha donat a la comunicació universitària fins al moment. D'altra banda, Àngeles Duran Mañes, a la seva tesi doctoral "Nuevas tendencias de la comunicación corporativa. Aplicación de un modelo de corporate universitario" (2005), conclou que hi ha deficiències significatives en la gestió de la imatge i en la comunicació corporativa a la universitat.

Resulta paradoxal, com assenyala Losada Díaz (2005), que les institucions universitàries no hagin sabut aprofitar, en benefici propi, els fruits de la recerca que han generat per a d'altres àmbits de la societat. Aquest fet, posa de relleu la necessitat crítica de repensar i potenciar les estratègies de comunicació universitària, així com maximitzar l'impacte positiu que la recerca pot tenir en la projecció de les universitats.

A tot això, cal afegir que algunes veus posen èmfasi en la manca de personal dedicat a la comunicació a les universitats, un problema que afecta la definició i la professionalització d'aquest àmbit, amb impactes evidents en el resultat.

Reprenent les característiques i les necessitats de les audiències actuals de les universitat, la participació emergeix com un element important en la comunicació universitària, com afirmen alguns autors. Pompper (2006) subratlla que la qualitat de la relació entre la universitat i la seva audiència pot determinar l'èxit o fracàs de la institució. En aquest sentit, les noves tecnologies ofereixen una oportunitat significativa a la comunicació universitària; permeten reinventar-se, apropar-se a la seva audiència i complir els seus objectius. De Aguilera Moyano et al. (2010) destaquen que hi ha una veritable intenció de posicionar les universitats a l'avantguarda tecnològica en matèria de comunicació. Aquests mateixos autors, afirmen que els públics de la comunicació universitària, usuaris avançats dels nous mitjans i coneixedors de la nova comunicació interactiva i multimèdia, reclamen a les institucions la reconversió dels canals de comunicació.

En aquest context, la identificació de referents és important per impulsar canvis significatius. Tot i que les referències són encara escasses, alguns casos aïllats posen de relleu la necessitat que la universitat posi esforços en aquesta direcció. Un dels exemples més destacats és el del projecte Stanford 2025⁸, una iniciativa que emergeix de la determinació de repensar i transformar l'experiència educativa i de conceptualitzar el futur de l'educació superior. Aquest projecte destaca, entre d'altres, per la seva habilitat en la utilització de les noves tecnologies com a mitjà poderós de comunicació amb l'audiència universitària.

Aprofitar la tecnologia és una necessitat ineludible. Tan important com això, és tenir una definició clara dels destinataris, del tipus d'informació que es vol transmetre i de l'estil amb què es pretén fer-ho. El butlletí de *The Hustle*⁹, és un exemple destacat d'aquesta cohesió. Fidel a una generació, els *Millenials*, i a un estil informal que no està renyit amb el tipus de notícies que es volen transmetre, majoritàriament relacionades amb l'àmbit empresarial i tecnològic, ha aconseguit apropar-se a més de 2,5 milions de subscriptors diaris. Amb l'ús de podcasts, vídeos i notícies, i la utilització d'un llenguatge informal i sovint molt col·loquial, *The Hustle* ha sabut trobar una identitat pròpia. I aquest, és un element clau per connectar amb l'audiència.

Descobrir l'estil distintiu i consolidar el vincle identitari dels membres de la comunitat universitària segueix sent un repte. Coincidim amb De Aguilera, Farias i Baraybar (2010) que els nous mitjans comporten nous usos per als públics interns i externs de les universitats. La comunicació flueix de forma multidireccional i això enriqueix l'experiència de l'audiència i

⁸ <https://www.stanford2025.com/2100>

⁹ <https://thehustle.co/>

ajuda a enfortir els llaços. Les eines actuals ofereixen una oportunitat única per arribar a un públic més ampli i per poder reforçar el sentiment de pertinença a la comunitat.

Per superar les limitacions actuals, les universitats han de desplegar noves estratègies de comunicació i aprofitar les oportunitats que ofereixen les noves tecnologies. L'ús de nous canals i mitjans de comunicació, trobar l'estil propi i la participació de l'audiència són passos essencials per consolidar un vincle identitari fort entre els membres de la comunitat i per reforçar la seva relació amb la societat en general.

5.4. El poder de l'*storytelling* i de les noves narratives

Storytelling: is the activity of telling or writing stories (Collins).

Narratives transmèdia: són una forma narrativa particular que s'expandeix a través de diferents sistemes de significació (verbal, icònic, audiovisual, interactiu, etc.) i mitjans (cinema, còmic, televisió, videojocs, teatre, etc.) (Carlos Scolari).

Una altra dimensió important, que té rellevància en la comunicació universitària, és l'ús de l'*storytelling* i de les noves narratives. Aquestes tècniques poden millorar la divulgació d'informació i influir en la manera com la societat percep i interacciona amb les notícies universitàries.

Estrella Torrez en el seu treball "*Responsibility, reciprocity, and respect: Storytelling as a means of university-community engagement*" (2018) destaca l'*storytelling* com una eina d'interacció entre la universitat i la comunitat. L'autora comparteix la seva experiència personal, en una família nombrosa i caòtica, on les reunions familiars eren freqüents i plenes de vida. Remarca la importància que aquestes converses familiars han tingut per traslladar informacions i com han influït en les seves habilitats d'escolta. Torrez assenyala que la narració de relats pot ser una eina eficaç per a la implicació comunitària.

L'art d'explicar històries té la capacitat de captivar l'audiència i transmetre informació de manera impactant. Les històries ofereixen una forma única de relacionar-se amb el públic, ens connecten amb els nostres sentiments i creen un vincle emocional. Un exemple destacat d'aquesta estratègia són els anuncis de la Loteria de Nadal, que des de fa anys utilitza amb èxit l'*storytelling* per interpel·lar i connectar amb els espectadors a través de les històries i de les emocions. L'anunci¹⁰ del 2021, que destaca les relacions de veïnatge i la generositat a través de la història de persones que regalen, de manera anònima, dècims als seus veïns, és un testimoni clar del poder de l'*storytelling*. Segons Salmon (2008), estem immersos en l'era

¹⁰ Loterías y Apuestas del Estado, anunci de la loteria de Nadal (2021) www.youtube.com/watch?v=ZcWQ3PdLi4

del relat, i l'*storytelling* emergeix com una eina poderosa a nivell global, ja que és universal i transcultural.

Com a éssers humans innovem per necessitat i aquesta necessitat també impulsa l'evolució de la informació. *“Quan un missatge no assoleix el seu objectiu, quan una determinada forma narrativa ja no funciona, com passa quan parlem amb algú i no ens respon, busquem una forma alternativa de dir-ho; potser una estructura diferent; potser un to diferent; potser farem servir nou vocabulari, extret de la quotidianitat dialogal...”* així ho destaquen Catalina Gayà i David Vidal (2021).

Diversos autors subratllen que les noves narratives es caracteritzen per elements com la hipertextualitat, la multimedialitat, la interactivitat, la simultaneïtat i la gamificació. Aquestes característiques, es manifesten en formes innovadores de transmetre informació. Seguint el que expliquen Catalina Gayà i David Vidal (2021) podem exemplificar les noves narratives en:

El webdoc, que és una convergència de narrativa multimèdia en formats que aborden des de perspectives diverses, un tema sobre el que es fa un reportatge.

El newsgame, que exemplifica la tendència a incorporar elements gamificats a la narrativa periodística. Es tracta d'un format interactiu que utilitza el joc per a narrar fets d'una forma lúdica i experiencial i, en la mesura del possible, també immersiva i participativa.

El podcast, que és una forma de contingut multimèdia que consta de diversos episodis disponibles en arxius d'àudio que una persona pot descarregar i escoltar quan vulgui mitjançant dispositius mòbils. A diferència de la comunicació de masses, que el consum respon a la recepció automàtica, jeràrquica i repetitiva, el consum de *podcast* es caracteritza per un interès més personalitzat en el marc de la comunicació de xarxes.

Aquestes noves formes de transmetre informació tenen en comú la fragmentació de la realitat informativa, la presentació de diferents perspectives, l'ús d'una veu narrativa pròpia, la recopilació de diversos nivells de detall, l'atomització de discursos i la construcció d'una trama amb tensió i clímax. En tots els casos podem parlar de mitjans disruptius, que han desenvolupat els seus propis models per adaptar-se a la manera com el públic consumeix i interactua amb la informació.

*Snow fall, the Avalanche at Tunnel Creek*¹¹, del *The New York Times*, exemplifica aquesta nova forma de transmetre informació. És un referent, un model que s'ha destacat en moltes ocasions, un cas que s'ha estudiat, copiat i revisat moltíssimes vegades. No obstant això, avui continua sent un exemple del que les noves formes narratives poden aportar. Ens mostra com es pot comunicar de manera visual i en profunditat un tema des de diverses perspectives. El projecte combina arxius d'àudio, de vídeo, gràfics animats i text, i ens apropa a una experiència que transcendeix la lectura convencional i que ens connecta amb la part emocional.

El cas del projecte Stanford 2025¹², que ja s'ha assenyalat en l'apartat anterior com un bon exemple en la transmissió d'informació en l'àmbit universitari, destaca també per l'ús de l'*storytelling* i de les noves narratives, que tenen un paper crucial en la transmissió d'aquest projecte. A través de les històries i del relat embolcallador es presenten escenaris futurs, s'aconsegueix captar l'atenció i generar interès en el públic. A més, aquest enfocament pot generar un impacte significatiu en la construcció de pertinença. L'*storytelling* ajuda a construir la identitat i la cultura de la comunitat a l'entorn del projecte, a través de les creences, els valors i els objectius compartits de la comunitat universitària. Els relats ajuden també a humanitzar, connectant l'audiència amb les seves pròpies històries i experiències. L'ús d'arxius d'àudio, de vídeo, fotografies, text, gràfics i animació situa el projecte, com en el cas d'*Snow fall*, en una experiència que estimula la participació de l'audiència. A més, com a iniciativa innovadora, visualment atractiva i interactiva, el projecte té la capacitat de travessar les fronteres de la seva pròpia comunitat i arribar a un públic molt més ampli. Aquest fenomen demostra com l'ús de les noves narratives pot convertir un projecte en una experiència comunicativa exitosa.

Els casos anteriors evidencien que, a més de les característiques assenyalades, aquestes noves formes narratives fomenten una certa interacció del públic. La ciutadania ja no és passiva, sinó que juga un paper actiu en la construcció de la informació, creant les seves pròpies narracions i convertint-se, en certa manera, en corresponsable de com consumeix i construeix la història. Fernando Irigay i Eva Domínguez destaquen la importància de la participació del públic. Segons Irigay (2015) “(e)l *transmedia storytelling* necesita que los actores participantes estén dispuestos a interactuar y formar parte de la trama. Que tengan un pleno compromiso con la narración: ser “ciudadanos” que habiten y recorran las historias que no solo se desarrollan en escenarios virtuales, sino en el territorio real.” Com diu Eva

¹¹ *Snow Fall, The Avalanche at Tunnel Creek*, John Branch, The New York Times www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek

¹² www.stanford2025.com/2100

Domínguez (2013) *“(e)l receptor (...) puede convertir una historia periodística tradicional en transmedia p.ej. al compartirla en redes sociales o al completar la información con imágenes o vídeos propios.”*

Aquestes noves narratives tenen un impacte transversal en tots els àmbits de la comunicació. Com destaca Scolari (2013) *“casi no quedan actores de la comunicación que no estén pensando su producción en términos transmediáticos, desde la ficción hasta el documental, pasando por el periodismo, la publicidad y la comunicación política.”*

Cal tenir present que ens trobem davant d'un consumidor nadiu digital, que en paraules de García, Portillo et al. (2007) *“(...) enfocan su trabajo, el aprendizaje y los juegos de nuevas formas: absorben rápidamente la información multimedia de imágenes y vídeos, igual o mejor que si fuera texto; consumen datos simultáneamente de múltiples fuentes; esperan respuestas instantáneas; permanecen comunicados permanentemente y crean también sus propios contenidos.”*

Les noves narratives tenen un impacte significatiu en diferents àmbits de la comunicació, incloent-hi l'àmbit universitari. Parlem d'una nova forma narrativa que té cert impacte emocional i que es desenvolupa en un món narratiu amb diferents mitjans i llenguatges, i d'aquesta manera el relat s'expandeix, com afirma Carlos Scolari (2013).

És indubtable que estem davant d'un nou paradigma, la societat interactua i s'informa de manera diferent, amb nous mitjans i nous dispositius. És necessari que la comunicació universitària no es quedi al marge d'aquest canvi i s'adapti a aquest nou context de participació activa de l'audiència, que expliqui històries que captivin el públic i faci ús de mitjans diversos.

6. Context de les institucions universitàries i els seus mitjans informatius

En l'era digital actual, l'evolució de la comunicació a les institucions acadèmiques ha experimentat canvis significatius. Les universitats han adoptat noves estratègies per connectar amb les seves audiències. A través de l'anàlisi de *The Harvard Gazette*, *Conecta del Tecnológico de Monterrey* i *360upf* aquest treball aprofundeix en l'ús que es fa de les noves narratives en aquests mitjans, amb una atenció especial a la interactivitat, el contingut multimèdia, la narració hipertextual, les dades, els gràfics i la infografia així com la seva presència a les xarxes socials.

Per abordar l'anàlisi de *The Harvard Gazette*, *Conecta* i *360upf*, en primer lloc, es posen en context les institucions a les quals pertanyen, les funcions que desenvolupen com a mitjans de comunicació i a qui van adreçades. Aquesta breu contextualització permet, a mode de fotografia, tenir una visió global i les dades més rellevants de cada una d'aquestes institucions.

6.1. *The Harvard Gazette* i la Harvard University

The Harvard Gazette constitueix una de les fonts d'informació oficial de la Universitat de Harvard. Qualsevol mitjà de comunicació té una relació intrínseca amb el caràcter de la institució que representa, conèixer la història i el context actual de la universitat faciliten la comprensió del mitjà.

Context històric de la Harvard University:

El 8 de setembre de 1636 es funda a Cambridge, Massachusetts, la Harvard University, la primera universitat de les colònies americanes. Aquesta creació va ser oficialitzada per votació del Gran Tribunal General de la colònia de la Badia de Massachusetts. La dotació inicial de Harvard va provenir de John Harvard, qui va donar 400 llibres i la meitat del seu patrimoni. El 1721, Thomas Hollis va instaurar la pràctica actual d'assignar donacions amb finalitats específiques, com la seva contribució per a la creació d'una càtedra de Divinitat. (Harvard University)

Context actual de la Harvard University:

Harvard és avui una institució de referència, amb prestigi contrastat i reconeixement internacional. Algunes dades rellevants¹³:

- ❖ Estudiantat: 25.266
- ❖ Personal: 19.639
- ❖ Alumni: +400.000
- ❖ Campus: 3
- ❖ Tipus d'institució: privada

¹³ Font: Harvard, novembre de 2023

The Harvard Gazette:

The Harvard Gazette “is the official news website for Harvard University. It covers campus life and times, University issues and policies, innovations in science, teaching, and learning, and broader national and global concerns. It also helps to distribute stories from University affiliates” així es presenta la *Harvard Gazette* (Harvard University). La seva cobertura extensa de notícies de l'àmbit universitari i de notícies d'impacte més ampli amb rellevància per a ser tractades en un butlletí d'àmbit universitari fa que la seva audiència sigui molt diversa en termes d'interessos i de perfil.

6.2. Conecta i el Tecnológico de Monterrey

Conecta és el butlletí d'informació oficial del Tecnológico de Monterrey que destaca per la seva capacitat de proporcionar una cobertura àmplia de les notícies tant de l'àmbit universitari com de temes d'impacte més general. En aquest sentit, la seva audiència no només és la comunitat universitària, sinó que abasta una diversitat notable de perfils i d'àmbits d'interès.

Context històric del Tecnológico de Monterrey:

L'origen del Tecnológico de Monterrey es remunta a l'any 1943, impulsat per la visió d'Eugenio Garza Sada i un grup d'empresaris que constitueixen una associació civil denominada Enseñanza e Investigación Superior, A. C.

Context actual del Tecnológico de Monterrey:

Aquesta institució, coneguda avui com a Tec, és de caràcter privat, sense ànim de lucre i independent de les influències polítiques i religioses, segons es declara a la seva pàgina web oficial. Amb més de 80 anys d'història, el Tec s'ha consolidat com una institució de referència amb prestigi contrastat i reconeixement global. Algunes dades rellevants¹⁴:

- ❖ Estudiantat: + 90.000
- ❖ Personal: 11.468¹⁵
- ❖ Alumni: +350.000
- ❖ Campus: 26

¹⁴ Font: Tecnológico de Monterrey, novembre de 2023

¹⁵ Aquestes dades només inclouen el professorat. No s'han trobat dades de personal tècnic i d'administració en les xifres del Tecnológico de Monterrey.

- ❖ Tipus d'institució: privada

Conecta:

“Somos el sitio oficial de noticias del Tec de Monterrey. Te traemos las historias más relevantes de la comunidad Tec en el mundo y contenido de utilidad para tu vida con voces expertas.” així es presenta *Conecta*. La cobertura exhaustiva de notícies diferents, tant de l'àmbit universitari com d'impacte més ampli, proporciona un contingut extens i rellevant. *Conecta* es converteix en un pont comunicatiu entre el Tecnológico de Monterrey i la seva audiència, establint una plataforma informativa que destaca no només per la seva varietat temàtica, sinó també per la seva capacitat de connectar amb una àmplia gamma de públics amb interessos diversos.

6.3. 360upf i la Universitat Pompeu Fabra

La Universitat Pompeu Fabra (UPF) publica dues vegades l'any la revista digital *360upf* amb la qual, a través de reportatges de més o menys extensió, informa de temes relatius a l'àmbit de la universitat amb interès per a tota la comunitat universitària.

Context històric de la Universitat Pompeu Fabra:

El 18 de juny de 1990, el Parlament de Catalunya dóna llum verda a la creació d'una nova universitat pública a Catalunya, la Universitat Pompeu Fabra. Des dels seus inicis, aquesta institució acadèmica s'ha proposat dos grans objectius: formar professionals i ciutadans responsables i compromesos amb els valors del civisme i contribuir al desenvolupament de la recerca (Universitat Pompeu Fabra).

Context actual de la Universitat Pompeu Fabra:

Amb el propòsit de promoure la qualitat acadèmica i de contribuir al desenvolupament del país, la UPF s'ha anat desplegant al llarg d'aquests anys i ha configurat un model d'universitat urbana estretament vinculada a la ciutat de Barcelona. La seva dimensió "petita" ha estat i n'és avui encara un tret distintiu (Universitat Pompeu Fabra), com ho demostren les xifres¹⁶:

- ❖ Estudiantat: 13.005
- ❖ Personal: 2.752
- ❖ Alumni: +22.000

¹⁶ Font: UPF, novembre de 2023

- ❖ Campus: 3
- ❖ Tipus d'institució: pública

360upf.

La revista *360upf* és una de les fonts d'informació oficial de la Universitat Pompeu Fabra que es publica semestralment. Aquesta revista no representa el mateix ni té els mateixos objectius que *The Harvard Gazette* o *Conecta*, que són mitjans que emeten diàriament notícies. En aquest cas, Focus UPF és el portal web on es publica el contingut informatiu de manera diària i regular. *360upf* abasta informació més àmplia i de durada més estable sobre aspectes rellevants de la Universitat.

Des del 2017, aquesta revista abraça completament el format digital i deixa enrere el format paper que tenien les diverses publicacions que havien existit anteriorment i que precedeixen la missió informativa de *360upf*. “*El perquè de la (nova) revista*”, en aquest model i format, s'explica en el primer número:

1. *Perquè el format multimèdia ens permet enriquir els continguts amb vídeos, arxius d'àudio, galeries fotogràfiques o elements interactius, entre d'altres.*
2. *Perquè abandonar el format paper ajuda a reduir la petjada ecològica de la Universitat associada als costos de producció i distribució, i contribueix, per tant, a la sostenibilitat ambiental.*
3. *Perquè fer la revista en línia elimina fronteres i permet fer-ne una distribució personalitzada, de manera que resulta més fàcil arribar a més persones d'arreu, i fer-ho atenent els interessos de cada lector.*
4. *Perquè les noves dinàmiques de consum de continguts, especialment entre els més joves, demostren que la gent s'informa cada vegada més a través de mitjans únicament digitals. La UPF s'acosta més, d'aquesta manera, als seus públics.”*

Fins al novembre de 2023, se n'han publicat 12 números i ha obtingut reconeixements significatius. Ha guanyat un premi Innovació en Comunicació 2018 del Col·legi de Periodistes de Catalunya, el segon premi EUPRIO de l'Associació Europea de Professionals de la Comunicació en Educació Superior el 2019 i s'ha convertit en un dels referents informatius de la UPF.

7. Imatge, estructura i ús de les noves narratives i de les xarxes socials

7.1. *The Harvard Gazette*

Cada institució es distingeix per la seva pròpia identitat visual i estil narratiu. *The Harvard Gazette* reflecteix la tradició, la història i el prestigi de Harvard, però, alhora, demostra la voluntat d'innovar a través de la presentació de contingut.

7.1.1. La imatge

The Harvard Gazette imprimeix a la seva imatge una fusió entre tradició i innovació, on la formalitat i la claredat són claus. En la presentació diària de les notícies es destaca una història principal, encapçalada per una imatge gran, acompanyada de la temàtica a la qual pertany i d'un text rellevant a mode de resum o de crida. Més avall, hi ha d'altres notícies amb imatges i text de mida més reduïda. La disposició de l'agenda més destacada, a la part esquerra de la pàgina, facilita una visió immediata dels esdeveniments claus del dia (figura 3).

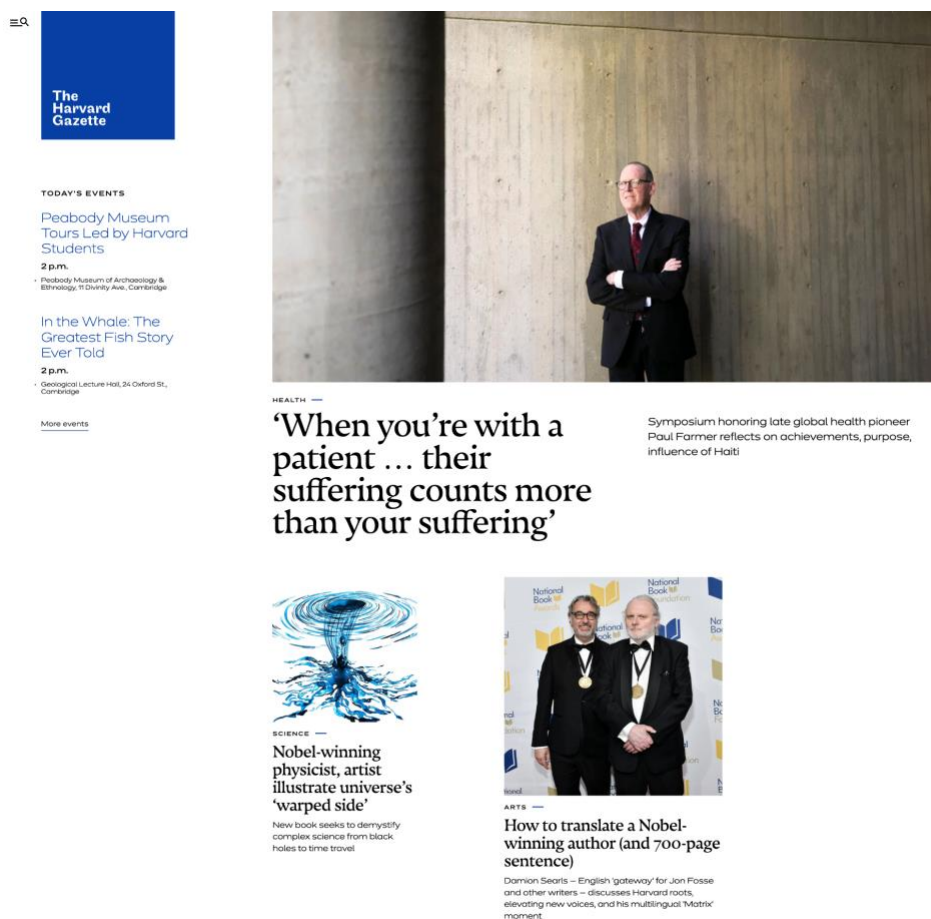


Figura 3
Imatge: *The Harvard Gazette*, Harvard University

L'exploració de la imatge de *The Harvard Gazette* revela la importància de mantenir una estètica clàssica i formal que ressoni amb la tradició acadèmica de la universitat.

7.1.2. L'estructura

L'estructura dels articles, l'ús d'imatges, i la manera com integra les noves narratives són elements crucials que s'avaluen en aquesta recerca.

A la part inferior de la pàgina, hi ha dues pestanyes que enriqueixen més l'experiència de l'usuari. La primera, amb una disposició ordenada, inclou una llista de les darreres notícies categoritzades per tema, facilitant l'accés estructurat a la informació més recent. En paral·lel, la segona pestanya destaca les notícies “*trending*” del moment mitjançant una llista dinàmica que, a més, incorpora imatges que emergeixen quan l'usuari passa el cursor per sobre (figura 4).

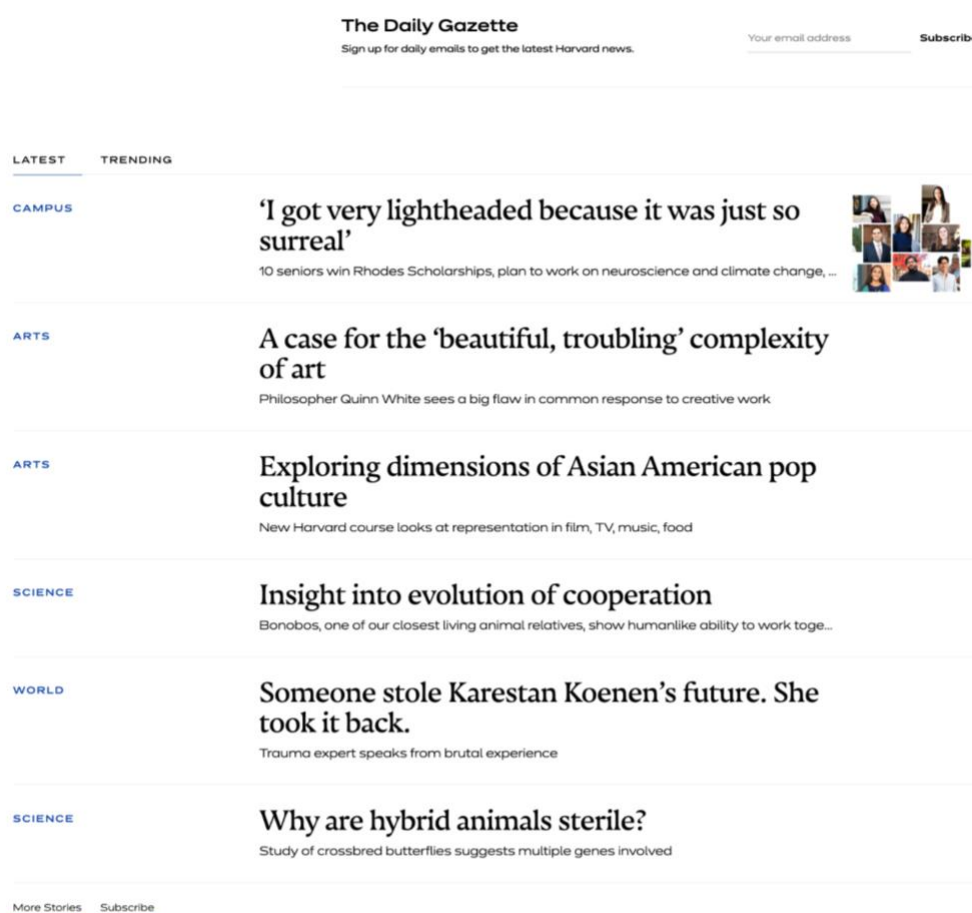


Figura 4
Imatge: *The Harvard Gazette*, Harvard University

Aquesta disposició de les pestanyes a la part inferior de la pàgina no només ofereix una navegació intuïtiva, sinó que també subratlla la voluntat de *The Harvard Gazette* d'adaptar-se a les tendències actuals d'interactivitat i de immediatesa en la presentació de contingut.

A mesura que l'usuari fa *scroll*, apareixen noves notícies agrupades per temàtica, cada una d'elles acompanyada d'una imatge que enriqueix visualment la presentació i la informació. Les notícies amb imatges de mida més gran destaquen especialment. És molt interessant la subtilesa amb la que es revelen, al final de la pantalla, part d'algunes notícies per captivar l'atenció, fomentant així la curiositat i convidant a explorar més a fons aquest contingut (figura 5).

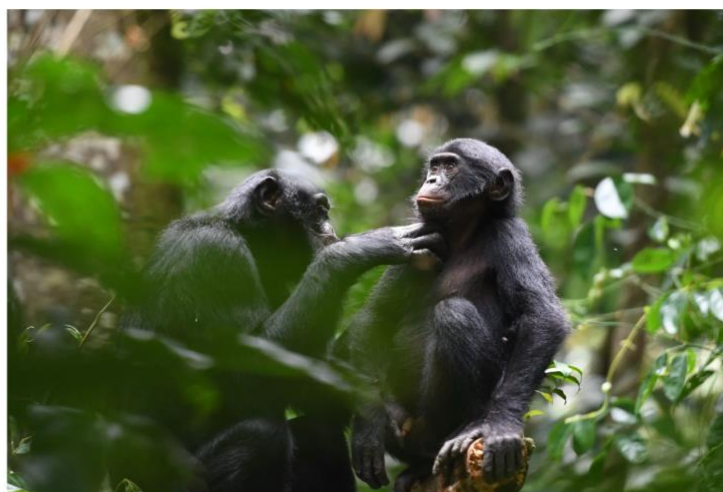
☰ Science & Technology



Why are hybrid animals sterile?
Study of crossbred butterflies suggests multiple genes involved



From a plant-free place, clues about how to help plants survive as planet warms
Data from soil flats suggest dry soil is worse than rising temperature



Insight into evolution of cooperation
Bonobos, one of our closest living animal relatives, show humanlike ability to work together outside social borders in new study

— National & World Affairs



Figura 5

Imatge: *The Harvard Gazette*, Harvard University

Aquest disseny deliberat, que integra imatges per crear un impacte visual, juntament amb la tècnica de revelar parcialment les imatges al final de la pàgina, no només atrau l'atenció, sinó que també incentiva l'usuari a aprofundir en la descoberta de continguts més detallats.

Amb aquesta estructura ben dissenyada i la seva àmplia cobertura temàtica, *The Harvard Gazette* es presenta com una font d'informació visualment atractiva i accessible per a una audiència molt diversa.

La cerca de notícies es facilita mitjançant temàtiques específiques que inclouen:

- Arts i Humanitats
- Economia i Empresa
- Campus i Comunitat
- Graduació 2023
- Covid-19
- Esdeveniments
- Salut i Medicina
- Assumptes nacionals i mundials
- Notícies i anuncis
- Fotografia
- A la cerca de la justícia racial¹⁷
- Ciència i Tecnologia

En quant al contingut, les notícies es distingeixen per la seva brevetat i concisió, no trobem grans reportatges. La majoria segueix una estructura que combina text i imatges, només algunes inclouen elements multimèdia. Tot i així, s'aprecia un fort component interactiu, amb enllaços que permeten aprofundir en la informació. Són particularment rellevants les notícies que ofereixen al lector l'oportunitat d'explorar els temes amb més detall i aprofundiment, i obtenir una visió més completa del tema tractat a través de diferents elements i històries. Sobre aquest aspecte, se'n parla més detalladament als apartats dedicats específicament a la interactivitat i a la hipertextualitat.

7.1.3. Les noves narratives

Com s'ha detallat a l'apartat de metodologia, l'anàlisi de les 30 notícies més recents de les categories analitzades s'ha fet tenint en compte si incorporen elements multimèdia, si són transmèdia o si presenten elements rellevants vinculats a l'storytelling. D'aquesta manera, es proporciona una perspectiva del nombre de notícies amb aquest tipus de component, de les categories que destaquen en aquest aspecte i el seu impacte a les xarxes socials.

Els resultats revelen que, de les 210 notícies analitzades, la majoria mantenen un format predominantment textual. Entre aquestes, se n'han recollit 88 (Annex 1) perquè destaquen per incorporar elements multimèdia, 86 de les quals tenen fotografies, amb només dues excepcions que corresponen a obituaris. Del total de les 88 recollides, el 51% compta només amb una fotografia, la de capçalera, mentre que el 49% inclou múltiples fotografies. Només 2

¹⁷ Des de Harvard defineixen aquest àmbit com reportatges amb informació generada a la institució sobre el moviment contra el racisme sistemàtic als EEUU.

notícies incorporen il·lustracions i són també 2 les que contenen fotografies amb animació. Destaquen 3 notícies que contenen moltes més fotografies que la resta, gairebé com un relat fotogràfic.

Pel que fa a d'altres elements multimèdia, només 4 notícies inclouen arxius d'àudio. D'aquestes, tres pertanyen a la categoria d'Arts i Humanitats i una a Campus i Comunitat.

Destaca en aquest aspecte la notícia sobre Jerome Ellis, que *The Harvard Gazette* titula "In stutter, artist finds voice"¹⁸. Es narra la història d'aquest artista tartamut que descobreix en el seu tartamudeig una forma de connectar amb el passat i de desafiar les normes del llenguatge. Aquesta notícia recull històries personals de l'artista, que tenen aquesta capacitat emocional de connectar i també presenta arxius d'àudio amb la música i la veu de Jerome Ellis. S'hi inclouen citacions que ressalten les seves experiències personals i que posen de relleu els seus sentiments de quan era un nen "*I found my stutter much easier to manage when I was talking to a dog, as opposed to a human, I didn't have all these anxieties about being judged or being interrupted or being excluded. That felt very safe for me.*" També es fa un tuit¹⁹ a la xarxa X (abans coneguda com a Twitter) del compte de la Harvard University amb un fotografia del músic i unes paraules personals que remetien al seu tartamudeig (figura 6). D'aquesta manera, la notícia s'expandeix per diferents mitjans i té la capacitat d'arribar a audiències diferents de maneres diverses.

Són també poques les notícies que integren arxius de vídeo, en concret 11 notícies, amb diversitat de presència entre els diferents àmbits, destacant les 4 de la categoria *Notícies i Anuncis* i les 3 de *Campus i Comunitat*. Només un d'aquests vídeos és incrustat de la xarxa social X.

Pel que fa a la infografia, només 8 notícies n'incorporen i d'aquestes, només una és interactiva i permet obtenir més informació en passar el cursor per sobre. En relació amb els gràfics, 11 notícies n'inclouen, però només tres són interactius.

És rellevant destacar que només una notícia²⁰ inclou més d'un element multimèdia a més de les fotografies, en concret un arxiu d'àudio i una infografia.

¹⁸ <https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/10/in-stutter-artist-jerome-ellis-finds-his-voice/>

¹⁹ <https://twitter.com/Harvard/status/1711480656725701020?s=20>

²⁰ So what exactly makes Taylor Swift so great? <https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/08/so-what-exactly-makes-taylor-swift-so-great/>



Figura 6
 Imatge: Compte X de Harvard University

The Harvard Gazette destaca per la seva identitat visual i estil narratiu en el que fusiona tradició i innovació. A més, demostra la seva adaptació a les tendències actuals, amb un estil de notícies curt, que incorpora imatges, amb gran atenció a la interactivitat i la incorporació d'alguns elements multimèdia.

7.1.4. Les xarxes socials

En aquesta recerca s'ha analitzat també la presència de les notícies de *The Harvard Gazette* a les xarxes socials²¹. La cerca a les xarxes no ha estat una tasca senzilla i, segurament, la dificultat s'ha incrementat pel fet de realitzar-la en una data posterior, en alguns casos diversos mesos després de la publicació de les notícies. A més, cal tenir en compte que les xarxes socials examinades corresponen a la universitat en general i no són específiques per a la informació emesa per *The Harvard Gazette*.

En aquest context, s'han trobat un nombre limitat de les notícies analitzades publicades a les xarxes socials de la universitat. Concretament, s'han identificat 12 publicacions a *LinkedIn*, 8

²¹ A aquest efecte, s'han examinat els comptes oficials de la Harvard University a les plataformes [LinkedIn](#), [X](#) i [Instagram](#). *The Harvard Gazette* no disposa de comptes específics en aquestes xarxes socials i s'ha considerat rellevant analitzar els comptes oficials que són els que consten enllaçats des de la web de *The Harvard Gazette*, per bé que també existeix un compte de *Harvard News*, que es defineix com el compte oficial de Harvard Public Affairs & Communications, però no exclusivament de *The Harvard Gazette*.

a X i 10 a Instagram. Aquestes xifres indiquen una presència relativa a les xarxes socials, tot i que la seva significació i impacte podrien variar en funció de diversos factors, com ara la naturalesa del contingut, les estratègies de difusió de determinats continguts o la resposta de l'audiència.

7.2. Conecta

Conecta del Tecnológico de Monterrey s'enfronta al repte d'incorporar una imatge moderna i internacional per reflectir aquesta vocació global de la institució sense perdre de vista la seva identitat i singularitat. En aquest sentit, destaca per la seva adaptabilitat a les noves formes de comunicar i la incorporació de les noves tendències narratives per destacar en l'entorn digital.

7.2.1. La imatge

Conecta presenta una imatge i una estructura molt diferents de *The Harvard Gazette*. Mentre la de la universitat de Harvard és blanca, amb molts espais buits, la presentació de *Conecta* és pràcticament oposada. La interfície presenta un fons negre amb grans fotografies en color i lletres blanques, sense pràcticament espais en blanc. La part de dalt està encapçalada per un menú horitzontal en el qual hi ha: Categories, Vídeos, Campus, Escoles, Especials i Esdeveniments. La notícia destacada està encapçalada per la categoria a la qual pertany, per una gran imatge i pel títol (figura 7).

7.2.2. L'estructura

L'estructura es defineix per diferents elements distribuïts en el menú horitzontal. Gran part de la pantalla està ocupada per la notícia destacada. Més avall, l'espai es divideix en tres columnes de mides diferents. La primera a l'esquerra, la més ampla, recull les notícies sota el títol "Destacados". La segona les notícies sota l'epígraf "Populares" i la tercera i més estreta diferents elements "Especiales", "Lo más nuevo", "Videos", "Eventos" i enllaços a les xarxes socials, entre d'altres (figura 8). Quan l'usuari fa *scroll*, apareixen més notícies agrupades en aquestes tres columnes, amb la identificació de la temàtica, la data i el títol.

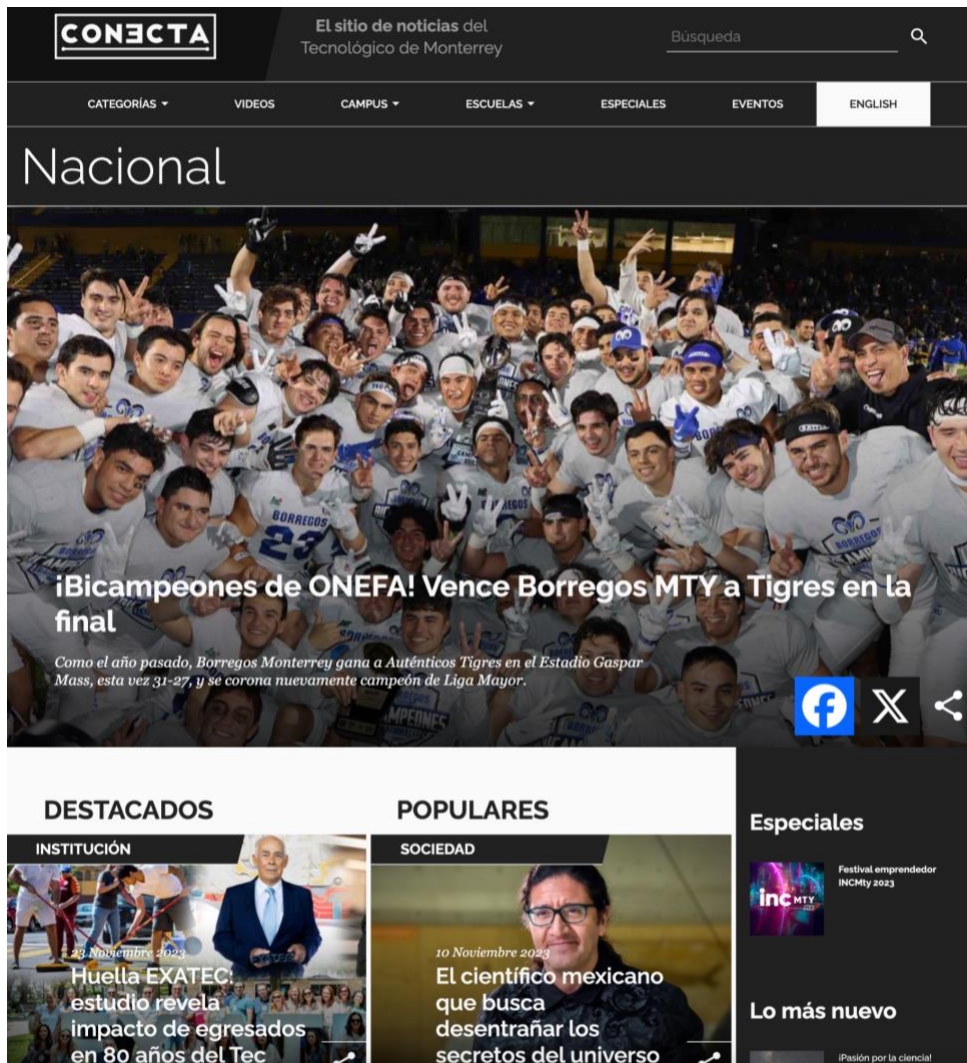


Figura 7
 Imatge: Conecta, Tecnológico de Monterrey

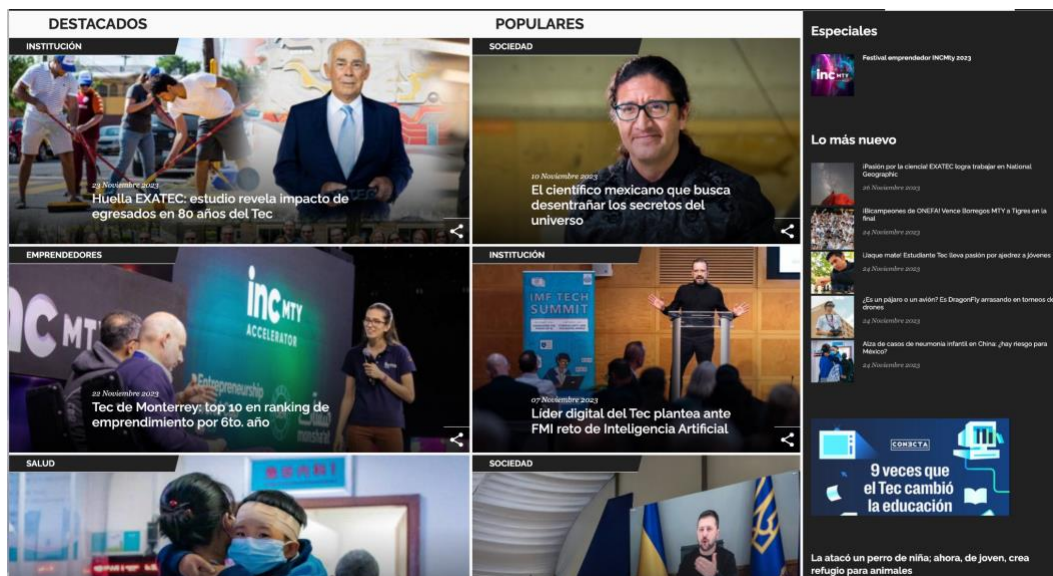


Figura 8
 Imatge: Conecta, Tecnológico de Monterrey

La cerca de notícies es facilita mitjançant temàtiques específiques que inclouen:

- Art i Cultura
- Esports
- Educació
- Emprenedoria
- Institució
- Salut
- Societat
- Sostenibilitat

Quant al contingut, les notícies es caracteritzen per la seva brevetat, hi ha algunes fotogaleries amb molt poc text i alguns reportatges més extensos que es troben a l'epígraf "Especiales" i que, en general, recullen un seguit de notícies ja publicades anteriorment que mantenen, totes elles, una relació temàtica.

La majoria de les notícies comparteixen una estructura que combina text i imatges i un 38% inclouen publicacions de les xarxes socials fetes pels protagonistes de les notícies o bé per persones que reaccionen al tema tractat.

Conecta integra, com també ho fa *The Harvard Gazette*, el component interactiu, amb enllaços a d'altres notícies o referents que permeten aprofundir en la informació. D'aquesta manera es destaca la voluntat de proporcionar als lectors una visió més completa del tema tractat, a través de diverses perspectives, d'elements multimèdia i d'històries vinculades. Aquest enfocament interactiu i hipertextual, s'aprofundeix en els apartats dedicats específicament a aquest aspecte.

7.2.3. Les noves narratives

Com s'ha detallat a l'apartat metodologia, s'han analitzat les 30 notícies més recents²² de cada una de les 8 categories²³ en les que classifica les notícies *Conecta* i s'han assenyalat aquelles que destaquen perquè contenen elements multimèdia, són transmèdia o contenen elements rellevants relacionats amb l'*storytelling* (Annex 1).

A partir d'aquestes dades, s'obté una visió de la presència d'aquests elements a les notícies de *Conecta* i s'identifiquen aquelles categories que destaquen en aquest aspecte. A més,

²² Fins al 26 de novembre de 2023

²³ De la categoria "Societat" s'han analitzat 18 notícies que és el nombre màxim que s'han trobat en els anys 2023 i 2022.

s'avalua l'impacte que tenen a les xarxes socials i la preferència d'ús de les noves narratives en uns determinats àmbits en comparació amb d'altres.

Els resultats d'aquesta anàlisi revelen que, de les 228 notícies examinades, totes contenen text i fotografies. Destaquen algunes que presenten una estructura de fotogaleria amb molt poc text i gran quantitat d'imatges. Un aspecte distintiu de *Conecta*, en comparació amb *The Harvard Gazette* i *360upf*, és la presència d'un nombre elevat de notícies amb fotografies i publicacions de *Facebook* (16) i d'*Instagram* (43).

Pel que fa a d'altres elements multimèdia, a diferència de *The Harvard Gazette*, no hi ha cap notícia que contingui arxius d'àudio. En canvi, 37 notícies contenen arxius de vídeo. La presència d'infografies és poc freqüent, només 6 notícies les incorporen, i cap d'elles és interactiva. És encara menys rellevant la presència de gràfics, només presents a 4 notícies, dels quals cap és interactiu.

7.2.4. Les xarxes socials

En el marc d'aquesta recerca, s'ha analitzat la presència de les notícies de *Conecta* a les diverses xarxes socials. En aquest cas, s'han examinat els comptes de LinkedIn²⁴, X²⁵ i Instagram²⁶ de *Conecta*. A diferència de *The Harvard Gazette*, el Tec disposa de comptes propis del mitjà de comunicació oficial de la universitat, *Conecta*, a les diferents xarxes socials, fet que facilita una aproximació més directa a la difusió de contingut. La cerca a les xarxes no ha estat senzilla, especialment considerant que s'ha dut a terme amb posterioritat, en alguns casos amb mesos de diferència, respecte de la data de publicació de les notícies. Aquesta complexitat ha influït en la recopilació de dades i en l'avaluació de l'impacte social.

Un aspecte que destaca considerablement en les notícies de *Conecta* és que 86 (38%) d'aquestes contenen incrustades alguna publicació de les xarxes socials, en forma de fotografies o vídeos. Aquesta pràctica implica la incorporació de contingut provinent dels perfils dels protagonistes o entitats referenciades a les notícies, així com de les reaccions del públic a la informació. Aquest enfocament reflecteix una estratègia més dinàmica i interactiva, que pot generar una connexió més directa amb els lectors, en contrast amb altres mitjans d'informació universitaris.

²⁴ www.linkedin.com/school/harvard-university/?originalSubdomain=es

²⁵ <https://twitter.com/Harvard?s=20>

²⁶ www.instagram.com/harvard

Conecta presenta una perspectiva més àgil i àmplia en la seva estratègia d'interactivitat. A més dels comentaris, aquest mitjà fomenta la participació a través de xarxes socials, on els lectors poden compartir i comentar continguts directament des de les plataformes com *Facebook*, *X* o *Instagram*. Aquesta integració amb xarxes socials amplifica la presència i interacció de *Conecta*, atès que aprofita les funcionalitats específiques de cada plataforma. La possibilitat de veure com altres usuaris interactuen amb el contingut pot crear una sensació de comunitat i compromís continuat.

El que ha estat més complicat, com en el cas de *The Gazette*, és trobar enllaços a les pròpies notícies a les xarxes socials de *Conecta*. S'han trobat 14 vegades publicades a *Linkedin*, 17 a *X* i 8 a *Instagram*. En aquest darrer cas, algunes notícies tenen molts posts a *Instagram*, com els 31 que es fan ressò de la *Feria del Libro de Monterrey* i que també acumula *stories* que s'han guardat en el destacat FILMTY23. (Figures 9 i 10)

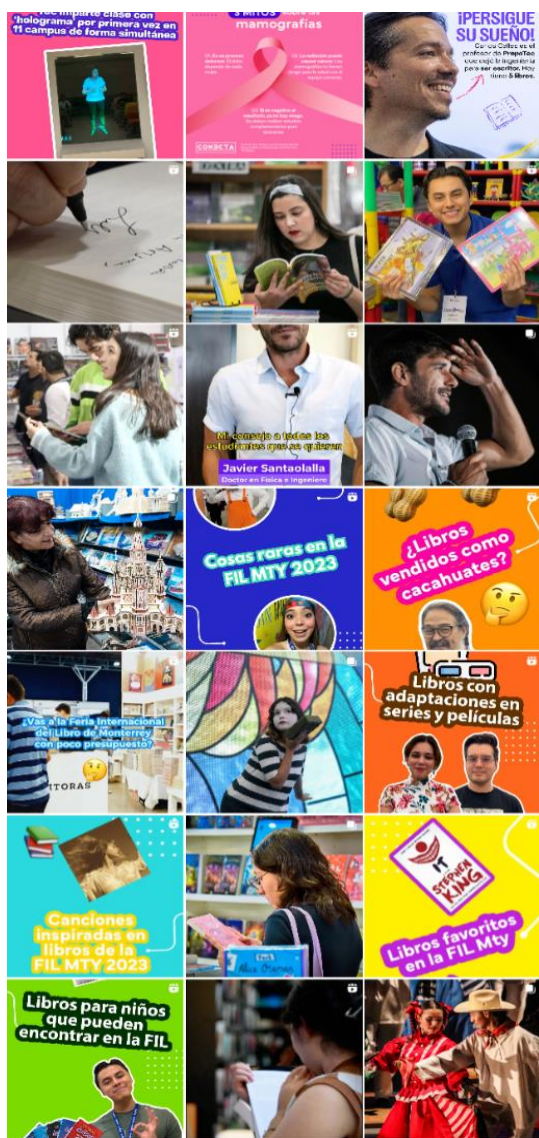


Figura 9
Imatge: *Conecta*, Tecnológico de Monterrey

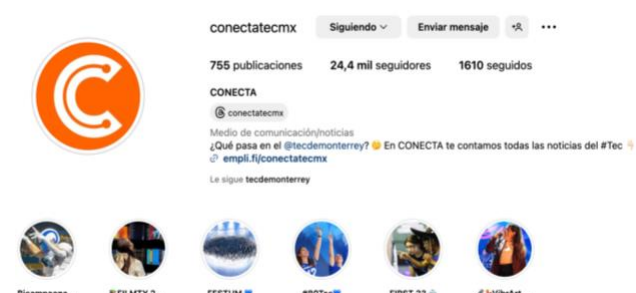


Figura 10
Imatge: *Conecta*, Tecnológico de Monterrey

7.3. 360upf

A més de constatar que cada institució té la seva pròpia identitat visual i estil narratiu, també trobem que cada mitjà té un estil i un model diferent. La revista *360upf* reflecteix aquest esperit innovador que representa la UPF, sense complexes, apropant-se a les tendències del món de la comunicació, amb una aproximació a elements avantguardistes.

Aquesta revista, que es publica dues vegades l'any, busca apropar les notícies rellevants que es produeixen en l'entorn de la comunitat universitària. A través d'una cobertura exhaustiva, s'informa a la pròpia comunitat i també a aquelles persones de fora de comunitat que hi estiguin interessades. Els reportatges són molt pensats i elaborats estratègicament per tenir una certa durada. Es potencia la visualitat i els elements multimèdia, així com certa interactivitat del lector a l'hora de construir el seu propi recorregut pel contingut. Sobre aquest aspecte, se'n parla més detalladament als apartats dedicats específicament a la interactivitat i a la hipertextualitat.

7.3.1. La imatge

La imatge de *360upf* capta l'atenció amb una presentació a pantalla completa que incorpora un disseny vibrant i animat, amb titulars grans, fotografies i vídeos. A la portada apareixen dues caixetes que serveixen com a portes d'entrada a la Presentació i al Sumari. A més, els lectors poden explorar les notícies fent *scroll*, amb la posició actual indicada a la banda dreta de la pantalla (figura 11).

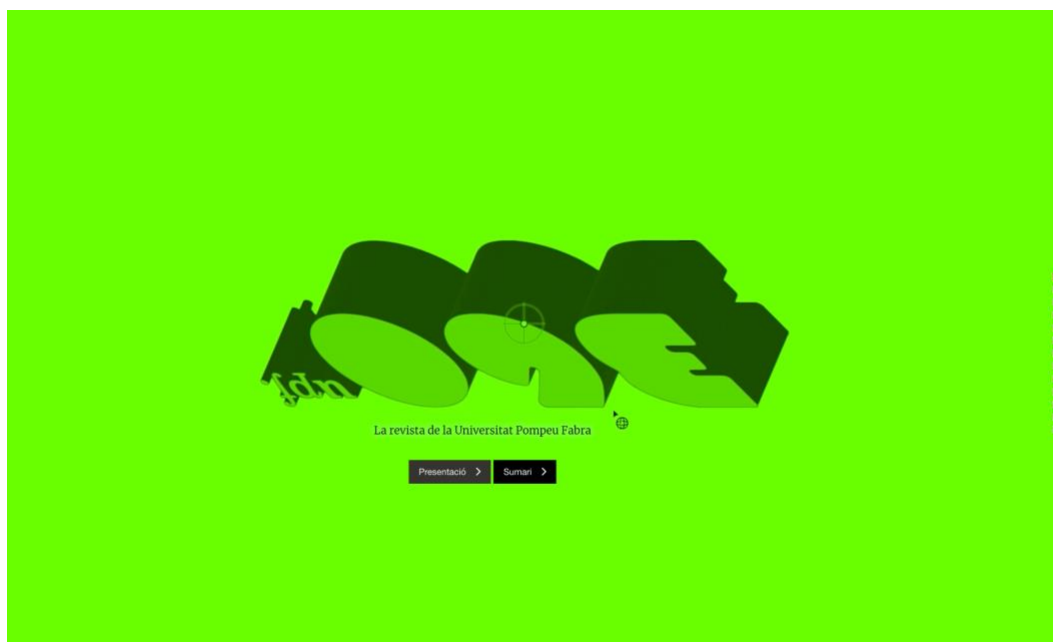


Figura 11
Imatge: *360upf*, Universitat Pompeu Fabra

En general, podem dir que es tracta d'una estètica molt visual, amb diferents elements que criden l'atenció i que, en conjunt, reflecteixen una essència innovadora.

7.3.2. L'estructura

Les notícies i els reportatges es presenten a pantalla sencera amb una imatge o vídeo introductor i o bé amb algun element interactiu. A través d'aquesta pantalla inicial, els lectors poden accedir a la notícia (figura 12).



Figura 12
Imatge: 360upf, Universitat Pompeu Fabra

Una vegada dins de la notícia, el format varia en funció del tipus d'informació, encara que, en general, consta de fotografies i vídeos. Els reportatges es van seguint quan es fa *scroll*, fins al final de la notícia. A la part superior dreta, el menú és accessible en qualsevol moment, i al mig de la pantalla, unes fletxes a dreta i esquerra faciliten la navegació entre notícies dins del mateix número de la revista.

Per garantir una experiència cohesionada, tots els reportatges es presenten amb una capçalera que indica la categoria temàtica a la qual pertanyen i el temps estimat de lectura.

Les notícies es classifiquen en les categories següents:

- Presentació
- Comunitat
- Calidoscopi
- Zoom
- Els nostres Alumni

- Tres60
- Protagonista
- Visions
- Des del Campus
- Innova
- Quiztime
- Panoràmica
- Obra inaugural del curs
- En xarxa
- A fons

Encara que no totes les categories apareixen a cada número, algunes com *Presentació*, *Comunitat*, *Calidoscopi*, *Els nostres Alumni*, *Protagonista*, *Quiztime* i *Panoràmica* estan presents a totes. Cada categoria manté una estructura uniforme a través de les diferents edicions.

Cada número està centrat en un tema que es desenvolupa a través dels diferents reportatges.

7.3.3. Les noves narratives

Per dur a terme aquesta anàlisi, com s'ha esmentat en l'apartat metodologia, s'han examinat 137 notícies o reportatges inclosos en els 6 números més recents de la revista *360upf*. Aquest estudi, ha detallat aquelles que destaquen perquè contenen elements multimèdia, són transmèdia o contenen elements rellevants relacionats amb l'*storytelling* (Annex 1).

Aquest conjunt de dades proporciona una perspectiva sobre la presència d'elements multimèdia a les notícies, destacant les categories que ens fan un ús més intens, l'impacte que tenen a les xarxes socials i la preferència d'ús de les noves narratives en uns determinats àmbits en comparació amb d'altres.

Un 97% de les notícies publicades a la revista contenen elements fotogràfics. D'aquestes, un 19% només contenen fotografia a la capçalera. S'han constatat 20 notícies que contenen una fotogaleria que permet passar automàticament les fotografies i 4 dels reportatges tenen un enllaç a l'àlbum fotogràfic de *Flickr*.

El vídeo apareix com a recurs dominant, tot i que té una utilització desigual en les notícies. Així, observem que un 53% de les notícies no contenen arxius de vídeo i que un 47%, sí.

Alguns reportatges contenen molts arxius de vídeo, sobretot com a testimoni d'experts i protagonistes. Un exemple d'aquest estil de reportatges que s'utilitza freqüentment a la revista *360upf* és el que trobem a [Les lligues de debat a la UPF: un model d'èxit, fruit d'una construcció col·lectiva](#). Aquest reportatge inclou 10 vídeos que cobreixen diversos aspectes del tema. Un primer que inclou imatges de diferents moments de les lligues de debat universitàries i testimonis de participants i experts. Dos vídeos sobre la lliga de debat als centres penitenciaris. Sis vídeos de testimonis de la lliga de debat de centres de secundària. Finalment, també s'inclou un vídeo sobre la formació en oratòria que la UPF ofereix a través del mínor en Oratòria. Aquest mateix reportatge consta de fotografies i una infografia. És un model que trobem també en moltes d'altres notícies i que marca un estil propi de la revista. En algun cas va una mica més enllà i alguns dels vídeos que incorpora són vídeos d'animació, com en el cas de la notícia sobre [La Benvinguda, el nou programa d'acollida de la UPF, facilita l'arribada dels estudiants de grau que comencen a la Universitat](#) (figura 13).



Figura 13
Imatge: *360upf*, Universitat Pompeu Fabra

Les entrevistes, a la categoria *Protagonista*, destaquen també per l'ús freqüent d'arxius de vídeo. En aquest cas, les respostes a les preguntes es divideixen entre vídeo i text. El vídeo s'afegeix també en algunes portades a pantalla sencera, en les que es presenta el títol com un element fix i el protagonista en moviment. És un recurs que aporta dinamisme. En són un exemple les entrevistes a [Ana Freire](#) i [Mireia Trenchs](#).

Pel que fa a d'altres elements multimèdia, la utilització d'infografies i gràfics és molt menor, només en trobem, en ambdós casos, en un 8% de les notícies analitzades. L'ús d'arxius d'àudio és totalment anecdòtic, amb una presència d'un sol cas entre totes les notícies

analitzades. Passa el mateix amb la incorporació d'elements de les xarxes socials a les notícies.

Una característica distintiva de la revista de la UPF és l'ús de *newsgames*. Cada número incorpora un test sobre algun esdeveniment o personatge (figura 14) . Aquesta interactivitat ofereix una experiència lúdica i informativa, una pràctica absent en altres publicacions com *The Harvard Gazette* i *Conecta*. El funcionament és molt senzill, es formulen unes preguntes amb quatre possibles respostes que el lector ha d'anar completant. Al final del test, en funció del resultat obtingut s'obté un consell sobre si cal o no millorar en l'àmbit informatiu del joc (figura 15).

🏠 / Número 12 / quiztime

10. QUIZTIME

Centenari del naixement d'Antoni Tàpies i Puig, un dels artistes catalans més destacats del segle XX

🕒 1 min

Pregunta 1 de 10



1. On va exposar per primera vegada les seves obres Antoni Tàpies?

A. I Saló d'Octubre de Barcelona

B. Institut Francès de Barcelona

C. VII Saló dels Onze a Madrid

D. Sala Gaspar de Barcelona

Figura 14
Imatge: 360upf, Universitat Pompeu Fabra

Aquests elements, combinats amb la diversitat d'enfocaments multimèdia, defineixen la narrativa visual i interactiva de la revista 360upf, demostrant el seu compromís amb la innovació i la creació d'experiències enriquidores per als seus lectors.

7.3.4. Les xarxes socials

La revista 360upf no inclou elements provinents de les xarxes socials en les seves notícies, com sí que ho fa *Conecta*, però utilitza les xarxes socials per fer difusió de les notícies publicades a la revista. En publica fragments, com vídeos extrets dels reportatges o en fa tuits

destacant algun dels elements de la revista. D'aquesta manera amplifica la seva difusió i permet que arribi a part de l'audiència que d'una altra manera no arribaria.

🏠 / Número 11 / Quiztime

9. QUIZTIME

Centenari del decés de Alexander Graham Bell, el precursor dels smartphones!

🕒 1 min



N'has respost correctament 8 de 10!

De 0 a 4 punts – Necessites millorar!

No t'arriba el senyal telefònic? Potser hauries de buscar més cobertura! Encara que fos **Meucci** el veritable inventor del *teletrofon*, la figura de Graham Bell va més enllà de la patent del primer telèfon, ja que va contribuir al desenvolupament de les telecomunicacions. I la **Bell Telephone Company** va ser la protagonista dels primers passos de la vertiginosa implantació del telèfon com a mitjà de comunicació de masses a escala internacional. Per saber més sobre Graham Bell pots consultar la **Viquipèdia** o altres publicacions i tornar a provar sort!

De 5 a 7 punts – No està gens malament, però et falten ratlletes de cobertura!

Ja en saps força coses! Potser és d'estar en contacte amb el teu smartphone o per ciència infusa. Has tret una nota passable, però tens marge per millorar encara. Bell va ser inventor des dels 12 anys i la Bell Telephone Company va patentar el transistor, el primer carregador solar, o els satèl·lits de comunicacions, entre d'altres. Coneix més sobre aquests invents a "**10 inventos de Alexander Graham Bell de importància para el mundo**".

De 8 a 10 punts – Ets un expert en Bell i... en telecomunicacions!

Saps la vida i miracles de Graham Bell! Tens tota la cobertura i un senyal telefònic perfecte! Tu que saps la importància de Bell en l'avenç de les telecomunicacions i la quantitat d'invents en els quals va participar, li perdones que s'apropiés de l'invent d'Antonio Meucci? La controvèrsia està servida. Parlem-ne per telèfon! Mira la "**historia del teléfono - Alexander Graham Bell**" a youtube per saber més sobre aquest personatge.

Torna-ho a intentar

Figura 15
Imatge: 360upf, Universitat Pompeu Fabra

Aquesta pràctica també facilita que es generi contingut addicional a les xarxes, a través dels comentaris, dels debats i de la incorporació de contingut relacionat creat per l'audiència.

La cerca de les publicacions a les xarxes socials ha tingut les mateixes dificultats i pels mateixos motius que s'ha detallat en els casos anteriors, el temps transcorregut des de la publicació i la gran quantitat d'informació que s'hi publica.

8. La interactivitat

Un dels elements fonamentals de les noves narratives és la interactivitat. L'entorn digital, a més de la deslocalització permet aquesta interacció amb el públic. El lector deixa de ser un subjecte passiu per convertir-se en una part activa del relat. Informar-se passa a tenir un

component interactiu, una presa de decisió per part de l'audiència que fa l'experiència més personalitzada.

La interacció amb el públic és essencial per la construcció de la història. En paraules d'Eva Domínguez (2013) "(...) *el público receptor adquiere un papel destacado en este tipo de periodismo porque su interacción es esencial para la construcción de la historia. El receptor puede seleccionar qué quiere saber y qué no (y por eso es tan importante que los fragmentos sean independientes), pero además puede convertir una historia periodística tradicional en transmèdia p.ej. al compartirla en redes sociales o al completar la información con imágenes o vídeos propios.*"

8.1. La dimensió interactiva: el paper crucial dels enllaços en la dimensió (in)finita de la informació

En el cas de *The Harvard Gazette*, *Conecta* i *360upf* la incorporació de la interacció, especialment a través dels enllaços, es presenta com un element clau en la construcció de la narrativa informativa. Aquesta dimensió interactiva aporta una visió més profunda, vivencial i de 360° que convida a l'experimentació per part dels lectors.

El component interactiu apareix ja, en certa manera, en la tria de les notícies, però on és més present és en els enllaços que trobem incrustats o com a recursos annexos, d'aquests mateixos mitjans o d'altres, i que actuen com a porta d'entrada a informació addicional. D'aquesta manera permeten connectar els lectors amb informació externa, articles relacionats, fonts de dades i experts. Aquesta interacció facilita que els lectors personalitzin la seva ruta de consum de contingut i els atorga el control sobre la profunditat d'exploració.

Mitjançant la fragmentació i la dimensió potencialment infinita dels enllaços, s'observa una atomització dels discursos, característica distintiva de les noves narratives. Aquesta atomització, ofereix diverses perspectives, enriquint la comprensió dels lectors sobre la notícia i aportant una experiència més participativa.

En el cas de *The Harvard Gazette* aquesta estructura fractal que es presenta en les notícies aporta una clara personalització de la informació amb la incorporació de diferents tipus d'informació enllaçada. En alguns casos, serveix de pont cap a informació externa, en d'altres, serveix per destacar la professionalitat dels entrevistats. Un recurs freqüent que s'utilitza en aquest mitjà són els enllaços al perfil de les persones expertes. La inclusió d'enllaços als perfils professionals permet als lectors situar els experts en el context del tema tractat,

millorant la contextualització de la informació. La notícia "[Jenny Hoffman sets world record through tears and traffic, falls and fertilizer](#)" permet conèixer el perfil professional de la professora [Jenny Hoffman](#). És un recurs que té impacte en la credibilitat de les notícies i que, en aquest sentit, s'utilitza per posar èmfasi en la professionalitat i expertesa de la persona entrevistada.

Com en el cas de *The Harvard Gazette*, trobem múltiples exemples a *Conecta*. "[Diseño latinoamericano: profesora Tec lidera exposición del MoMA en NY](#)" destaca el perfil de la professora [Ana Elena Mallet](#).

Aquest recurs és molt menys utilitzat per *360upf*, fet que comporta que el lector perdi la possibilitat de conèixer el perfil professional dels protagonistes i la relació d'aquelles persones amb el tema tractat. Un exemple d'aquesta manca de referències als perfils professionals és el reportatge "[Universitat i cultura, una relació simbiòtica que s'ha de potenciar](#)", en el qual la veu de diferents experts és molt present, però cap d'ells consta d'enllaç per conèixer el seu perfil o els aspectes més rellevants de la seva carrera professional. Aquest reportatge sí que incorpora un seguit d'enllaços a projectes, institucions i altres aspectes que aporten més informació. No és tasca senzilla valorar quins enllaços es posen per no generar notícies que remetien a més informació externa de la que es genera al reportatge en sí mateix, però, en aquest cas, es perd l'oportunitat de donar a conèixer el perfil de les persones entrevistades, que s'hauria pogut posar com un recurs més, dels molts que ja consten en aquesta publicació.

Un element destacat de les noves narratives és que busquen personalitzar la informació per adaptar-se als interessos i preferències individuals dels lectors. Aquesta personalització millora la relació mitjà-consumidor i impacta en la percepció de la credibilitat de les notícies.

Un altre dels recursos que trobem de manera freqüent a *The Harvard Gazette*, i que aporta aquesta elecció del lector en la profunditat que vol conèixer del tema, és l'enllaç a reportatges més extensos i sovint interactius que presenten un grau de profunditat més elevat. Aquesta "desestructuració" de la informació, en forma de branques que expandeix el relat, pot endevinar-se com una constant narrativa del cos de l'anàlisi elaborat. Un cas que exemplifica molt bé aquest fet és '[Glass ceiling' is problem, but so are 'broken rungs'](#) que presenta un enllaç a un reportatge²⁷ molt complet de McKinsey que aporta molta informació i dades sobre la desigualtat en l'entorn laboral. Aquest, és al seu torn, interactiu, amb enllaços i d'altres

²⁷ Women in the Workplace 2023, McKinsey www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace

informacions que van conformant aquest bosc a través de les branques en les que es va bifurcant aquesta informació.

Conecta també presenta enllaços a reportatges que poden ser externs o, com en el cas de “[Ideas de innovación: gobernador de Utah conoce proyectos del Tec](#)”, remetre a un reportatge²⁸ de la mateixa institució en el qual s’aprofundeix sobre aquest àmbit i que, també, té enllaços per ampliar encara més el coneixement que el lector desitgi.

El nivell de profunditat és a elecció del lector i per tant, la seva (inter)acció determina on acaba la informació.

Però no només els enllaços incorporats a les notícies aporten aquest plus per a la comprensió al tema, la proposta de notícies relacionades que fan tant *The Harvard Gazette* com *Conecta* proporcionen una visió molt més holística i una opció més en la tria que es permet fer (o no fer) al lector. D’aquesta manera, la interacció es presenta com un element més en la construcció de la informació, que es fusiona a través de notícies anteriors o coetànies que tenen relació amb el tema i que el propi mitjà proposa al lector per tenir un coneixement històric i més ampli del context.

8.2. Les xarxes socials com a catalitzadores de la interactivitat: la transformació de la narrativa a través de la inclusió d’elements al cos de la notícia

El cas de les xarxes socials és paradigmàtic i molt significatiu en l’aspecte interactiu. En aquest apartat, s’analitza el seu ús en aquests mitjans des d’aquesta vessant. En un apartat específic, dedicat a l’ús de plataformes i d’elements transmediàtics, s’aborda l’ús de les xarxes socials des de tots els angles.

La inclusió d’aquests elements no és simplement una evolució estilística, sinó una transformació fonamental de com es presenten i es consumeixen les notícies. Aquesta pràctica no només afecta el contingut textual de les notícies, sinó que també redefineix la manera en què es presenta visualment la informació. Fotografies, vídeos incrustats i elements multimèdia provinents de les xarxes socials converteixen les narratives periodístiques en experiències més riques i atractives.

²⁸ Tec inaugura instituto para crear materiales para un mundo sostenible, *Conecta* <https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/investigacion/tec-inaugura-instituto-para-crear-materiales-para-un-mundo>

Amb la possibilitat de veure i interactuar amb comentaris, respostes i reaccions directament des de les xarxes socials, els lectors tenen la possibilitat de convertir-se en partícips actius de la notícia. Aquesta interacció pot influir en la manera com la història es desenvolupa i com és percebuda, creant un espai per a la (co)creació de contingut.

L'ús d'elements de xarxes socials proporciona una capa addicional d'informació i context a la història. En lloc de limitar-se a la narració periodística tradicional, els lectors poden explorar més enllà, obtenir diverses opinions i accedir a contingut complementari que enriqueix la seva comprensió dels esdeveniments.

La inclusió de les xarxes socials a les notícies d'aquests tres mitjans com a element que fomenta la interactivitat és irregular. *Conecta* en fa un ús força generalitzat, mentre que en el cas de *The Harvard Gazette* i *360upf* podem dir que és pràcticament anecdòtic. *Conecta* fa servir la incrustació d'elements provinents de les xarxes socials en una gran quantitat de les seves notícies, ja sigui com a fotografies, com a vídeos o com a comentaris de persones expertes, protagonistes de les notícies o persones que reaccionen al tema proposat. Un ús freqüent és el que trobem a la notícia ["4 tips para aplicar storytelling en la animación digital"](#) que inclou [fotografies](#) del perfil d'Instagram de [Sketchtoanimate](#), el perfil de Travis Blaise, l'expert de qui es parla a la notícia, així com [tuits](#) publicats per ell mateix i que aporten més informació sobre l'esdeveniment referit a la notícia, però també de la feina d'aquesta persona. Així, el lector, a través d'aquests enllaços, pot descobrir més contingut relacionat amb la notícia a partir de les xarxes socials. Com en el cas dels enllaços a d'altres notícies, en aquest cas la informació es pot estendre de manera gairebé infinita. A més, possibilita que el lector conegui la informació des de la visió de les persones implicades i se'l permet comentar, explorar i formar part de la pròpia creació d'informació. *360upf* i *The Harvard Gazette* només utilitzen aquest recurs de manera molt anecdòtica i, per tant, la capacitat d'interacció del lector en aquests dos mitjans és més limitada.

La inclusió de contingut de xarxes socials permet als lectors experimentar una connexió emocional més profunda amb la història. Imatges que traslladen emocions, vídeos que transmeten fets reals o testimonis directes proporcionen una immediatesa que va més enllà de la narrativa textual tradicional. Aquest tipus d'element connecta els lectors amb les emocions dels protagonistes, fent que la història sigui més memorable.

8.3. Dades i visualitzacions interactives: una eina per entendre

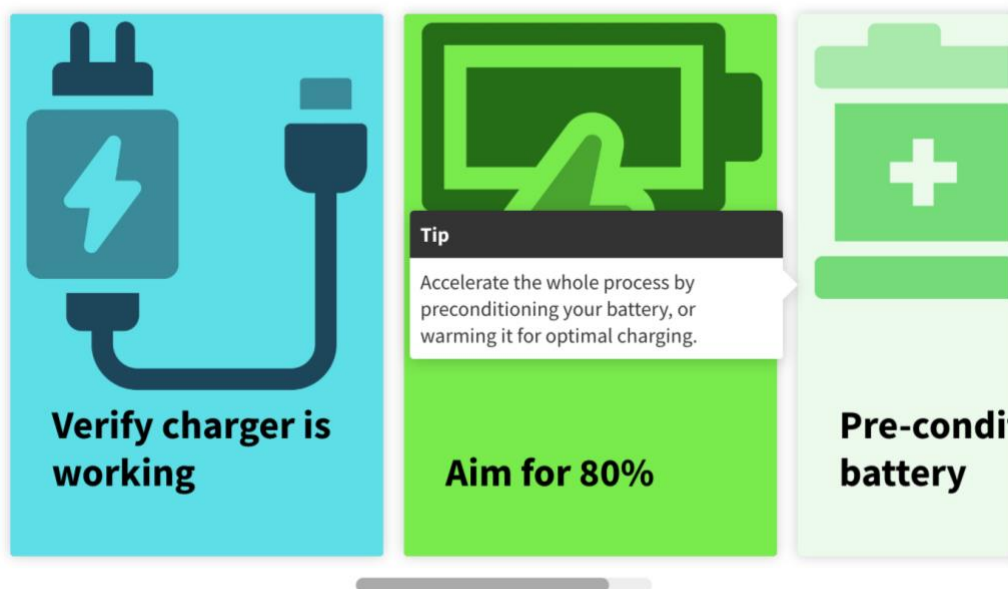
Les noves formes narratives han experimentat un canvi significatiu amb l'adopció creixent de gràfics i infografies com a elements interactius. Aquesta transformació en la seva forma i contingut, adopta nous elements per arribar a una audiència cada vegada més exigent i diversa. En aquest context, els gràfics i les infografies han emergit com a elements interactius rellevants, contribuint de manera substancial a aquest canvi de paradigma en el periodisme. A través de la incorporació d'aquests elements visuals, les notícies han aconseguit traduir informació complexa en formats més digeribles. Els gràfics i les infografies utilitzen la facilitat de processament visual per ajudar els lectors a assimilar ràpidament la informació i retenir-la de manera més eficaç. Aquesta facilitat de comprensió és essencial en un entorn mediàtic on la sobrecàrrega d'informació és una constant.

En el context informatiu universitari, els gràfics i les infografies han de ser elements que proporcionin un major coneixement de la informació tractada. Quan aquests elements es converteixen en interactius, a més, tenen aquesta capacitat de mantenir l'interès de l'audiència. Tot i constatar que hi ha un augment d'aquests tipus d'elements interactius en el periodisme, en l'àmbit de la informació universitària d'aquests tres mitjans és un recurs poc utilitzat. *Conecta* no utilitza ni gràfics ni infografies interactives en les seves notícies, excepte en casos puntuals de reportatges extensos sobre algun tema molt concret. *The Harvard Gazette* i *360upf* ho fan servir a nivell molt baix, però alguns casos sí que presenten aquesta característica. A [“On the road to smoother EV charging — and hopefully, greater adoption”](#) *The Harvard Gazette* presenta una infografia (figura 16) que aporta més informació al lector que decideix consultar la informació extra que ofereix clicant sobre de cada una de les imatges. És una manera de traslladar una informació addicional per aquelles persones que hi puguin estar interessades.

Els mapes i els *timeline*, com a categories específiques que també permeten la comprensió de dades de manera molt més senzilla, visual i interactiva, són recursos que trobem cada vegada en major nombre en el periodisme, però el seu ús és molt insignificant, encara, en la informació dels mitjans universitaris analitzats. Sovint, aquests recursos s'utilitzen com a complement visual d'una informació que es proporciona en un altre format, textual o fotogràfic, en el mateix article i, per tant, deixa de tenir la funció que hauria de tenir i passa a formar part dels recursos estilístics.

3 tips for better EV road trips

Click on tips for more info



Interactive content by Flourish

Figura 16
Imatge: *The Harvard Gazette*

Això passa, per exemple, en el cas l'article [“Alumni UPF al voltant del món: projectes personals en construcció”](#) de la *360upf*. En aquest, s'utilitza un mapa (figura 17) per situar el lloc on viuen els Alumni entrevistats. És un recurs molt visual, que pot ajudar a situar el lloc on desenvolupen la seva carrera professional. Serveix, també, per accedir a una breu informació de cada Alumni quan el lector passa el cursor per sobre i com enllaç per accedir a l'entrevista personal amb cada un d'ells. Ara bé, a aquestes entrevistes també s'hi pot arribar des de les fotografies que estan situades just a sota del mapa. Això fa que la interacció del mapa deixi de tenir part de la seva funció, perquè no es tracta d'una informació complementària, que d'una altra manera no s'obtidria, sinó d'una informació que és també accessible sense la interactivitat del mapa.

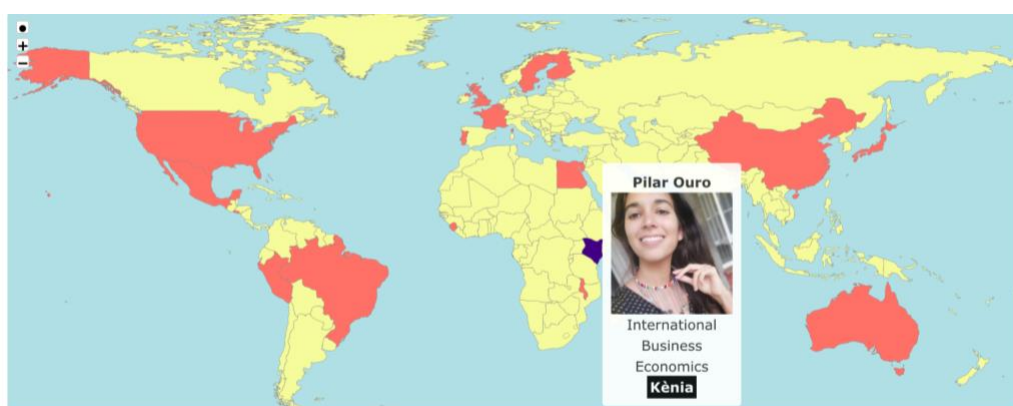


Figura 17
Imatge: *360upf*, Universitat Pompeu Fabra

En un món on la informació és abundant i la competència per l'atenció és intensa, aquests elements visuals esdevenen eines útils per assegurar que les notícies universitàries no només són llegides sinó també apreciades i compartides. La interactivitat aportada pels gràfics i les infografies també contribueix significativament a l'*engagement* del lector. La possibilitat de clicar, desplaçar o interactuar amb els elements visuals crea una experiència immersiva i permet al lector explorar la informació a un ritme que s'ajusti a les seves preferències.

Una de les possibles causes de la poca i, pràcticament, anecdòtica utilització de la visualització de dades en la informació universitària pot ser que, en molts casos, es requereix un nivell d'especialització elevat i, com s'ha constatat en avaluar el marc dels butlletins universitaris, la manca de personal dedicat a la comunicació a les universitats és un problema que afecta la definició i la professionalització d'aquest àmbit i que té un impacte en el resultat.

8.4. Els *newsgames*: el vessant lúdic de la informació

En l'era digital actual, on la informació flueix incessantment i les audiències demanen formes més atractives de consumir notícies, els *newsgames* han emergit com una forma innovadora de narrativa en el camp de la informació. Aquests, no només enriqueixen les narratives periodístiques, sinó que també ofereixen una nova dimensió experiencial a la informació.

Els *newsgames* transcendeixen les limitacions dels formats tradicionals de notícies. Aquesta forma interactiva d'abordar la informació permet als usuaris ser actors actius en la comprensió del contingut. Els beneficis inherents a aquesta interactivitat són múltiples, ja que no només fomenta un major compromís per part de l'usuari, sinó que també proporciona una experiència més enriquidora i participativa.

Un aspecte clau que distingeix els *newsgames* és la seva capacitat per contextualitzar i explicar temes d'una manera lúdica. A través de l'ús de *newsgames*, aquests temes poden ser desglossats i presentats d'una manera que no només sigui comprensible, sinó també recordada. La representació de temes delicats a través d'aquest mitjà ha de ser abordada amb precaució per evitar simplificacions excessives o distorsions que puguin conduir a conclusions errònies.

Un exemple concret, el trobem en el *quiz* que la *360upf* incorpora a cada un dels seus números. L'objectiu d'aquest *newsgame* és abordar una temàtica, en general sobre alguna efemèride, i fer participar al lector de manera que, a través del joc, adquireixi informació. En el número 12 d'aquesta revista el "[Quiztime](#)" està dedicat a Antoni Tàpies, en el centenari del

seu naixement (figura 18). L'objectiu del joc és doble, d'una banda, aprendre els aspectes més rellevants sobre l'artista i, de l'altra, conèixer quina és la relació d'aquest artista amb la Universitat Pompeu Fabra.



1 min

Ca

Benvingudes i benvinguts a una nova edició del "Quiztime"! la secció de la revista 360upf que posa a prova els teus coneixements. El personatge convidat d'aquest número és Antoni Tàpies i Puig.

Antoni Tàpies i Puig (1923-2012) és un dels artistes més importants de la segona meitat del segle XX a Espanya, i aquest 2023, se celebra el centenari del seu naixement. Clar representant de l'informalisme, en les seves obres combina tradició i innovació dins d'un marc abstracte ple de simbolisme. En les seves impactants composicions s'hi distingeixen signes característics com creus, llunes, asteriscos, lletres, números o figures geomètriques.

Tàpies inicia la seva carrera a Barcelona, molt vinculada al surrealisme català, però el 1950 marxa a París i és quan s'introdueix de ple en l'informalisme. Comença a pintar amb un estil molt matèric, que inclou materials de reciclatge o de deixalla, i les seves típiques cordes, papers, sorra, palla o pols de marbre. Amb la Pompeu Fabra hi té una relació molt singular, fins al punt que al campus de la Ciutadella hi tenim l'anomenat Espai Tàpies, un tresor artístic únic al món.

Ja sigui per comprovar quant saps d'ell o descobrir l'estreta relació que té amb la Universitat Pompeu Fabra, et convidem a participar en aquest quiz!

Participa-hi!

Figura 18
Imatge: 360upf, Universitat Pompeu Fabra

Per bé que és un element participatiu, que fomenta la interacció de l'audiència i que pot proporcionar *engagement*, és un element molt poc utilitzat en els mitjans universitaris. Més enllà de l'ús que en fa 360upf i d'algun exemple esporàdic en forma de qüestionari a les xarxes socials, no s'han trobat més exemples. És un clar reflex, del que ja ha quedat palès en l'anàlisi d'aquest treball, la poca importància que es confereix a l'àmbit de la comunicació universitària i la manca de personal i d'especialització en aquest sector. Aquests recursos presenten algunes dificultats en la seva implementació massiva. D'una banda, no es pot abusar de l'*infotainment* perquè en alguns casos pot comportar pèrdua de credibilitat. Per altra banda, són elements costosos, que requereixen de recursos personals, econòmics i de temps elevats amb els quals no sempre es pot comptar. En darrer lloc, cal abordar la incorporació d'aquest tipus d'elements amb responsabilitat, mantenint els estàndards ètics i assegurant que es tracta d'informació i no només d'entreteniment i, en aquest sentit, cal valorar quins continguts són susceptibles de ser transmèsos a través de *newsgames*.

Els mitjans universitaris tenen l'audiència perfecta per implementar aquest tipus d'elements informatius i caldria explotar més aquests recursos per arribar a una audiència molt avesada a informar-se a través de l'entreteniment. Mitjançant la creació de contingut interactiu, les notícies universitàries poden involucrar els usuaris en discussions significatives, recollir opinions i proporcionar una plataforma per a la col·laboració i el debat. Aquesta interacció pot ser fonamental per al desenvolupament de comunitats educatives informades i compromeses.

9. El contingut multimèdia

La integració d'elements multimèdia en la creació narrativa ha experimentat una transformació radical en l'era digital, obrint noves possibilitats per comunicar i compartir informació. Aquest capítol explora la contribució essencial de la fotografia, el vídeo i l'àudio en la construcció d'històries multi sensorials que transcendeixen les limitacions dels mitjans tradicionals.

9.1. La fotografia: una nova dimensió de la narrativa

El poder visual de la fotografia s'ha convertit en un element imprescindible de les informacions, especialment, en un món marcat per la digitalització. La fotografia captura moments i juga un paper fonamental en la creació i transmissió d'històries que impacten a nivell emocional i conceptual.

La seva importància cabdal a l'hora d'il·lustrar punts de vista, expressar complexitats i comunicar sense necessitat de paraules queda palesa amb la utilització estesa que trobem en les notícies dels mitjans analitzats. Gairebé totes les notícies contenen, com a mínim, una fotografia²⁹. Encara que sigui només amb la fotografia de portada, aquests mitjans volen aportar més informació que aquella que traslladen les paraules. La fotografia aporta una connexió immediata amb l'audiència, transportant l'experiència narrativa més enllà dels límits de la narrativa textual.

Algunes notícies, particularment aquelles amb un nombre molt elevat de fotografies, actuen com autèntics relats fotogràfics, on les imatges, per elles mateixes, narren els esdeveniments.

[Capturing curiosity](#) (*The Harvard Gazette*) exemplifica aquesta funció. La notícia es relata pràcticament només amb les imatges, les paraules actuen com un suport de peu de foto per contextualitzar. Així mateix, *Conecta* i *360upf* també fan un ús exhaustiu d'aquest recurs, utilitzant les galeries fotogràfiques com a part essencial del cos de la notícia. La transcendència de les imatges ressalta de manera significativa en el reportatge [Día de Muertos: Así se vivió esta tradición mexicana en Tec](#) de *Conecta*. En aquesta fotogaleria, una autèntica narració visual, el color vibrant, la riquesa cromàtica de la celebració, l'imaginari, la profunditat de la tradició i les emocions capturades a través de les fotografies estableixen una connexió directa amb la dimensió emocional de l'espectador que transcendeix els límits del llenguatge verbal. Aquest reportatge demostra que hi ha una narrativa inherent en les imatges, una que connecta amb la sensibilitat i la comprensió emocional del públic de manera única. En aquest cas, la riquesa visual i emocional de les fotografies contribueix

²⁹ Només no en contenen dos obituaris de *The Harvard Gazette* i les presentacions de la revista *360upf*.

significativament a la comprensió i apreciació de la tradició mexicana, enriquint la narrativa i fent que la vivència sigui més perceptible i impactant.

La capacitat de les imatges per traslladar informació i emocions és innegable, però és crucial que les fotografies seleccionades posseeixin aquest potencial narratiu. En alguns casos, s'identifica un ús excessiu de determinat tipus de fotografia, com en el cas de *360upf* amb els retrats de protagonistes d'entrevistes. En aquests reportatges, s'inclouen diverses fotografies de la mateixa persona en diferents localitzacions del campus, sense que aquestes aportin informació substancial. Aquesta pràctica resulta una mica excessiva, ja que en la majoria dels casos no enriqueix el contingut informatiu, com es pot observar en l'entrevista a la rectora [Laia de Nadal](#) o a [Jordi Balló](#). En aquests exemples, la inclusió de múltiples retrats no aporta informació rellevant i actua més com un complement visual que com una contribució substantiva a la notícia.

És innegable que hi ha un factor que juga un paper destacat en la inclusió d'imatges en les notícies: les xarxes socials. *Conecta* destaca, per sobre dels altres mitjans, per incorporar fotografies extretes d'aquestes plataformes, particularment dels protagonistes. Aquesta pràctica no només ressalta com a forma d'enriquiment visual, sinó que també implica un nexa rellevant d'interacció i transmèdia, que aporta, a més, diferents punts de vista. Un exemple d'aquesta dinàmica és la notícia "[Inicia hoy incMTY 2023, el festival emprendedor del Tec de Monterrey](#)" que incorpora imatges de *Facebook* i d'*Instagram*. *Conecta* en fa un ús força generalitzat i moltes de les notícies incorporen imatges d'*Instagram*, d'*X* i de *Facebook*. L'ús que en fan a *The Harvard Gazette* i *360upf* és pràcticament anecdòtic.

La inclusió de fotografies procedents de les xarxes socials es converteix en un element que fomenta l'*engagement* i la connexió més estreta amb l'audiència. Quan l'espectador fa clic a aquestes imatges és traslladat directament a la xarxa social on estan publicades i, d'aquesta manera, té una oportunitat única d'explorar més a fons el perfil del protagonista i accedir a informació relacionada o d'altres continguts interessants. Aquesta dinàmica s'estableix com una estratègia eficaç per estendre la narrativa més enllà dels límits de la notícia, establint un canal interactiu entre el lector i el contingut multimèdia present en les xarxes socials.

D'aquesta manera, la fusió entre la informació periodística i la participació de les xarxes socials no només potencia la dimensió visual de les notícies, sinó que també amplifica l'accessibilitat i la immersió del lector a la història, creant una experiència més completa i interactiva.

9.2. El vídeo: la revolució audiovisual

Les narratives tradicionals han deixat pas a formes més dinàmiques d'informació. Un exemple d'aquesta transformació és l'ús dels vídeos, que s'han erigit com a elements cabdals en la informació de tot tipus, donant lloc també a certa expressió creativa. L'ús del vídeo va més enllà de ser un simple testimoni. S'ha convertit en una eina potent per la narrativa que proporciona una experiència que, com també passa amb la fotografia, cobreix les limitacions del text escrit. El vídeo té la capacitat de combinar moviment, so i imatge i, per tant, ofereix una experiència que connecta de manera més profunda i captivadora amb l'espectador.

Aquest és un recurs que els mitjans de comunicació universitaris han adoptat de manera més generalitzada. Es presenta com una oportunitat per comunicar de manera més efectiva les complexitats de la recerca, els esdeveniments i les perspectives en l'àmbit de la docència, entre d'altres. Els vídeos ofereixen una oportunitat per aprofundir en temes rellevants amb una perspectiva multidimensional, allunyant-se de les presentacions lineals i optant per una estructura més participativa. A més, és una oportunitat per comunicar amb l'audiència més jove, acostumada a informar-se a través d'imatges.

El cas més paradigmàtic de la incorporació del vídeo a les notícies universitàries és el de *360upf*, que en fa un ús intensiu. Aquesta pràctica es manifesta amb especial rellevància en la inclusió sistemàtica de fragments de vídeo a les entrevistes, com en el cas de l'entrevista a l'Alumni [Berta Benet](#)³⁰. Les entrevistes es presenten amb una fusió de text i segments audiovisuals. Aquest recurs també és molt utilitzat en els reportatges, com s'observa en el cas de les [obres singulars](#)³¹ de la Biblioteca de la UPF.

La revista desplega una pràctica que va més enllà de l'ús aïllat del vídeo i opta per una integració sinèrgica amb el text i, en alguns casos, també amb la fotografia, els gràfics i les infografies. Aquesta combinació enriqueix la presentació visual i contribueix a oferir als lectors una experiència informativa més immersiva i polifacètica. A través de l'ús del vídeo que fa la revista de la UPF, aconsegueix comunicar la informació de manera no convencional, però, alhora, permet als usuaris accedir a segments específics del contingut. Això confereix la llibertat de consumir informació de manera selectiva, amb total flexibilitat.

³⁰ "Els actuals models d'aprenentatge d'intel·ligència artificial (IA) actuen com a 'caixes negres'. Desconeixem què passa entre l'entrada de dades i la sortida d'una predicció", *360upf*, número 9, octubre 2021. www.upf.edu/web/360upf/numero9/alumni

³¹ "Delicatessen" de la Biblioteca de la UPF: quinze obres diverses i singulars, sota el focus, *360upf*, número 12, maig 2023. <https://www.upf.edu/web/360upf/numero12/des-del-campus>

L'exploració de l'ús dels vídeos a *360upf* i a *The Harvard Gazette* posa de manifest dues aproximacions diferents en la producció de contingut audiovisual. Mentre que el projecte de la UPF segueix una estructura més de pregunta-resposta, amb vídeos per a cada una de les qüestions, *The Harvard Gazette* va més enllà, incorporant elements emocionals i connectant amb l'espectador d'una manera única.

El vídeo de *The Harvard Gazette*, titulat "[Those inequalities are inequalities that occur within households](#)", destaca per la seva capacitat d'entrellaçar imatges amb contingut informatiu i emocional. Aquesta peça audiovisual, que té una durada de tan sols un minut i mig, captura l'arribada de Claudia Goldin al campus després de ser guardonada amb el Premi Nobel d'Economia. La força d'aquest vídeo radica en la seva habilitat per connectar imatges amb les emocions de Goldin mentre explica aquest moment clau de la seva vida. La combinació de veu, imatges i contingut informatiu crea una experiència més rica i immersiva per a l'espectador. Així, el públic no només rep informació objectiva, sinó que també es connecta emocionalment amb la protagonista. Aquesta dualitat és crucial per a una generació que busca contingut informatiu i emocionalment impactant. Aquest vídeo es distingeix de les pràctiques de la Universitat Pompeu Fabra, ja que va més enllà de la simple transmissió de contingut en format entrevista.

La societat contemporània es caracteritza per una acceleració del ritme de vida, amb individus que busquen immediatesa en tot allò que fan, incloent-hi la manera com consumeixen contingut. Així, els vídeos curts s'han convertit en la preferència de les generacions actuals, que demostren una capacitat de concentració limitada i que busquen consumir informació de manera concisa i ràpida.

Aquesta preferència per vídeos curts no només es deu a una suposada manca de concentració, sinó també a una adaptació als mitjans de comunicació contemporanis. Amb l'auge de les xarxes socials i les plataformes de vídeo en línia, els usuaris han estat exposats constantment a contingut audiovisual de curta durada. Això ha condicionat les seves preferències i ha generat una cultura de la immediatesa, on la captació ràpida de la informació és prioritat.

Aquest panorama, present sobretot entre les generacions dels *Millennials* i la *Z*, constitueix un dels elements que *Conecta* ha aprofitat amb eficàcia per transmetre una part rellevant del seu contingut informatiu. *Conecta* integra contingut de vídeo provinent de les xarxes socials en les seves notícies, emulant així els patrons de consum actuals. Aquesta estratègia,

utilitzada amb habilitat, enriqueix les narracions amb una dimensió visual i audiovisual i, també, connecta directament amb les preferències dels consumidors contemporanis.

En aquest sentit, es destaca la pràctica de *Conecta* d'incloure vídeos de les xarxes socials relacionades amb els temes tractats. Per exemple, en l'article "[Detrás del micrófono: estudiante Tec dobla a personaje de Netflix](#)" es presenta un vídeo del perfil de [Stranger Things](#). Encara que el [vídeo](#), en sí mateix, no aporta informació addicional al contingut de la notícia, la seva inclusió serveix com a enllaç directe a aquests perfils socials, permetent als lectors explorar més a fons la informació al perfil d'Instagram de la sèrie.

En casos com "[¡Profesora Tec e influencer! Lleva arte de las aulas a las redes](#)" l'article incorpora un vídeo de *TikTok* que exemplifica com aquesta professora comparteix coneixements d'art a les xarxes socials. Aquesta inclusió audiovisual il·lustra de manera tangible la informació presentada a la notícia, sinó que també serveix per donar a conèixer el [perfil](#) de *TikTok* de la protagonista, aportant una dimensió extra al contingut informatiu. Així, la integració de vídeos breus provinents de les xarxes socials enriqueix les notícies de *Conecta* i respon de manera enginyosa a les expectatives i preferències de la seva audiència actual.

Es fa evident que la integració del vídeo en la informació dels mitjans universitaris ofereix un camp ampli i ric de possibilitats. L'exploració d'aquest element no només representa un desafiament per a aquests mitjans específics, sinó que també s'alinea amb les complexitats pròpies del periodisme en general. La convergència d'elements de diferents tipus; visuals, auditius i textuals, possibilita un enfocament més enriquidor, divers i efectiu a l'hora d'abordar les informacions. A nivell estilístic, la combinació d'aquests elements permet una narrativa més espectacular, capturant la diversitat d'aspectes que poden subratllar les notícies. Aquesta simbiosi entre diferents formes de comunicació respon a les expectatives del públic actual, cada vegada més visual, i encoratja una comprensió més profunda i holística de les temàtiques abordades. Així, la utilització intel·ligent dels recursos audiovisuals millora la qualitat informativa dels mitjans universitaris i estén la seva influència i efectivitat comunicativa.

9.3 L'àudio: molt camí per recórrer

L'àudio, sovint subestimat, juga un paper fonamental en la construcció de narratives i és un element que cada vegada té més pes en el context informatiu.

No obstant això, en l'àmbit dels mitjans de comunicació universitaris, no s'ha desplegat encara tot el potencial dels arxius d'àudio. Malgrat la popularitat dels *podcasts* en moltes universitats, aquests recursos sovint es limiten a emissions específiques i no es despleguen de manera generalitzada en les notícies digitals. Aquesta mancança es fa especialment palesa en publicacions com *Conecta* i *360upf*, que, malgrat la seva diversitat multimèdia, no incorporen arxius d'àudio a les seves notícies.

The Harvard Gazette incorpora arxius d'àudio en algunes de les seves notícies, tot i que en una mesura limitada. Aquesta inclusió proporciona una aproximació completa a la informació, ja que aquests elements sonors es combinen amb altres formats multimèdia per oferir una experiència més rica als lectors. La independència que es brinda als receptors, permetent-los decidir quins elements consultar, és clau en aquest enfocament. Alguns d'aquests pocs casos en què sí que s'hi inclouen elements d'aquest tipus, són notícies que incorporen música, com en el cas de "[So what exactly makes Taylor Swift so great?](#)" o "[Sharing scholarship in many different registers](#)". Aquests arxius musicals permeten al lector escoltar-los i comprendre de manera directa el contingut que recull la informació textual.

El Tecnológico de Monterrey destaca com una institució que fa un ús específic i extens dels *podcasts*. Aquesta institució té una [pàgina](#) des d'on poder accedir a tots els *podcasts* que s'emeten des de la universitat i que són de diverses temàtiques. Així, ofereixen als oients la possibilitat d'informar-se a través de l'àudio però no l'incorporen als butlletins de notícies.

Són cada vegada més les institucions universitàries d'arreu del món que incorporen el *podcast* com un mitjà efectiu per a la informació. És destacable el cas de la Universidad Carlos III de Madrid que emet un butlletí setmanal de notícies³² [escrit](#) i també en [podcast](#). Aquest és un dels exemples que posa de relleu l'auge d'aquest element en tot el context informatiu digital.

Sembla evident que, en aquest camp, encara hi ha molt de camí per recórrer i que poden sorgir moltes oportunitats d'expansió i de millora en l'ús d'aquest recurs. Incorporar aquesta dimensió multimèdia a través de l'àudio pot enriquir significativament la narrativa, fent-la més immersiva i diversa.

10. La narració hipertextual

La narració hipertextual és una forma única i innovadora de presentar i explorar continguts informatius, caracteritzada per diverses propietats fonamentals que la diferencien de les

³² Newsletter UC3M <https://newsletter.uc3m.es/>

formes narratives tradicionals. Un element central d'aquesta narració hipertextual és la no linealitat narrativa. Aquesta estructura no lineal, que contrasta amb les narratives convencionals lineals, ofereix diverses rutes i possibilitats per descobrir la informació i brinden al lector l'oportunitat de prendre decisions sobre el camí que prefereixen seguir. Aquesta dinàmica, afavoreix l'experiència personalitzada.

La revista *360upf* utilitza aquest recurs a través de seccions com "[Calidoscopi](#)". Sota aquest epígraf, diversos experts aborden temes específics des de diferents perspectives i desenvolupen el seu punt de vista en articles independents, que poden ser consultats en qualsevol ordre (figura 19). Així, cada lector té la llibertat de decidir quins i quants articles vol explorar, fomentant una aproximació totalment personalitzada al tema tractat. Aquesta flexibilitat millora l'experiència del lector i reflecteix el potencial transformador de la narració hipertextual en la manera com s'accedeix i s'assimila la informació. La narració hipertextual no només representa una evolució en la presentació de continguts, sinó també una nova dimensió d'interacció i participació del lector en la construcció del seu coneixement. La naturalesa no-lineal de la narració hipertextual permet adaptar-se a les preferències del lector. Les audiències tenen la llibertat de triar la seva pròpia ruta a través de la història, atenent als seus interessos particulars. Aquesta personalització de l'experiència de lectura és essencial en un món on la diversitat d'interessos i perspectives és àmplia.



Figura 19
Imatge: *360upf*, Universitat Pompeu Fabra

Aquesta llibertat del lector per triar l'ordre i el contingut, sense que això afecti la comprensió de la informació, és present també en moltes de les entrevistes que es publiquen a la revista

de la UPF. El fet que el contingut que s'està traslladant no hagi de ser consumit en determinat ordre atorga el protagonisme al lector i, per tant, es millora l'*engagement* amb aquest. La presa de decisió dels lectors influeix en la direcció de la història.

The Harvard Gazette presenta, en general, notícies amb una estructura més lineal. Tot i això, alguns reportatges que es publiquen sota l'epígraf "*In focus*" incorporen, de manera molt remarcable, la hipertextualitat. Aquest estil s'evidencia al reportatge "[Transportation](#)", que consta de diferents elements que poden ser consultats en qualsevol ordre, com a peces separades. Cada una per separat aporta un cert grau d'informació i el lector pot decidir per on comença, quines vol llegir i com va conformant la ruta informativa. El reportatge recull un seguit d'articles que reflexionen sobre el tema, amb diferents perspectives i des de diferents angles. Tots ells són independents i tenen en comú la reflexió sobre el transport en la societat actual, davant de les crisis climàtiques i dels preus dels carburants i també reflexions sobre el futur del transport. Els articles es classifiquen en subtemes, fet que ajuda a decidir la consulta. A través d'aquest ús de la no-linealitat i la multiplicitat de perspectives, la narració hipertextual possibilita la creació de narratives més complexes i riques. Aquesta complexitat reflecteix la naturalesa multifacètica dels esdeveniments i les temàtiques abordades. La possibilitat d'explorar múltiples vessants d'una història pot proporcionar una comprensió més profunda dels temes tractats.

A diferència de la secció "Calidoscopi" de la revista *360upf*, els reportatges "*In Focus*" de Harvard són un recull d'articles, estudis i opinions publicats en diferents moments i espais, que no han estat creats específicament per a ser publicats com un sol reportatge, però que comparteixen temàtica. Es presenten amb una estructura molt visual, una classificació molt entenedora i una navegació molt atractiva que facilita la comprensió. En canvi, "Calidoscopi" consta de contingut creat exclusivament per aquesta categoria i per aquell número. Aquestes diferències ajuden també a visualitzar les diferents possibilitats que ofereixen les noves narratives i tot el ventall de possibilitats que existeixen per implementar-les en l'entorn universitari.

El cas de *Conecta* és similar al de *The Harvard Gazette*. Les notícies no evidencien de manera clara la hipertextualitat, però els reportatges de la categoria "*Especiales*" estan pensats, igual que en el cas de "*In Focus*", com un recull estructurat d'elements que aporten informació sobre el tema desenvolupat de manera no lineal.

La hipertextualitat, en tots els casos, també es posa de manifest amb l'ús de les xarxes socials, que aporten aquesta interconnexió de la informació sense que hi hagi l'element lineal.

L'ús de les xarxes socials, com un element clau en la transmissió d'informació de les noves narratives, es desenvolupa en detall a l'apartat 12: "Plataformes: l'ús de les xarxes socials i d'altres elements", però aquí és important assenyalar que juguen un paper important en la hipertextualitat. D'una banda, a través de la difusió de fragments independents i comprensibles per ells mateixos, que ajuden a assimilar la notícia des de perspectives diferents. Per l'altra, perquè ajuden a conèixer aspectes relacionats, de manera directa o indirecta, amb el tema.

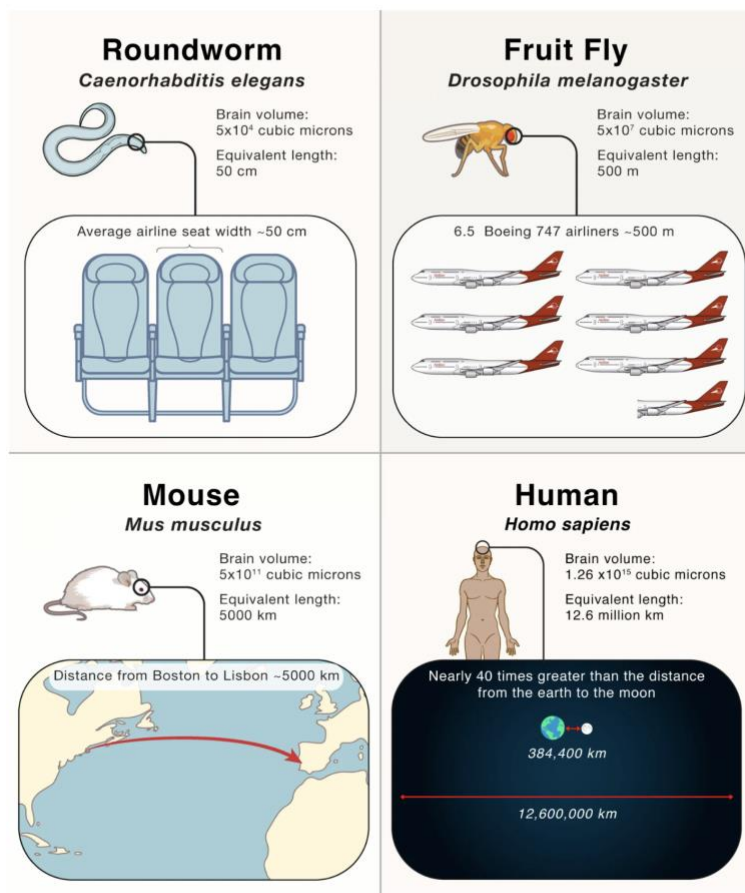
L'elaboració de narratives hipertextuals pot ser complexa i requerir una planificació detallada. En la construcció de la informació intervenen molts factors, com la navegabilitat, la coherència narrativa i la integració de diferents formats multimèdia. Això pot ser un desafiament, especialment per als entorns universitaris, on ha quedat palès que els recursos són escassos i sovint no hi ha especialització. L'ús de la hipertextualitat és un camp que encara té un gran recorregut de millora, requereix explorar plenament les potencialitats que pot oferir en l'entorn de la comunicació universitària per respondre de manera efectiva a la heterogeneïtat dels seus consumidors.

11. Gràfics i infografies

Els gràfics i les infografies formen part d'aquesta nova forma d'informar que integra diferents elements i maneres de mostrar la informació. La inclusió d'aquests elements millora significativament la qualitat de la comunicació i la comprensió del contingut i, alhora, afegeix un component visual que facilita el consum d'informació, en potencia la claredat i la comprensió.

La inclusió de gràfics i d'infografies és especialment rellevant per traslladar dades de manera clara. No és el mateix ni s'entén de la mateixa manera explicar les dades a través del text que amb d'altres elements visuals. Les infografies com la que inclou *The Harvard Gazette* a la notícia "[Human brain seems impossible to map. What if we started with mice?](#)" (figura 20) fan que la informació es consumeixi de manera més ràpida i visual en comparació amb una explicació únicament textual. A la societat actual i en un entorn digital, on l'atenció és limitada, això és particularment valuós i important.

Comparing brain volume from worm to human



Each 1,000 cubic microns of brain volume is schematically represented by a 1 cm. linear distance. Source: "The Mind of a Mouse," Cell; Jeff W. Lichtman and Viren Jain

Figura 20
 Imatge: *The Harvard Gazette*, Harvard University

Les visualitzacions de dades aporten, com s'ha comentat, beneficis de millora de la comprensió i atracció del lector. També poden incorporar components interactius que, com s'ha analitzat anteriorment, juguen un paper essencial en la participació i *engagement* del lector. Els beneficis d'una millor comprensió i atracció del lector són inherents a les visualitzacions siguin o no siguin interactives.

Incloure dades en les informacions és una pràctica habitual avui, que confereix credibilitat a les narratives, demostren la base objectiva de la informació presentada, doten de credibilitat la informació i contribueixen a combatre les *fake news*. És igualment rellevant traslladar aquestes dades de manera clara i comprensible pel lector, per aquest motiu és important establir una bona representació visual.

En casos d'informació tècnica o complexa, l'ús de gràfics i d'infografies permet als lectors accedir a la informació sense necessitat de tenir una informació prèvia especialitzada. Tot i

aquests beneficis, les universitats, en els seus mitjans informatius, encara no han desplegat tot el potencial que tenen aquests elements. Exemples com el *timeline* (figura 21) que publica la revista *360upf* a la [notícia](#)³³ sobre el Diari de Barcelona, il·lustren com aquests recursos poden enriquir la presentació de la informació.

Cronologia del *Diari de Barcelona*



El diari tanca de nou i desapareix

Figura 21
Imatge: *360upf*, Universitat Pompeu Fabra

En alguns casos, per exemplificar les dades que conté la informació sí que s’hi inclouen gràfics. Un exemple és la notícia “[Les llengües s’apropen a la tecnologia: trenta anys de canvis a la Facultat de Traducció i Ciències del Llenguatge de la UPF](#)” que publica el número 12 de la revista *360upf*, per mostrar dades sobre perfils i l’evolució de l’alumnat.

En aquests context, és important seleccionar el gràfic més apropiat per a la informació que es vol comunicar, no tots els gràfics són adients per a totes les dades. L’element visual i estètic ha d’estar al servei de la informació i no pot prevaldre sobre el contingut.

El gràfic (figura 22) que *The Harvard Gazette* publica a la notícia “[The economy keeps getting better. Our moods? Not so much.](#)” mostra l’evolució de la confiança dels consumidors per afiliació política. En aquest cas, el que es mostra és la relació de sèries temporals, es facilita la comparació entre els valors numèrics associats a una sèrie temporal. L’elecció d’un gràfic de punts i línies és molt adequat per mostrar aquest tipus d’informació (Pérez-Montoro, 2022). Cada punt codifica el valor (eix Y) de la confiança que els electors de cada color polític tenen en un any en concret (eix X) i connecta aquest valor de la confiança, mitjançant una línia, amb

³³ El “Diari de Barcelona” reneix de la mà de la UPF per convertir-se en l’expressió periodística dels joves, *360upf*, número 7, octubre 2020 www.upf.edu/web/360upf/numero7/des-del-campus

els anys anteriors i posteriors per facilitar, a través d'aquesta connexió visual lineal, que hi ha una evolució de la confiança al llarg dels anys.

Consumer confidence by political affiliation, 2014-2023

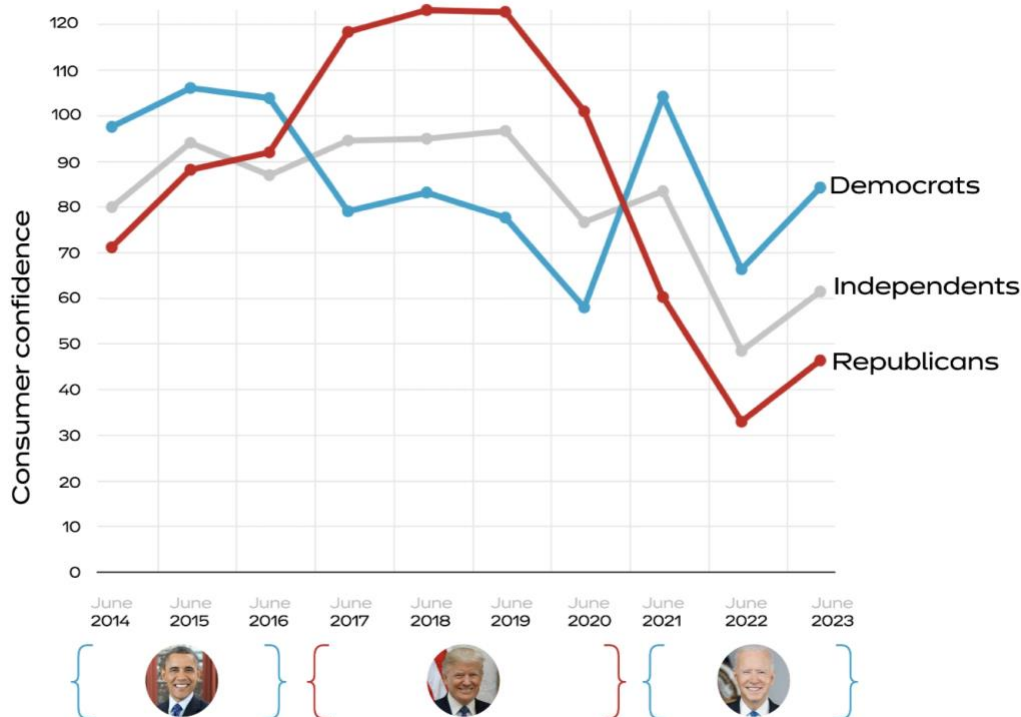


Figura 22
 Imatge: *The Harvard Gazette*, Harvard University

El gràfic és senzill, força neutre i només afegeix un element diferenciador a la llegenda en forma de fotografies dels caps de les llistes. La visualització d'aquestes dades no requereix d'elements visuals superflus per cridar l'atenció i compleix perfectament la seva funció: fer comprensible les dades que s'hi estan traslladant.

Troblem d'altres tipus de gràfics. En aquest cas, la notícia [‘Glass ceiling’ is problem, but so are ‘broken rungs’](#) (*The Harvard Gazette*) inclou el un gràfic (figura 23) que il·lustra la relació de comparació nominal. Amb l'objectiu de representar aquesta relació, s'ha optat per utilitzar un gràfic de barres, una elecció coherent i eficaç per a aquesta finalitat. Cal ressaltar que, a més de la relació de comparació nominal, el gràfic també inclou certa informació de relació de rànking, com es dedueix del títol del gràfic *“Hybrid/remote workers are just as ambitious”*. També en aquest tipus de relacions, els gràfics de barres poden ser adequats.

Ara bé, aquesta visualització presenta alguns elements que no faciliten la comprensió de les dades. En primer lloc, l'eix X no mostra els valors específics i això dificulta la identificació

precisa del percentatge corresponent a cada element, només es proporciona la referència al percentatge de cada un dels elements a la barra. En segon lloc, tenint en compte que la diferència entre un valor i un altre és molt petita, en alguns casos es fa difícil comprovar la diferència entre un element i un altre. En aquest cas, escollir una gràfica de punts, que permet no iniciar l'eix X en el valor 0, hauria facilitat la comprensió. En tercer lloc, la disposició dels elements per gènere, dones a l'esquerra i homes a la dreta, no facilita la seva lectura. La lectura de l'ítem "home" es fa d'esquerra a dreta, que és la convenció tradicional a la cultura occidental. La lectura de l'ítem "dona" es fa de dreta a esquerra, al contrari de la lectura tradicional al món occidental. En quart lloc, tenir-los separats no facilita la comparativa i, per tant, es perd la relació entre un i altre element. En aquest cas, si es vol es emfatitzar la relació de comparativa, cal ordenar-los de més a menys o de menys a més per tal que aquesta informació sigui més comprensible i s'entengui més ràpidament.

Hybrid/remote workers are just as ambitious

Interested in getting promoted to the next level



Source: "Women in the Workplace 2023" McKinsey & Co · Created with Datawrapper

Figura 23
Imatge: *The Harvard Gazette*, Harvard University

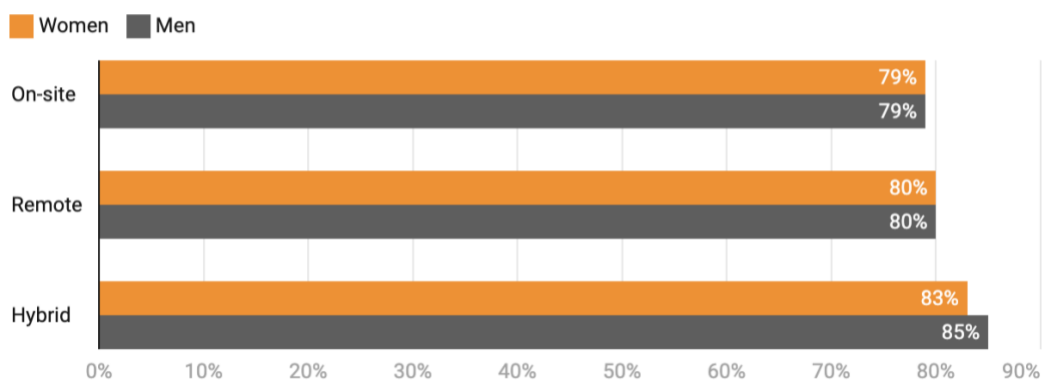
Aquest gràfic de la figura 23, serveix per exemplificar els casos en què l'aspecte estètic prima per sobre de l'aspecte informatiu.

Un opció per millorar aquesta informació podria ser el gràfic que es mostra a la figura 24, que mostra la relació de rànking a través de l'ordenació dels elements de manera ascendent i facilita la comparativa en posar agrupats els elements home/dona. També inclou a l'eix X, els valors, per contextualitzar els resultats. És una imatge de gràfic més clàssic, que no trasllada la mateixa curiositat que la de la figura 23, però que compleix molt millor la finalitat de comunicar les dades de manera clara i comprensible.

Tot i els avantatges clars d'incloure elements visuals com gràfics i infografies per a la transmissió d'informació, el seu ús en l'àmbit de la comunicació universitària és, fins ara, molt poc freqüent. Les dades de les notícies analitzades reflecteixen clarament la manca d'incorporació d'aquests elements a les notícies d'aquests mitjans. En percentatges, on en trobem més és a *360upf*, en un 5,11% de les notícies analitzades s'utilitzen infografies i en un 5,84% gràfics. En segon lloc, trobem *The Harvard Gazette*, un 4,30% de les notícies

inclouen infografies i un 4.76% gràfics. El mitjà que les utilitza en una menor mesura és *Conecta*. Només un 2,75% inclouen infografies i un 1,83% gràfics.

Hybrid- remote workers are just as ambitious



Source: "Women in the Workplace 2023" McKinsey & CoCreated with Datawrapper

Figura 24

Imatge: Elaboració pròpia

Una assignatura encara pendent per a tots els mitjans és un ús més extens d'aquests elements interactius perquè el percentatge és encara molt més petit quan es tracta d'infografies i gràfics amb algun tipus d'interactivitat.

12. Plataformes: l'ús de les xarxes socials

En aquest context informatiu actual, en el qual la interacció, la hipertextualitat, els elements multimèdia i les dades prenen un paper rellevant per arribar a l'audiència, hi ha un element que destaca per sobre de tots ells: les xarxes socials. Les noves narratives experimenten un salt transformador molt significatiu amb l'arribada de les plataformes de xarxes socials. Les xarxes socials han emergit com a poderoses eines de comunicació, transformant la manera com les notícies són creades, compartides i consumides. A més, com s'ha posat de relleu, la Generació Z identifica les xarxes socials com la seva font principal d'informació. Els atrau l'estil informal, la immediatesa, l'entreteniment i el fet que les consideren més personalitzades i diverses que els mitjans tradicionals.

Sembla força evident, doncs, que en el context universitari, aquestes plataformes ofereixen una oportunitat única per connectar amb el públic més jove.

12.1. Interacció amb l'audiència

Les xarxes socials proporcionen un espai directe per interactuar amb l'audiència. Aquesta interacció pren diferents formes:

12.1.1. La inclusió de publicacions de les xarxes socials a les notícies

Les dinàmiques narratives dels mitjans de comunicació, també dels mitjans de comunicació universitaris, han experimentat una metamorfosi significativa amb la incorporació de contingut de les xarxes socials a les notícies. Aquesta pràctica, que està en constant evolució, contribueix a enriquir les narratives informatives i ofereix una perspectiva clau sobre la intersecció entre els mitjans tradicionals i les plataformes digitals emergents.

Aquesta pràctica va més enllà d'il·lustrar històries amb fotografies i vídeos; es tracta d'incorporar perspectives diverses i d'expandir la narrativa a través d'aquests elements col·laboratius. Aquesta dinàmica, que és cada dia adoptada per més mitjans, té encara més rellevància en un mitjà, com els universitaris, on l'audiència s'informa i es comunica a través de les diferents xarxes socials que té a l'abast.

La inclusió de contingut de les xarxes socials no només enriqueix la narrativa, sinó que també empodera l'audiència per construir la seva pròpia notícia. Els lectors poden navegar a través de diferents elements, com tuits, fotografies i vídeos, adquirint el coneixement que decideixen explorar, inclús en temps real. Aquesta interacció dinàmica transforma la passivitat del lector d'abans en participació de l'audiència actual.

Conecta destaca per la integració de les xarxes socials en el seu contingut, aproximadament el 40% de les seves notícies incorporen elements d'aquestes plataformes. Un exemple concret és la cobertura de "[10 momentos clave de incMTY 2023, festival de emprendimiento del Tec](#)", on es combinen tuits, vídeos i fotografies de diverses xarxes i de diferents perfils. Aquesta combinació permet als lectors no només consumir la informació, sinó també explorar més a fons els continguts relacionats. L'ús d'elements de les xarxes socials aporta diversitat visual i textual i, a més, incorpora mirades diferents a la narrativa. Des dels tuits i les fotografies d'Instagram d'incMTY, tuits de la Secretaría de Economía de Nuevo León i fotografies de Facebook de Escuela de Negocios del Tecnológico de Monterrey, cada element contribueix aportant una perspectiva única, ampliant la comprensió de la història. Es crea una experiència immersiva que transcendeix la mera informació textual.

La integració de contingut de les xarxes socials enriqueix la notícia i alhora introdueix una complexitat transmediàtica. La informació ja no és unidireccional sinó que es bifurca cap a múltiples camins, creant trames i subtrames que es desvien del control tradicional del mitjà. Això genera un teixit narratiu inesperat, oferint diversitat i dinamisme a la presentació de notícies.

12.1.2. La difusió de la notícia a les xarxes socials: una altra manera d'arribar a l'audiència i fomentar la interacció

La difusió de les notícies a través de les xarxes representa una estratègia comunicativa diversa entre els diferents mitjans analitzats. En molts casos, els propis mitjans de comunicació publiquen les notícies als seus perfils a les xarxes socials. Aquesta pràctica té un doble impacte: per una banda, amplia l'abast de l'audiència i facilita l'arribada a perfils que potser no haurien descobert la notícia directament des del mitjà; i, per altra banda, fomenta la interacció i el debat entre els usuaris, a través dels comentaris, convertint-se en un motor d'amplificació de la informació i de (co)creació de coneixement.

En contrast amb la pràctica de la incorporació de publicacions de les xarxes a la notícia, que destaca en *Conecta* però que és molt poc utilitzada per *The Harvard Gazette* i 360upf, aquesta estratègia de publicar a les xarxes socials de la institució la difusió de la notícia és generalitzada i molt utilitzada per tots els mitjans analitzats.

La diversitat en les formes de difusió a les xarxes és notable. Des de plataformes com *LinkedIn* fins a *TikTok*, els mitjans exploren múltiples canals per arribar a l'audiència. La difusió de la notícia "[Like a Kardashian of the Roosevelt era](#)" sobre una obra de teatre a la universitat que fa *The Harvard Gazette* a través dels *stories* d'*Instagram* exemplifica aquesta pràctica. Hi publiquen l'enllaç directe a la notícia per a que pugui ser llegida íntegrament en el mitjà, però també un qüestionari sobre l'obra, que a mode de *newsgame*, potencia la participació activa de l'audiència.

D'altres usos efectius de difusió a les xarxes és publicar fragments d'una notícia amb un enllaç a la versió completa. La UPF adopta aquest enfocament, per exemple amb la publicació d'un [vídeo](#) a la xarxa X per fer difusió de la notícia "["Delicatessen" de la Biblioteca de la UPF: quinze obres diverses i singulars, sota el focus](#)". Aquesta pràctica captura l'atenció inicial i condueix els usuaris cap a la lectura completa de la notícia. També la UPF fa difusió dels nous números de la revista a través de les xarxes, com la publicació a [Instagram](#) per fer difusió del número 12 de la revista, que inclou vídeos extrets de les diferents notícies i que s'han unit per crear un nou element que crida l'atenció de l'audiència

Les xarxes socials no només serveixen com a canal unidireccional, sinó que es converteixen en facilitadores de la interactivitat. La creació de fòrums de debat i enquestes pot estimular la participació de l'audiència i fomentar la creació d'una comunitat virtual. Aquesta interacció constant contribueix de manera significativa a la construcció d'una relació més forta entre els mitjans de comunicació universitaris i el seu públic.

La publicació a les xarxes socials, pràctica estesa entre aquests mitjans, pot ser entesa com una estratègia integral de comunicació que proporciona una plataforma de difusió que amplia l'abast i genera interacció i construcció de coneixement de manera col·lectiva, dinàmica i participativa.

12.2. La narrativa a través de diferents elements publicats a les xarxes socials: la fragmentació del contingut

En aquest paisatge mediàtic que presenta constantment noves formes, els mitjans de comunicació universitaris despleguen pràctiques per amplificar la difusió de les seves notícies. Pràctiques que connecten de manera molt directa amb la seva audiència i sobretot que contribueixen a la difusió de les seves notícies.

Una de les pràctiques que ajuda a captar l'atenció és la publicació d'informació a les xarxes socials que complementa la notícia. Vídeos, fotografies i publicacions a les xarxes aporten capes d'informació que es conjuminen per crear una visió holística de la notícia. La fragmentació inherent a aquest enfocament permet que els receptors seleccionin fragments específics i que es construeixi una visió concreta i detallada o una visió de 360 graus a través de tots els elements proporcionats.

Aquest és un recurs utilitzat per aquests mitjans en major o menor mesura. Un exemple d'aquest ús és el que en fa *The Harvard Gazette* amb l'amplificació de la informació de la notícia "[Oh. My. Gourd.](#)" a través d'una [publicació](#) a Instagram i sobretot a través dels *stories* que aporten una part d'informació extra i enriqueixen la informació original. La construcció de la història no es limita difusió a les plataformes del propi mitjà, sinó que es desplega a través del ressò generat per altres actors a les xarxes. En aquest cas, per exemple, algú pot arribar a través de la difusió que d'altres [persones](#) o [mitjans](#) en fan a *LinkedIn* o construir la seva pròpia narrativa a través dels [tuits](#) a la xarxa X. Aquest fenomen té un doble impacte: la disseminació, que es tracta en detall en la secció següent, i la creació d'una història mitjançant contingut divers.

Fragmentar la informació emergeix com una estratègia més per despertar l'interès i mantenir-lo de manera sostinguda al llarg de diferents moments. *Conecta* fa un ús extensiu d'aquesta fórmula. Un dels exemples paradigmàtics és en la cobertura de la *Feria del Libro de Monterrey*. Publicacions diverses i disperses: a [Conecta](#), a [Linkedin](#), a [X](#) i fins a 31 [posts](#) a Instagram, acompanyats de diversos [stories](#) guardats als destacats per poder ser consultats amb posterioritat a la seva publicació permeten a cada persona construir el seu propi camí en la informació. D'aquesta manera, a través d'històries concises i concretes, es possibilita que cada fragment sigui independent, permetent als receptors consultar la informació segons les seves preferències sense la necessitat de conèixer d'altres fragments per tenir una comprensió completa. Així, es crea un mosaic informatiu que es pot personalitzar segons les preferències de cada individu, oferint una experiència d'aprenentatge més adaptada i participativa.

Una estratègia similar és la que utilitza *360upf* en alguns articles. Aquesta segmentació preexistent en la publicació a la categoria "Calidoscopi" serveix com a fonament per a la seva amplificació a les xarxes socials, especialment en forma de fil a la xarxa X. En concret, cada història que conforma la categoria "Calidoscopi" es presenta individualment a través d'un [fil](#) a la xarxa X. Aquesta presentació fragmentada, si bé coherent per si mateixa, adquireix una dimensió quan es contempla com a part d'un tot més ampli. Cada història, per separat, ofereix informació comprensible i singular, però, quan s'integra amb altres fragments dins del fil, contribueix a la creació d'una visió completa, teixida amb diverses perspectives. La combinació d'històries individuals dins del fil crea una experiència d'immersió que va més enllà de la presentació lineal d'informació i permet a l'audiència explorar i connectar-se amb la informació d'una manera personal i lliure.

Una altra estratègia particularment interessant per conèixer una història, és aquella que es desplega a través d'una diversitat de publicacions centrades en una persona i en la seva tasca. A través de diferents mitjans, veus i xarxes socials es configura una narrativa heterogènia que es pot explorar a través de l'interès inicial generat per una única publicació. A partir d'aquest punt d'entrada, els lectors poden explorar publicacions anteriors i posteriors relacionades amb la mateixa persona i d'aquesta manera es va construint gradualment una comprensió més àmplia i profunda de la història. Un bon exemple és la [notícia](#) de la revista *360upf* que posa de relleu la tasca que desenvolupa Laia Angrill, la publicació de la [notícia](#) que fa la UPF a la xarxa X i els posts³⁴ d'altres mitjans i particulars, relacionats amb aquesta persona, la seva feina i l'opinió que genera. Així, es va diversificant i eixamplant la notícia.

³⁴ <https://x.com/alumniUPF/status/1656557367935344640?s=20> i <https://x.com/nudigerard/status/1678155246491533313?s=20>, en són un exemple.

Aquesta pràctica, que aprofita la interconnexió de continguts a través de diverses plataformes i persones, aprofundeix l'experiència d'aprenentatge i posa de relleu la importància de la col·laboració en la creació i amplificació de narratives.

Aquest enfocament de difusió de contingut, aprofita les característiques de les xarxes socials, la seva capacitat d'oferir contingut fragmentat i contribueix a desenvolupar una narrativa multidimensional. Aquest recurs ressalta la importància de l'adaptabilitat i la creativitat en la difusió de notícies i il·lustra com les xarxes socials poden ser utilitzades com a plataforma per construir narratives dinàmiques, oferint als usuaris la possibilitat de consumir i interpretar la informació de maneres variades i personalitzades.

12.3. La difusió de les notícies per part de l'audiència: disseminació i viralització

Un altre element que entra en joc a l'hora transmediatitzar les notícies dels mitjans universitaris és la difusió a les xarxes per part de l'audiència. Els mitjans inclouen en les seves notícies la possibilitat que el públic les publiqui, incloent un enllaç que remet a la publicació.

L'audiència juga, doncs, un paper fonamental en la difusió i amplificació del ressò de les notícies, sent agents actius en la disseminació del contingut informatiu.

La disseminació de les notícies per part de l'audiència es manifesta a través de pràctiques com el "compartir", "(re)tuitejar", "postejar", "citar" i d'altres formes de distribució de contingut a les xarxes socials. La capacitat dels usuaris per convertir-se en ambaixadors de la informació atorga un abast més ampli a les notícies, més enllà dels límits dels mitjans de comunicació. En el cas de notícies com "[So what exactly makes Taylor Swift so great?](#)" les xarxes socials juguen un paper clau. L'audiència de *The Harvard Gazette* no és potencialment la mateixa que la que poden tenir determinades persones a través de les xarxes, no té el mateix impacte mediàtic parlar de Taylor Swift en una revista que fer-ho a les xarxes. Aquesta notícia, *The Harvard Gazette* la va compartir a [LinkedIn](#) des d'on ha estat compartida 124 vegades (molt més que la majoria de notícies que hi publica Harvard). Si des dels perfils de les persones que ho han compartit també se n'ha estès la difusió, aquesta notícia s'ha disseminat per les xarxes a molta més velocitat i quantitat del que s'hauria pogut fer només amb la publicació a la revista, per molts lectors que aquesta tingui.

Però la disseminació no acaba aquí, de fet no ha fet més que començar. Trobem també les persones que ho publiquen directament des de la revista, a través de l'enllaç que s'ha comentat que s'incorpora amb aquesta finalitat. En trobem a [LinkedIn](#) i a [X](#) i aquestes

publicacions seran vistes i, en alguns casos, difoses per d'altres persones que aniran fent que aquesta informació arribi cada vegada a més públic.

Quan els lectors poden compartir i retuitejar contingut directament des de la mateixa notícia, s'inicia un procés de difusió viral. Aquesta acció no només amplifica la visibilitat de la història, sinó que també impulsa la seva influència i potencial impacte social. Les xarxes socials es converteixen, així, en canals de distribució dinàmics que estenen la història més enllà del públic inicial. Quan les notícies es visualitzen tenen un impacte significatiu, arriben a públics molt amplis i diversos i es generen discussions massives. La clau de la vitalització està en la capacitat que té història per despertar emocions, provocar ressonància i fomentar la participació activa de l'audiència. Temes com la intel·ligència artificial porten a discussions entre persones de diferents perfils i àmbits, el tema transcendeix les fronteres del mitjà de comunicació i del seu entorn i es converteix en un tema d'interès general.

12.4. Els comentaris i el debat a les xarxes socials: identificació de temes d'interès

Un dels aspectes destacats que pot comportar la difusió a les xarxes socials és que, com s'ha comentat anteriorment, es generi debat i coneixement col·lectiu. Aquesta (co)creació de contingut genera una oportunitat única per identificar i explorar temes d'interès emergents en l'audiència.

Aquesta plataforma interactiva que són les xarxes socials permet que l'audiència expressi opinions, comparteixi perspectives i s'iniciïn debats interessants. Aquests elements poden servir com indicadors de l'interès de l'audiència en el contingut proposat, així com l'interès en temes que puguin sorgir i que no hagin estat tractats fins al moment. La capacitat dels mitjans de comunicació universitaris per identificar aquests temes d'interès emergents proporciona una base estratègica per ajustar i adaptar la seva cobertura informativa.

L'ús de les xarxes socials aporta beneficis múltiples per fer més visible i fer créixer el contingut informatiu. A més, la inclusió de contingut de xarxes socials i a les xarxes socials permet als lectors experimentar una connexió emocional més profunda amb la història. Imatges emotives, vídeos o testimonis directes proporcionen una immediatesa que va més enllà de la narrativa textual tradicional. Aquest tipus d'element interconnecta els lectors amb les emocions dels protagonistes, fent que la història sigui més rellevant i memorable.

13. Conclusions

El context informatiu universitari és complex, essencialment, a causa de tres elements interrelacionats.

En primer lloc, la complexitat dels temes a difondre, sovint molt amplis i de vegades de naturalesa inabastable.

En segon lloc, s'hi suma la diversitat de l'audiència a la qual s'adrecen aquests mitjans: una audiència extensa, polièdrica, molt acostumada a informar-se a través de les noves narratives i, sovint, saturada d'informació.

En darrer lloc, la manca de referents i, sobretot, de recursos en el marc de la comunicació universitària limiten la capacitat de dedicació i d'innovació.

De l'anàlisi dels mitjans *The Harvard Gazette*, *Conecta* i *360upf*, d'acord amb els objectius plantejats en el treball, se'n desprenen les següents conclusions:

En relació amb l'objectiu principal **sobre l'ús efectiu de les noves narratives en revistes i butlletins de notícies de les universitats:**

Les noves tecnologies com a un motor de canvi

Les noves tecnologies són utilitzades pels mitjans de manera més o menys generalitzada. Són un element clau per al desenvolupament de la informació i l'adaptació al tipus de consum demandat a la societat actual.

És un aspecte que està en constant evolució i fa pensar que el seu impacte en la informació universitària no ha fet més que començar. Les eines seguiran evolucionant i transformaran la comunicació universitària.

Les noves narratives han vingut per quedar-se

L'adopció generalitzada de les noves narratives en l'entorn universitari és una realitat, un fenomen que ha consolidat la seva presència de manera inqüestionable. Amb més o menys grau d'innovació, les tres institucions aborden decididament aquesta nova manera de

comunicar, que s'adapta als nous paradigmes informatius i que connecta amb l'audiència actual.

Totes elles utilitzen narratives interactives, hipertextuals, participatives i multimèdiàtiques i les integren en els seus continguts. L'ús d'aquestes narratives ha esdevingut un requisit essencial, un vehicle imprescindible per aconseguir l'impacte que es busca en un entorn caracteritzat per la saturació d'informació.

La utilització d'aquestes narratives respon a una necessitat d'adaptació als canvis en els hàbits de consum informatiu de l'audiència i a una estratègia eficient per establir connexions significatives amb els usuaris. Es converteix en un element fonamental per construir relacions estables i duradores amb una audiència que és cada vegada més exigent i heterogènia.

Seguir apostant per aquestes noves narratives i millorar-les, fer-les més presents és essencial per aconseguir adaptar-se a les necessitats actuals.

Les xarxes socials: el *trending topic* de l'ús en les noves narratives universitàries

Les xarxes socials són un component essencial per a la difusió i promoció de les notícies universitàries. La seva utilització és generalitzada, amb un ús preeminent per part de *Conecta* que, a més, consta de perfil propi.

La diversitat de xarxes socials utilitzades va des de *LinkedIn* fins a *TikTok*. Destaquen *Instagram* i *X*, com les que s'utilitzen més freqüentment. *Conecta* destaca per un ús força significatiu de *Facebook*, en contrast amb la presència gairebé nul·la que té a *The Harvard Gazette* i *360upf*. Aquestes dues institucions tenen un ús cada vegada més intensiu de *LinkedIn*, sense deixar de banda ni *Instagram* ni *X*. *TikTok* té una presència més modesta, però probablement és la xarxa que té més camí per recórrer i que més novetats ha aportat en l'àmbit de la comunicació universitària recent.

Els registres, el tipus de contingut i el públic al qual s'adrecen influeixen en la tria d'una xarxa social o una altra per difondre, ampliar o promocionar una notícia.

Com ja s'ha comentat, només *Conecta* incorpora directament elements de les xarxes a les notícies. En aquest aspecte, encara hi ha molt marge de millora. Així com en la capacitat de

(co)creació de contingut que tenen les xarxes socials i per les quals cal interacció directa amb l'audiència.

Els recursos escassos: un fre a la velocitat de l'evolució

Les universitats, en especial les institucions públiques, es veuen afectades per la limitada disponibilitat de recursos en l'àmbit de la comunicació. La manca d'una tradició consolidada en aquest sector fa encara més difícil establir els recursos necessaris per a una comunicació efectiva. En aquest aspecte, hi ha diferències entre les possibilitats que tenen les universitats privades, com Harvard i el Tecnológico de Monterrey i les universitats públiques, com la UPF.

Per continuar avançant en aquest àmbit, cal dotar la comunicació universitària dels recursos i de la consideració necessària. Cal visibilitzar-la i significar-la per tal de superar els obstacles existents.

En relació amb l'objectiu **d'identificar similituds i diferències en contingut i forma, estructura i ús de les narratives:**

El caràcter de la institució configura el caràcter del mitjà

Els butlletins i les revistes analitzats formen part d'institucions amb uns valors fermament arrelats al territori al qual pertanyen, però amb una clara vocació universal. Aquest tret impregna les tres institucions i les conforma, travessa els seus àmbits d'actuació i influeix significativament en la seva comunicació.

El prestigi i els valors de la universitat es manifesten en la seva comunicació, en el contingut però també en la forma.

Aquestes tres institucions tenen una clara vocació innovadora, per bé que en el cas de la Universitat de Harvard el factor tradició també hi té un pes rellevant. Aquest impuls innovador es reflecteix en la informació; amb l'ús de les noves tecnologies i amb una aposta clara per noves formes de comunicar.

La localització i la influència determinen el què i el com s'informa

La pertinença a un entorn geogràfic determina també el què i el com s'informa. Cada una d'aquestes institucions pertany a un territori i té una audiència, sobretot, de l'entorn immediat, amb l'excepció de Harvard. El renom d'aquesta institució i el fet de ser nord-americana, li confereixen un impacte més global.

La Universitat de Harvard informa predominantment d'aspectes que passen en el seu entorn, però a causa de la influència dels Estats Units i del fenomen de la globalització, adquireix ràpidament una dimensió universal.

La influència que exerceix el Tecnológico de Monterrey en l'entorn llatinoamericà és manifesta. Això es revela també en la tria del contingut i en la seva presentació. No obstant això, cal reconèixer la vocació universal i la seva identificació com a territori nord-americà. En aquest sentit, busca estar més connectat amb allò que passa als EEUU que el que passa als països de l'Amèrica Llatina i, això, té certa repercussió en la tria dels temes i en l'aposta per la innovació.

La Universitat Pompeu Fabra representa el model europeu sense renunciar a l'esperit innovador i global que vol abraçar. Aquesta dualitat queda palesa en les informacions que es recullen a la revista *360upf* i en la forma com es mostren. La revista *360upf* es centra més en temes universitaris, les notícies estan més orientades a aquest àmbit en comparació amb els altres mitjans. Ara bé, l'ús de les noves tecnologies i una aposta ferma per les noves narratives posen de manifest la voluntat d'innovar en l'àmbit de la comunicació. L'impacte global de la UPF es manifesta a través de notícies sobre els Alumni que resideixen arreu del planeta i de l'impacte transversal de la recerca.

En relació amb l'objectiu **d'avaluar la diversitat de mitjans utilitzats**:

L'ús i les limitacions de la fotografia, el vídeo i l'àudio

Les narratives universitàries es caracteritzen per un ús extensiu de les fotografies, tant a les notícies que publiquen als mitjans, amb fotografies pròpies, com a les xarxes socials.

Conecta adopta una pràctica particularment rellevant: la inclusió de fotografies de les xarxes socials del perfil de les persones o entitats que tenen relació amb la notícia. Aquesta integració

està íntimament connectada amb les característiques de fragmentació, transmediació i interacció pròpies de les noves narratives i aporta un coneixement addicional que ajuda a la creació de contingut de manera col·laborativa.

The Harvard Gazette i *360upf* han d'aprofundir en l'ús d'aquest recurs amb l'objectiu d'aprofitar tot el potencial que les xarxes socials, en particular, i les noves narratives, en general, poden aportar.

Pel que fa al vídeo, tot i que és un recurs altament consumit per les generacions dels *Millenials* i de la *Z*, la seva incorporació en els mitjans universitaris és escassa, amb l'excepció destacada de la revista *360upf*. Aquesta publicació incorpora una gran quantitat d'arxius de vídeo a les seves notícies i els combina adequadament amb el text per satisfer les expectatives d'una audiència que busca experiències multimèdia enriquidores.

Es fa evident la manca de vídeos de les xarxes socials que puguin proporcionar una perspectiva més informal i personal i que tan bé connecta amb l'*storytelling*. *Conecta*, com en el cas de la fotografia, és el mitjà que més ho utilitza i millor aprofita aquest recurs.

Resulta imprescindible, ajustar la durada dels vídeos, tenint en compte que l'atenció de l'audiència és limitada i que la tendència a l'*speedwatching* és cada vegada més freqüent.

Quant a l'àudio, l'anàlisi evidencia que aquest recurs està infrutilitzat. Malgrat el *boom* del consum d'arxius d'àudio, com els *podcasts*, aquesta tendència encara no es reflecteix directament en les notícies de l'àmbit universitari. La incorporació d'arxius d'àudio a les notícies universitàries és anecdòtica i dista molt de ser una tendència generalitzada. Només se n'ha detectat una presència reduïda en el cas de *The Harvard Gazette*. Per bé que l'ús és minoritari, la incorporació d'aquest tipus d'arxius demostra la seva eficàcia quan es combina amb d'altres com el text, la fotografia i, fins i tot, les visualitzacions de dades.

Les universitats haurien de considerar de manera més intensa la incorporació d'aquests arxius per aprofitar al màxim els beneficis que aquest tipus de recurs pot aportar a la creació d'un contingut més dinàmic i atractiu.

Molta informació, poca *gamificació*

Les notícies universitàries presenten una escassa presència de *gamificació* en la seva informació, tot i que compten amb el públic ideal per poder utilitzar elements d'*infotainment*. Només la revista *360upf* destaca per incorporar, a cada número, un qüestionari que els usuaris han de completar per obtenir informació sobre una efemèride o un personatge destacats. En alguns casos, també s'ha identificat algun qüestionari a les xarxes socials, però, en aquest cas, cobreixen més la funció interactiva que de *gamificació*.

Aquest aspecte, clarament infrautilitzat, representa una oportunitat que cal potenciar per alinear-se amb les preferències de consum, especialment de les noves generacions, molt acostumades a buscar l'entreteniment en qualsevol forma d'informació.

Seria aconsellable que els mitjans universitaris explorin i implementin més estratègies de *gamificació* per enriquir la seva oferta informativa. La creació de continguts que combinin informació rellevant amb elements interactius i formats lúdics pot augmentar significativament l'atractiu de les notícies universitàries, captant l'atenció d'una audiència que valora la participació activa i l'entreteniment.

En relació amb l'objectiu **d'identificar com els mitjans utilitzats es relacionen amb els tipus d'informació tractada:**

Notícies curtes i temes atractius

Un dels elements clau en la comunicació contemporània és la brevetat de la informació per adaptar-se a les preferències de consum de l'audiència actual, caracteritzada per un dèficit evident d'atenció.

Les notícies de *The Harvard Gazette* i *Conecta* adopten aquesta tendència, mentre que la revista *360upf* opta per reportatges més extensos, una característica que, en certa manera, és inherent a les revistes. Tot i que es tracta d'informacions més llargues, el fet que en molts casos estiguin conformades per diferents elements comprensibles de manera independent fa que puguin ser consumides de forma fragmentada.

Les audiències actuals són també demandants de temes que les interpel·lin directament, amb un enfocament més informal i emocional. En els tres mitjans, en menys mesura en *Conecta*,

hi ha un grau alt de formalitat, aspecte que es vincula estretament amb el caràcter de les institucions universitàries. En aquest àmbit, els mitjans de comunicació universitaris tenen una oportunitat de millora.

Visualització de dades: l'assignatura pendent

En un món on la proliferació de les *fake news* és cada vegada més alarmant, l'ús de les dades es converteix en una eina essencial per conferir credibilitat a les informacions.

L'ús de dades és sovint complex, per la dificultat d'interpretar-les. Per aquest motiu, els gràfics i les infografies han de ser utilitzats com a eines que facilitin la comprensió dels continguts. La utilització d'elements visuals simplifica la comprensió i fa més atractiva la lectura.

La incorporació de les dades a les narratives requereix temps, persones expertes dedicades a aquest àmbit i recursos tecnològics. Com ja s'ha destacat, les universitats sovint no compten amb aquests elements, malgrat la seva importància. En aquest sentit, caldrà que potenciïn aquest àmbit per assegurar que les seves notícies tinguin credibilitat, impacte i interès per part l'audiència. Aquesta millora ha de contribuir a la qualitat informativa, a combatre la desinformació i a construir una imatge de confiança en el seu contingut informatiu.

En relació amb el darrer objectiu, **establir una guia de propostes basada en els resultats d'aquesta investigació per millorar la comunicació universitària i identificar oportunitats derivades de les diferents estratègies narratives i recursos visuals.**

Es proposa un llista d'elements que poden contribuir a la millora de la comunicació universitària a través de l'ús de les noves narratives:

1. **Desenvolupar un model identitari propi:** Reflectir els valors i el caràcter de la institució en la comunicació, aportant aspectes diferenciadors i únics, que distingeixin de la resta, sense perdre de vista el públic actual.
2. **Dedicar més recursos i fomentar l'especialització:** Invertir en l'àmbit de la comunicació universitària per aconseguir una comunicació més efectiva i especialitzada. Atorgar-li visibilitat i reconeixement per superar els obstacles derivats de les limitacions econòmiques i de la manca d'especialització. Comptar amb una infraestructura adequada, la formació de professionals especialitzats i la implementació de tecnologies avançades per millorar la comunicació universitària, la percepció externa i afavorir la creació d'un diàleg més ric amb el públic.

3. **Adaptar el registre a les noves generacions:** Apropar-se a les preferències de les noves generacions amb un registre més informal.
4. **Impulsar l'ús de recursos audiovisuals:** Incrementar l'ús dels arxius de vídeo i àudio, millorar la visualització de dades i incorporar elements visuals com a part integral de la comunicació per aconseguir combinar els diferents elements i enriquir la transmissió de contingut.
5. **Potenciar la interactivitat i la hipertextualitat:** Utilitzar la interactivitat i la hipertextualitat per oferir notícies personalitzades, fragmentades, comprensibles a través de diferents elements i fragments i adaptades a les necessitats de l'audiència.
6. **Promoure l'*storytelling*:** Utilitzar l'habilitat narrativa per explicar històries que ressonin de manera universal i transcultural per arribar a audiències àmplies i diverses de manera efectiva i atraure el seu interès.
7. **Fomentar la participació de l'audiència:** Involucrar l'audiència en la creació de contingut i en l'enriquiment i la transmissió de la informació.
8. **Incorporar la *gamificació*:** Utilitzar elements d'*infotainment* per fer més atractiva la informació a una audiència acostumada a l'entreteniment. L'ús de la *gamificació* pot ser un element distintiu que afavoreixi la connectivitat amb el públic i consolidi la posició dels mitjans universitaris en el panorama informatiu actual.
9. **Explorar i utilitzar les xarxes socials de manera estratègica:** Adaptar el contingut i la xarxa social a cada notícia per optimitzar la difusió i la creació de contingut. La integració més profunda d'elements de les xarxes socials pot enriquir significativament les narratives universitàries, afavorint una participació més activa dels usuaris i consolidant la presència de les institucions acadèmiques en l'àmbit de la comunicació digital.
10. **Adaptar el contingut i l'estructura:** Adaptar els continguts als interessos actuals de l'audiència i ajustar la durada del contingut, optant per elements breus que permetin una lectura o visualització ràpida i àgil, especialment adreçada a una audiència caracteritzada per tenir un temps d'atenció limitat.

Cal impuls per continuar avançant en el bon camí

L'ús de les noves narratives en l'àmbit universitari representa un avanç positiu, amb la incorporació d'elements i recursos que responen a les expectatives i demandes de les audiències actuals. La transició cap a noves narratives ha demostrat ser la resposta necessària a les dinàmiques i preferències de la societat. L'ús d'eines interactives, recursos multimèdia i estratègies innovadores millora significativament l'*engagement* i enriqueix l'experiència informativa. Tanmateix, aquest és només el punt de partida, l'inici cap un camí

en el que les formes de consumir informació continuen transformant-se de manera accelerada.

Per consolidar aquesta tendència positiva, és necessari l'ús de més elements interactius, de més recursos tecnològics, econòmics i la professionalització de l'àmbit.

L'ús de noves narratives a l'àmbit universitari està en la direcció correcta, però la consolidació i l'avanç continuat requereixen un compromís renovat i un impuls significatiu.

14. Referències

BRENNAN, John; KING, Roger; LEBEAU, Yann. *The Role of Universities in the Transformation of Societies* [en línia]. London: The Open University, 2004 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: https://www.academia.edu/37349301/The_Role_of_universities_in_the_transformation_of_societies_an_international_research_project

DE AGUILERA MOYANO, Miguel; FARIAS BATLLE, Pedro; BARAYBAR FERNÁNDEZ, Antonio. *La comunicación universitaria. Modelos, tendencia y herramientas para una nueva relación con sus públicos* [en línia]. Madrid: Revista Icono 14, 2010 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/248/125>

DIMOCK, Michael. *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. [en línia]. Washington: Pew Research Center, 2019 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

DOMINGUEZ, Eva. *Periodismo inmersivo: la influencia de la realidad virtual y del video juego en los contenidos informativos*. [en línia]. Barcelona: UOC Press, 2013 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliuocsp-ebooks/detail.action?docID=3224054>

EDDY, Kirsten. *The changing news habits and attitudes of younger audiences* [en línia]. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/young-audiences-news-media>

FARRÚS, Mireia; NOGUERA, Ingrid; SANTANACH, Francesc; MORÉ, Quim; LÓPEZ, Cristina; APPLE, Christine. *L'ensenyament universitari del segle XXI: més enllà del paper* [en línia]. Revista de biblioteconomia i documentació, 2011, Núm. 55. [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://raco.cat/index.php/Item/article/view/259704>

GAYÀ MORLA, Catalina i VIDAL CASTELL, David. *Noves formes narratives, storytelling i periodisme* [en línia]. Barcelona: UOC, 2021 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: https://materials.campus.uoc.edu/daisy/Materials/PID_00283076/pdf/PID_00283076.pdf

GARCÍA CAMPOS, Juan Manuel. *Introducció al periodisme multimèdia* [en línia]. Barcelona: UOC, 2021 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: https://materials.campus.uoc.edu/daisy/Materials/PID_00283074/pdf/PID_00283074.pdf

GARCÍA, Felipe, PORTILLO BERASALUCE, Javier, ROMO URIARTE, Jesús María, BENITO, Manuel. *Nativos digitales y modelos de aprendizaje* [en línia]. Bilbao: SPDECE, 2007 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7752572>

GARCÍA ORTA, Juan. *Comunicación interna y universidad. Una aproximación teórica* [en línia]. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2012 [consulta: novembre de 2023]. Disponible a: <https://idus.us.es/handle/11441/26892>

IRIGARAY, Fernando. *Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad* [en línia]. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2015 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://www.fiile.org.ar/uploadsarchivos/4.pdf>

LOSADA DÍAZ, José Carlos. *Prensa e imagen corporativa en la universidad: los públicos internos*. Murcia: Universidad Católica San Antonio de Murcia, 2002 [consulta: octubre de 2023].

Magna Charta Universitatum 2020 [en línia]. The Observatory, 2020 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://site.unibo.it/magna-charta/en/magna-charta-universitatum>

MARTÍNEZ GARRIDO, Estela. *Las misiones de la universidad en el siglo XXI* [en línia]. Telos, 2015 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero101/las-misiones-de-la-universidad-en-el-siglo-xxi/>

MONTAÑA MATOSAS, Jordi; ARIÑO VILLARROYA, Antonio. *Carta d'Universitats i Cultura* [en línia]. Castelló de la Plana: Xarxa Vives d'Universitat, 2021 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://www.vives.org/book/carta-universitats-cultura/>

MOSCARDINI, Alfredo; STRACHAN, Rebecca; VLASOVA, Tanya. *The role of universities in modern society* [en línia]. Studies in Higher Education, 2020 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: https://www.researchgate.net/publication/343978368_The_role_of_universities_in_modern_society

PALENCIA-LEFLER ORS, Manuel. *La incomunicación interna en la Universidad española* [en línia]. Madrid: Revista Latina de Comunicación Social, 2008 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1881>

PASTOR, Xavier; CAICEDO, Claudia. *¿Cómo elaborar un trabajo final de màster?* Barcelona: Editorial UOC, 2016

PÉREZ-MONTORO GUTIÉRREZ, Mario. *Comunicación visual de la información. Qué y cómo podemos narrar con datos.* [en línia]. Rio de Janeiro: IBICT-UNESCO. ISBN 978-65-89167-63-1, 2022. [consulta: novembre de 2023]. Disponible a: <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/183791>

POMPPER, Donnalyn. *Toward a 'Relationship-Centered' approach to student retention in Higher Education* [en línia]. Rhinebeck: Public Relations Quarterly, 2006 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://www.proquest.com/docview/222460969>

SCOLARI, Carlos A. *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan* [en línia] Barcelona: DEUSTO, 2013 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: <https://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2013/05/119756745-1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia.pdf>

THÉRY, Julien. *El nacimiento de la universidad en la edad media* [en línia]. National Geographic, 2023 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/nacimiento-universidad-edad-media_20124

TORREZ, J. Estrella. *Responsibility, Reciprocity, and Respect: Storytelling as a Means of University-Community Engagement* [en línia]. New York: Peter Lang Publishers, 2018 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: https://www.academia.edu/37618431/Responsibility_reciprocity_respect_Community_engagement_in_diverse_Latinx_communities

VILALTA, Josep M.; VILLAR, Sara; JOVÉ, Núria; BETTS, Alícia. *El valor social de les universitats públiques catalanes. Una aproximació quantitativa i qualitativa* [en línia]. Barcelona: Associació Catalana d'Universitats Públiques, 2020 [consulta: octubre de 2023]. Disponible a: https://indicadorsuniversitats.cat/wp-content/uploads/2020/12/EL-VALOR-SOCIAL-UNIVERSITATS-ACUP_INFORME-COMPLET-2.pdf

Topic	Noticia	Data	Enllaç notícia	Elements														Observacions						
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Característiques	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	LinkedIn		Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram	Enllaç i observacions	
	How to prepare for a trip to space	25/10/23	https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/10/how-to-prepare-for-a-trip-to-space/	Si	Si	Només portada	No		No		No							No	Barç Harvard in the Gazette	No	Algunes publicacions relacionades però no directament de Harvard			
	Cellular atlas guides new understanding of brain	24/10/23	https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/10/innovative-imaging-maps-organs-of-brain-linked-to-	Si	Si	Només portada	No		No									No		No	Algunes publicacions relacionades però no directament de Harvard			
	Who will fight for the frogs?	23/10/23	https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/10/researchers-fight-to-save-frogs-from-extinction/	Si	Si		No		No									No		No	Algunes publicacions relacionades però no directament de Harvard			
	When future weather outside is frightful — hot, that is	18/10/23	https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/10/experts-warn-how-its-will-change-as-global-	Si	Si		No		Si									No		No	Algunes publicacions relacionades però no directament de Harvard			
	Staying ahead of virus mutations	11/10/23	https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/10/scientists-develop-ai-tool-that-eradicates-virus/	Si	Si	Portada animada	No		No									No	Algunes publicacions relacionades però no directament de	No	Algunes publicacions relacionades però no directament de Harvard	Si	stories	
	Finding explanation for Miky Way's warp	27/9/23	https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/09/harvard-astronomers-find-explanation-for-	Si	Si	Només portada	No		No									No	Algunes publicacions relacionades però no directament de	No	Algunes publicacions relacionades però no directament de Harvard	Si	stories	
	Human brain seems impossible to map. What if we started with mice?	26/9/23	https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/09/human-brain-too-big-to-map-so-theyre-starting-with-	Si	Si		No		No									No		No	Barç Harvard Brain Science in Gazette			
	On the road to smoother EV charging — and hopefully, greater adoption	18/9/23	https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/09/on-road-to-smoother-ev-charging-earlier-	Si	Si		No		No									Si	https://www.linkedin.com/posts/harvard-university_on-road-to-	Si	https://x.com/Harvard/status/1704482544131956862?s=20			

CONECTA																								
Topic	Noticia	Data	Enllaç notícia	Elements																	Observacions			
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Vídeo	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Linkedin	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram	Enllaç i observacions			
Arte y Cultura	Diseño latinoamericano: profesora Tec lidera exposición del MoMA en NY	23/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/ciudad-de-mexico/arte-y-cultura/disenno-latinoamericano-profesora-tec-lidera-exposicion-moma	SI	SI		No	No		No		No						SI	https://x.com/ConectaTECmx/status/1727846846884618604?s=20					
	Fiesta, premios y cine: realizan segundo Festival de Cortos Tec 2023	22/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/arte-y-cultura/feiesta-premios-y-cine-realizan-segundo-festival-de-cortos-tec-2023	SI	SI	Facebook	No	SI	No funciona	No			No	SI	Facebook									
	¡Alumna poeta! Publican obra de estudiante de PrepaTec Laguna	21/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/laguna/arte-y-cultura/alumna-poeta-publica-obra-de-estudiante-de-prepatec-laguna	SI	SI		No	No		No			No					SI	https://x.com/ConectaTECmx/status/1727363822141550608?s=20					
	¡Suenan las cuerdas! Se presenta Kronos Quartet en el Tec	17/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/arte-y-cultura/suenan-las-cuerdas-se-presenta-kronos-quartet-en-el-tec	SI	SI	Facebook	No	No		No			No	SI	Facebook								Posts relacionats	
	Detrás del micrófono: estudiante Tec dobla a personaje de Netflix	6/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/ciudad-de-mexico/arte-y-cultura/detras-del-microfono-estudiante-tec-dobla-personaje-de-netflix	SI	SI		No	SI					No	SI	Instagram	SI	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7127805554688901129#update:urn:li:activity:7127805554688901129#update:urn:li:activity:7127805554688901129#update:urn:li:activity:7127805554688901129							
	Artista digital Tec colabora en video musical de League of Legends	3/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/estadad-unidos/mexico/arte-y-cultura/artista-digital-tec-colabora-en-video-musical-de	SI	SI	Instagram	No	No		No			No	SI	Instagram									
	Día de Muertos: Así se vivió esta tradición mexicana en Tec Gdl (foto)	2/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/quadalajara/arte-y-cultura/dia-de-muertos-asi-se-vivio-esta-tradicion-mexicana-en-tec-gdl	SI	SI	Fotogalería	No	No		No			No								SI	https://www.instagram.com/reel/CzL8TR-3Sub?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBINWFIZA==		
	¡Celebración multicultural! Así se vive EXPOTEC 2023 (fotogalería)	2/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/arte-y-cultura/celebracion-multicultural-asi-se-vive-expotec-2023-fotogaleria	SI	SI	Fotogalería	No	No		No			No							No ho fa connecta però sí Tec https://x.com/TECamposMTX/status/1714068712297549970?s=20				
	¡A Canadá! Ganador del primer Festival de Cortos del Tec en el TIFF	31/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/ciudad-de-mexico/arte-y-cultura/canada-ganador-del-primer-festival-de-cortos-del-tec-en-el-tiff	SI	SI	Instagram	No	No		No			No	SI	Instagram									
¡Profesora Tec e influencer! Lleva arte de las aulas a las redes	29/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/laguna/arte-y-cultura/profesora-tec-e-influencer-lleva-arte-de-las-aulas-las-redes	SI	SI		No	SI		No			No	SI	TikTok	No									
¡Vuelve EXPOTEC! La fiesta multicultural del campus Monterrey	27/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/arte-y-cultura/vuelve-expotec-la-fiesta-multicultural-del-campus-monterrey	SI	SI		No	No		No			No				SI	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7125654378770580736?update:urn:li:activity:7125654378770580736?update:urn:li:activity:7125654378770580736	SI	https://x.com/ConectaTECmx/status/17199233293087132147?s=20	SI	https://www.instagram.com/reel/CzVPMudMaoM?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBINWFIZA==			

CONECTA																						
Tòpic	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements																	Observacions	
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Vídeo	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Linkedin	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram		Enllaç i observacions
	¡Oro en mundial de basquetbol 3x3! Jugadoras del Tec triunfan en Qatar	17/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/sport/tema/4/ deportes/oro-en-mundial-de-basquetbol-3x3-jugadoras-del-tec-triunfan-en-qatar	Si	Si		No	Si	Instagram	No					Si	Instagram						
	Atleta Tec gana oro en tiros de 3 en Torneo Mundial de Básquetbol 3x3	16/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/sport/tema/4/ deportes/atleta-tec-gana-oro-en-tiros-de-3-en-torneo-mundial-de-basquetbol-3x3	Si	Si		No	No		No												
	¡Campeones nacionales! Borregos Puebla ganan campeonato de ajedrez	14/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/puebla/deportes/campeones-nacionales-borregos-puebla-ganan-campeonato-de-ajedrez	Si	Si	X	No	No		No				Si	X							
	Diversidad: Atletas de EU comparten experiencias deportivas en Tec Gdl	7/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/quadajajara/deportes/diversidad-atletas-de-eu-comparten-experiencias-deportivas-en-tec-gdl	Si	Si		No	No		No												
	Atletas Tec brillan: ganan 5 preseas para México en Panamericanos 2023	6/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/deportes/atletas-tec-brillan-ganan-5-preseas-para-mexico-en-panamericanos-2023	Si	Si		No	No								Instagram, linkedin						
	¡En Japón! 2 egresados Tec compiten en campeonato mundial de natación	2/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/quadajajara/deportes/en-japon-2-egresados-tec-compiten-en-campeonato-mundial-de-natacion	Si	Si		No	No		No												
	Con League of Legends, Tec en Estado de México inaugura Arena Esports	1/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/estado-de-mexico/deportes/con-league-legends-tec-en-estado-de-mexico-inaugura-arena	Si	Si		No	No		No									Algunes publicacions relacionades però no directament de Conecta	Si		
	¡Con un grand! EXATEC juega partido con equipo profesional de beisbol	31/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/sinaloa/deportes/con-un-grande-exatec-juega-partido-con-equipo-profesional-de-beisbol	Si	Si		No	No		No									Però ho posteja la notícia TEC Sinaloa https://x.com/TECamosSIN/status/171952248594067701?s=21			
	¡Karate Do! Alumna gana medalla de plata en mundial de artes marciales	30/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/cuernavaca/deportes/karate-do-alumna-gana-medalla-de-plata-en-mundial-de-artes-marciales	Si	Si		No	No		No				Si	Instagram							

CONECTA																												
Topic	Noticia	Data	Enllaç noticia	Elements																Observacions								
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Linkedin	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions		Instagram	Enllaç i observacions						
	Tec busca usar inteligencia artificial en pro de la educación.- Rector	17/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/que-estamos-educacion/tec-busca-usar-inteligencia-artificial-en-pro-de-la-educacion-rector	Si	Si	X	No	No		No						Si	X	Si	https://www.linkedin.com/posts/rector-tec_inteligenciaartificial-activity-713786613170730016-?utm_source=share&utm_medium=member_desktop	Si	https://x.com/ConectaTEC/status/1727096783510344188?s=20							
	¡Michelin! Alumnos Tec apoyan a resolver problemas industriales	16/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/leon/educacion/michelin-alumnos-tec-apoyan-resolver-problemas-industriales	Si	Si					No																		
	Reto electrizante: alumnas Tec en competencia de General Motors	14/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/estado-de-mexico/educacion/reto-electrizante-alumnas-tec-en-competencia-de-general-motors	Si	Si																						Però postaja la noticia Tec Estado de México https://x.com/ITESMCEM/status/1727846997724368975?s=20	
	¡Premiados! 2 proyectos de Tec Gdl ganan preseas de innovación Jalisco	14/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/quadalajara/educacion/premiados-2-proyectos-de-tec-gdl-ganan-presea-de-innovacion-jalisco	Si	Si	Facebook										Si		Facebook										
	A España: profesora crea experiencia internacional para alumnos Tec	14/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/educacion/espana-profesora-crea-experiencia-internacional-para-alumnos-tec	Si	Si																							
	Participa PrepaTec Monterrey en justa nacional de robótica educativa	14/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/educacion/participa-prepatc-monterrey-en-justa-nacional-de-robotica-educativa	Si	Si																							
	4 tips para aplicar storytelling en la animación digital	13/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/educacion/4-tips-para-aplicar-storytelling-en-la-animacion-digital	Si	Si	Instagram	X		No	Si	X					Si		Instagram	X	No	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7128805727283142658?updateEnviUmsurn%3AAl%3Ats_feed%3A%2B%2F%2Curn%3A%3Aactivity%3A7128805727283142658%29&fromAdminsNotifications							
	Rankings OS 2024: posgrados de EGADÉ lideran en México y Latinoamérica	12/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/educacion/rankings-os-2024-posgrados-de-egade-lideran-en-mexico-y-latinoamerica	Si	Si					Si	No animada									No	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7124866340242300929?updateEnviUmsurn%3AAl%3Ats_feed%3A%2B%2F%2Curn%3A%3Aactivity%3A7124866340242300929			Algunes publicacions https://x.com/egade/status/172308446227450474?s=20				
	Inteligencia artificial, presente y futuro: Tec protagoniza Symposium	11/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/laguna/educacion/inteligencia-artificial-presente-y-futuro-tec-protagoniza-symposium	Si	Si	Instagram, Facebook			No	Si						Si		Instagram, Facebook	No	Però moltes publicacions relacionades								
	Desafío informático: aprenden de ciberseguridad en Hack@Tec 2023	10/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/educacion/desafio-informatico-aprenden-de-ciberseguridad-en-hacktec-2023	Si	Si															No	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:713023736361026384?updateEnviUmsurn%3AAl%3Ats_feed%3A%2B%2F%2Curn%3A%3Aactivity%3A713023736361026384			Però ho postaja Escuela de Ingeniería y Ciencias TEC https://x.com/IngenieriasTec/status/1724472527383378019?s=20	https://www.instagram.com/reel/CzdGf3uM-/?utm_source=ig_web_copy_link&gshid=MzR0ODBiWFZA==			
	6 preguntas (humanas) sobre la inteligencia artificial	3/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/educacion/6-preguntas-humanas-sobre-la-inteligencia-artificial	Si	Si	Ilustració			No										No	Però moltes publicacions relacionades								

CONECTA																					
Tópico	Noticia	Data	Enllaç noticia	Elements																	Observacions
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Vídeo	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	LinkedIn	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram	
	Herramientas digitales: Tec y FEMSA promoverán la educación financiera	3/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/educacion/herramientas-digitales-tec-y-femsa-promoveran-la-educacion-financiera	Si	Si	Facebook	No	No		No		No			Si	Facebook					
	Tec busca impulsar comunidades de Chiapas con aprendizaje colectivo	3/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/chiapas/educacion/tec-busca-impulsar-comunidades-de-chiapas-con-aprendizaje-colectivo	Si	Si		No	No	Instagram	No		No			Si	Instagram					
	Teresa Almaguer: 45 años de formar estudiantes en ética empresarial	1/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/educacion/teresa-almaguer-45-anos-de-formar-estudiantes-en-etica-empresarial	Si	Si	X	No	No		No		No			Si	X					
	Foro mundial de ingeniería: reflexionan en el Tec sobre tendencias	24/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/educacion/foro-mundial-de-ingenieria-reflexionan-en-el-tec-sobre-tendencias	Si	Si		No	Si		No		No									
	¡Delegados, el foro está abierto! Tec campus SLP fue sede de MONULAC	23/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/san-luis-potosi/educacion/delegados-el-foro-esta-abierto-tec-campus-slp-fue-sede-de-monulac	Si	Si	Instagram	No	No		No		No			Si	Instagram				Però ho tulleja TEC Campus San Luis Potosí https://x.com/TECCampusSLP/status/1717307164681805871?s=20	
	¡Plata para México! Jóvenes consiguen premio en mundial de robótica	19/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/educacion/plata-para-mexico-los-jovenes-consiguieron-premio-en-el-mundial-de-robotica	Si	Si	Facebook	No	Si	Instagram	No		No			Si	Instagram, Facebook				Algunes publicacions relacionades	
	Su curso de liderazgo: 1 de los 10 más innovadores del año en edX	11/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/educacion/su-curso-de-liderazgo-1-de-los-10-mas-innovadores-del-año-en-edx	Si	Si	X	No	No		No		No			Si	X				Algunes publicacions relacionades	
Emprendedores	Startups vs el cambio climático? Esta convocatoria del Tec es para ti	24/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/startups-vs-el-cambio-climatico-esta-convocatoria-del-tec-es-para-ti	Si	Si		No	No		Si	No animada	No								Moltes publicacions relacionades	
	Tec de Monterrey: top 10 en ranking de emprendimiento por 6to. año	22/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/tec-de-monterrey-top-10-en-ranking-de-emprendimiento-por-6to-año	Si	Si		No	No		No		No								Moltes publicacions relacionades	
	10 momentos clave de InCMTY 2023, festival de emprendimiento del Tec	16/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/incmty2023-10-momentos-clave	Si	Si	Instagram, Facebook, X	No	Si	X		No		No		Si	Instagram, Facebook, X	Si			https://www.instagram.com/reel/Czou7C2RjxG/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBINWFZA==	
																					Moltes publicacions relacionades

CONECTA																							
Tópico	Noticia	Data	Enllaç noticia	Elements																	Observacions		
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Vídeo	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	LinkedIn	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram		Enllaç i observacions	
	Modernizar PyMES: 5 claves para la transformación digital en empresas	16/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/modernizar-pymes-5-claves-para-la-transformacion-digital-en	Si	Si		No	No		No										Algunes publicacions relacionades			
	Estas fueron las startups ganadoras en las competencias de incMTY 2023	16/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/incmty2023-estas-fueron-las-startups-ganadoras-en-las-competencias-de-incmty	Si	Si		No	No		No										Si	https://x.com/ConectaTECmx/status/1725562392963170444?s=20	Si	
	Empresa familiar: 4 tendencias para preservar su legado	16/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/incmty2023-empresa-familiar-tendencias	Si	Si	Facebook	No	No		No				Si	Facebook					Moltes publicacions relacionades	Moltes publicacions relacionades		
	3 mitos y 3 claves del uso de ChatGPT en los negocios y empresas	16/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/incmty2023-3-mitos-y-3-claves-del-uso-de-chatgpt-en-los-negocios-y-empresas	Si	Si		No	No		No										Si	https://x.com/ConectaTECmx/status/1727469516811272494?s=20		
	Cómo usar la inteligencia artificial en empresas y negocios	16/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/incmty2023-como-usar-la-inteligencia-artificial-en-empresas-y-negocios	Si	Si		No	No		No										Algunes publicacions relacionades	Algunes publicacions relacionades		
	Tec impulsará crecimiento exprés de empresas con alianza blitzscaling	15/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/incmty2023-tec-impulsara-crecimiento-express-de-empresas-con-alianza-estrategica	Si	Si		No	No		No										Algunes publicacions relacionades			
	Alumnos crean APP de empleabilidad y ganan beca de 650 mil pesos	15/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/san-luis-potosi/emprendedores/alumnos-crean-app-de-empleabilidad-y-ganan-650-mil	Si	Si		No	No		No											Moltes publicacions relacionades		
	5 consejos para emprender y no desistir, del "tiburón" Brian Requarth	15/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/brian-requarth	Si	Si	X	No	Si		No				Si	X					Moltes publicacions relacionades	Si	https://x.com/ConectaTECmx/status/1724862610456162558?s=20	
	Crecer la empresa: Tec y NIC México apoyarán digitalización de PyMES	15/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/incmty2023-por-las-pymes-crece-tec-alianza-para-digitalizarlas	Si	Si	X	No	No		No				Si	X					Moltes publicacions relacionades	Moltes publicacions relacionades		
	Inicio hoy incMTY 2023, el festival emprendedor del Tec de Monterrey	13/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/incmty2023-primera-festiva	Si	Si	Instagram, Facebook	No	Si		No				Si		Instagram, Facebook	Si			https://x.com/ConectaTECmx/status/1725562392963170444?s=20	Si	Hi ha 9 posts sobre aquest tema	
	Moda sustentable: Alumna Tec llega a Vogue Leaders con emprendimiento	30/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/laguna/emprendedores/moda-sustentable-alumna-tec-llega-a-vogue-leaders-con-emprendimiento	Si	Si	Instagram	No	No		No				Si		Instagram					Ho publica Tec Campus Laguna		

CONECTA																					
Topic	Noticia	Data	Enllaç noticia	Elements																	Observacions
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Linkedin	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram	
	Logística Inteligente: EXATEC crea empresa de servicios de paquetería	27/9/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/logistica-inteligente-exatec-crea-empresa-de-servicios-de-paqueteria	Si	Si	Instagram	No	No		No		No			Si	Instagram					
	¡Menstruación digna! Queretanas son galardonadas por iniciativa social	11/9/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/menstruacion-digna-queretanas-son-galardonadas-por-iniciativa-social	Si	Si	X	No	Si	X	No					Si	X			Si	https://x.com/ConectaTECmx/status/1699133371958378738?s=20	
	¡Inclusión! Colaboradora Tec, finalista en premios para mujeres en IA	31/8/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/inclusion-colaboradora-tec-finalista-en-premios-para-mujeres-en-ia	Si	Si	Facebook	No	Si		No					Si	Facebook	Moltes publicacions relacionades			Moltes publicacions relacionades	
	Profesor del Tec Gro expone 3 tendencias en sector agroalimentario	25/8/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/queretaro/emprendedores/profesor-del-tec-gro-expone-3-tendencias-en-sector-agroalimentario	Si	Si	Instagram	No	No		No					Si	Instagram					
	Moda eco-friendly: proyecto de alumna Tec es finalista del Hult Prize	25/7/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/santa-teresa/emprendedores/moda-eco-friendly-proyecto-de-alumna-tec-es-finalista-del-hult-prize	Si	Si	Instagram	No	No		No					Si	Instagram					
	¡Lleva tu idea a otro nivel! Busca Tec emprendimientos fintech	10/7/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/lleva-tu-idea-a-otro-nivel-busca-tec-emprendimientos-fintech	Si	Si		No	Si		No		No			Si				Si	https://x.com/ConectaTECmx/status/1679309725530464256?s=20	
																				Té audio	
Institución	Huella EXATEC: estudio revela impacto de egresados en 80 años del Tec	23/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/institucion/estudio-impacto-economico-global-social-exatec-80-aos	Si	Si		No	No		No		No									
	20 años después: Tec Puebla abre cápsula del tiempo (fotogalería)	14/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/puebla/institucion/20-anos-despues-tec-puebla-abre-capsula-del-tiempo-fotogaleria	Si	Si	fotogalería	No	No		No		No									
	Hugo Garza: entre el arte y la estrategia empresarial	10/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/institucion/hugo-garza-entre-el-arte-y-la-estrategia-empresarial	Si	Si		No	No		No		No									
	Líder digital del Tec plantea ante FMI reto de Inteligencia Artificial	7/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/institucion/lider-transformacion-digital-tec-de-monterrey-plantea-ante-fmi-retos-avanzacion-inteligencia-artificial	Si	Si		No	No		No		No								Moltes publicacions relacionades	

CONECTA																							
Tòpic	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements																Observacions			
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Vídeo	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	LinkedIn	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions		Instagram	Enllaç i observacions	
	Tec. universidad #1 de México: ranking mundial 2024 de evaluadora THE	9/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/institucion/tec-universidad-1-de-mexico-ranking-mundial-2024-de-avaliadora	Si	Si	X	No	No		No		No			Si	X							
	¡20 años! El camino de la Escuela de Gobierno del Tec en su historia	9/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/institucion/20-anos-el-camino-de-la-escuela-de-gobierno-del-tec-en-su-historia	Si	Si	X	No	No		No		No		Si	X				Algunes publicacions relacionades				
	¡Docentes líderes! Iniciativa Tec para atraer talento internacional	3/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/institucion/docentes-lideres-iniciativa-tec-para-atracer-talento-internacional	Si	Si	X	No	Si		No		No		Si	X				Moltes publicacions relacionades				
Salud	Alza de casos de neumonía infantil en China: ¿hay riesgo para México?	24/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/salud/alza-de-casos-de-neumonias-infantiles-en-china-hay-riesgo-para-mexico	Si	Si		No	No		No		No							Algunes publicacions relacionades				
	Experta del Tec da vistazo al futuro de la IA en salud y educación	22/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/salud/avanza-el-futuro-de-la-ia-en-salud-y-educacion	Si	Si		No	No		No		No							https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7133316995298549781?updateEntityUrnurn%3A%3A%3Afs_feedUpdate%3A%28V2%2Curn%3A%3Aactivity%3A71				
	Ranking América Economía 2023: Hospitales TecSalud, entre los mejores	15/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/salud/ranking-america-economia-2023-hospitales-tec-salud-entre-los-mejores	Si	Si		No	No		No		No											
	10 acciones clave para tu bienestar laboral	15/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/salud/10-acciones-clave-para-tu-bienestar-laboral	Si	Si	X	No	No		No		No		Si	X								
	Terapia génica: una esperanza contra las enfermedades hereditarias	13/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/salud/terapia-genica-una-esperanza-contras-las-enfermedades-hereditarias	Si	Si		No	No		No		No											
	Hospital de TecSalud, entre los mejores 5 de México en ranking 2023	1/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/salud/hospital-de-tec-salud-entre-los-mejores-5-de-mexico-en-ranking-2023	Si	Si	X	No	No		No		Si	No interactiu	Si	X				Alguna publicació relacionada				
	¿Por qué vacunarse vs COVID e influenza en época invernal?	1/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/salud/por-que-vacunarse-vs-covid-e-influenza-en-epoca-invernal	Si	Si		No	No		No		No											
	¿Puedes ser feliz en el trabajo? Revisa estas tendencias del bienestar	30/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/salud/tendencias-bienestar-en-el-trabajo	Si	Si	X, Il·lustració	No	No		No		No		Si	X								

CONECTA																						
Tópico	Noticia	Data	Enllaç noticia	Elements																	Observacions	
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Vídeo	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	LinkedIn	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram		Enllaç i observacions
Guerra en Gaza: análisis desde el marco del derecho internacional	10/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sociedad/guerra-en-gaza-analisis-desde-el-marco-del-derecho-internacional	Sí	Sí		No	No		No		No		No		No							
El científico mexicano que busca desentrañar los secretos del universo	10/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sociedad/el-cientifico-mexicano-que-busca-desentrañar-los-secretos-del-universo	Sí	Sí		No	Sí	Facebook	No		No		Sí	Facebook								
Presidente Zelenskyy de Ucrania dialoga con universitarios de México	8/11/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sociedad/presidente-zelenskyy-de-ucrania-dialoga-con-universitarios-de-mexico	Sí	Sí		No	No		No		No		No						Algunes publicacions relacionades			
¿En esta banda tocan todos! Presentan proyectos para Campana-Altamira	26/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/sociedad/en-esta-banda-tocan-todos-presentan-proyectos-para-campana-altamira	Sí	Sí	Facebook	No	Sí	Instagram	No		No		Sí	Instagram, Facebook								
¿En apoyo a niños con cáncer! Alumnos recaudan 60 mil pesos	25/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/leon/sociedad/en-apoyo-a-ninos-con-cancer-alumnos-recaudan-60-mil-pesos	Sí	Sí	Instagram	No	No		No		No		Sí	Instagram								
Tener mentes flexibles, reto del futuro de la educación: Yuval Harari	19/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sociedad/tener-mentes-flexibles-reto-del-futuro-de-la-educacion-yuval-harari	Sí	Sí		No	Sí	Instagram	No		No		Sí	Instagram		Sí	https://x.com/ConectaTECmx/status/1727853312676892891?s=20					
Violencia hacia la mujer: profesoras Tec analizan su avance y causas	16/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/hidalgo/sociedad/violencia-hacia-la-mujer-profesoras-tec-analizan-su-avance-y-causas	Sí	Sí		No	No		No		No		No									
Nearshoring en México: publica Tec reporte de esta tendencia comercial	5/10/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sociedad/nearshoring-en-mexico-publica-tec-reporte-de-esta-tendencia-comercial	Sí	Sí		No	Sí		No		No		No						Multes publicacions relacionades...	Escuela de Gobierno de Tec posteja noticia relacionada https://x.com/EGobiernoYT/estado/17114471685175914332a=20		
Experiencias en diseño! 7 egresados Tec comparten su estilo al crear	22/9/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sociedad/experiencias-en-diseño-7-egresados-tec-comparten-su-estilo-al-crear	Sí	Sí	Instagram	No	No		No		No		Sí	Instagram								
Confianza en las empresas: esto piensa la Ciudad de México al respecto	18/7/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/ciudad-de-mexico/sociedad/confianza-las-empresas-esto-piensa-la-ciudad-de-mexico	Sí	Sí		No	No		Sí	No animada	No		No						Multes publicacions relacionades...	Alguna publicació relacionada		
Economista galardonado con el Premio al Mérito EXATEC 2023 en Hidalgo	13/7/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/hidalgo/sociedad/economista-galardonado-con-el-premio-al-merito-exatec-2023-en-hidalgo	Sí	Sí	Instagram, X	No	No		No		No		Sí	Instagram, X								

CONECTA																				
Tópico	Noticia	Data	Enllaç notícia	Elements																Observacions
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Linkedin	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	
	¡Sustentable! Sonorenses son premiados en competencia mundial del agua	18/9/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/sonora-norte/sostenibilidad/sustentable-sonorenses-son-premiados-en-competencia-mundial	Si	Si	Facebook	No	No		No		No			Si	Instagram				
	Núcleo: el espacio para los servicios de energías limpias del Tec	18/8/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/sostenibilidad/nucleo-el-espacio-para-los-servicios-de-energias-limpias-del-tec	Si	Si		No	Si		No		No			No					Ho publica Escuela de Ingeniería y Ciencias. https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7100468393192570880?updateEntityUrn=urn%3A%3Afs_feedUpdate%3A%28V2%2Curn%3A%3Aactivity%3A7471
	PrepaTec León galardonada en Festival Amigos del Planeta 2023	2/8/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/leon/sostenibilidad/prepatec-leon-galardonada-en-festival-amigos-del-planeta-2023	Si	Si		No	Si	X		No				Si	X				Ho posteja Tecnológico de Monterrey https://x.com/TecdeMonterrey/status/167707424243289784332as20
	Tec de Monterrey y CDMX: urbanismo sostenible en Distrito Tlalpan	1/8/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/ciudad-de-mexico/sostenibilidad/cdmx-de-monterrey-y-cdmx-urbanismo-sostenible-en-distrito	Si	Si	Instagram	No	No		No		No			Si	Instagram				
	¡Salvemos los océanos! El llamado de estudiantes Tec y ONU México	11/7/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sostenibilidad/salvemos-los-ocenos-el-llamado-de-estudiantes-tec-y-onu-mexico	Si	Si		No	Si		No		No			No					
	Sostenibilidad platinó: biblioteca del Tec CCM recibe certificación	13/6/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/ciudad-de-mexico/sostenibilidad/sostenibilidad-platino-biblioteca-del-tec-ccm-recibe	Si	Si	Instagram	No	No		No		No			Si	Instagram	Si		Alguna publicació relacionada	Si
	Tec de Monterrey, en Top 100 mundial en temas de desarrollo sostenible	2/6/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sostenibilidad/tec-de-monterrey-en-top-100-mundial-en-temas-de-desarrollo	Si	Si		No	Si		No		No			No					Alguna publicació relacionada https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7078190011849832708?updateEntityUrn=urn%3A%3Afs_feedUpdate%3A%28V2%2Curn%3A%3Aactivity%3A7078190011849832708
	Cumbre de Sostenibilidad reunirá a ganaderos en Tec campus Laguna	2/5/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/laguna/sostenibilidad/cumbre-de-sostenibilidad-reunira-ganaderos-en-tec-campus-laguna	Si	Si	X	No	No		No		No			Si	X				
	¡A 2 años! Tec comparte avances de su plan de sostenibilidad al 2025	21/4/23	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sostenibilidad/2-anos-tec-comparte-avances-de-su-plan-de-sostenibilidad-al-2025	Si	Si		No	Si		No		No			No					
	¡Mujeres por la sostenibilidad! Ellas enseñan tecnología ecológica	8/12/22	https://conecta.tec.mx/es/noticias/leon/sostenibilidad/mujeres-por-la-sostenibilidad-ellas-ensenan-tecnologia-ecologica	Si	Si	Instagram	No	No		No		No			Si	Instagram				
	Conoce el nuevo edificio hidro-sostenible del Tec: E2 Off-Grid	24/11/22	https://conecta.tec.mx/es/noticias/monterrey/sostenibilidad/conoce-el-nuevo-edificio-hidro-sostenible-del-tec-e2-off-grid	Si	Si	Instagram	No	No		Si	No animada	No			Si	Instagram				Alguna publicació relacionada https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7005569562331013120?updateEntityUrn=urn%3A%3Afs_feedUpdate%3A%28V2%2Curn%3A%3Aactivity%3A7005569562331013120
			https://conecta.tec.mx/es/noticias/ciudad-de-mexico/sostenibilidad/escuela-de-ingenieria-y-ciencias	Si	Si	Instagram	No	No		Si	No animada	No			Si	Instagram				Ho publica Escuela de Ingeniería y Ciencias.

CONECTA																				
Topic	Noticia	Data	Enllaç notícia	Elements																Observacions
				Text	Fotografia	Característiques	Audio	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Linkedin	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	
	Universidades, clave para avanzar en sostenibilidad: rector del Tec	7/10/22	https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/sostenibilidad/universidades-clave-para-avanzar-en-sostenibilidad-rector-del-tec	Si	Si	X	No	No		No		No			Si	X				
	¿Cómo ayuda la	5/10/22	as/noticias/toluca/sosista	Si	Si	Instagram	No	No		No		No			Si	Instagram				

360UPF																															
Topic	Núm. revista	Subcategoria i observacions	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements															Observacions										
						Text	Fotografia	Característiques	Audio	Característiques	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Newsgames	Observacions	LinkedIn	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram	Enllaç i observacions					
Presentació	12		Trenta anys formant experts en traducció i ciències del llenguatge	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/12/actualitat	SI	No		No		No		No		No				No		SI	https://www.linkedin.com/posts/my-araitat-pompeu-fabra-revista-360upf-nx7c3%3Bpompeu-12-activity-1623338452923104-29280utm_source=share&utm_medium=member_desktop	SI	https://twitter.com/ufbarcelona/status/165927119323643168?si=32a46581c924b4949f5b704b5111	SI	https://www.instagram.com/ufbarcelona/?igshid=MzBiODBiNWZjZmE=	Enllaç a la presentació del número de la revista. Amb molta vídeo i fotografies.				
	11		Una vegada Pompeu, sempre Pompeu!	nov-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/11/actualitat	SI	No		No		No		No		No					No			SI	https://www.upf.edu/barcelona/status/1451455688708659262?s=20							
	10		La transferència de coneixement: una nova estratègia cabdal per als proxims anys	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/10/actualitat	SI	SI	Il·lustració	No		No		No			No					No			SI	https://www.upf.edu/barcelona/status/1451455688708659262?s=20	SI	https://www.instagram.com/ufbarcelona/?igshid=MzBiODBiNWZjZmE=	https://www.instagram.com/ufbarcelona/?igshid=MzBiODBiNWZjZmE=			
	9		Aposta decidida per la intel·ligència artificial (IA)	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/9/actualitat	SI	SI	Il·lustració	No		No		No			No					No			SI	https://www.upf.edu/barcelona/status/1451455688708659262?s=20	SI	https://www.instagram.com/ufbarcelona/?igshid=MzBiODBiNWZjZmE=	https://www.instagram.com/ufbarcelona/?igshid=MzBiODBiNWZjZmE=			
	8		La Universitat com a focus de cultura	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/8/actualitat	SI	SI	Il·lustració	No		No		No			No					No			SI	https://www.upf.edu/barcelona/status/1429704363614874664?s=20	SI	https://www.instagram.com/ufbarcelona/?igshid=MzBiODBiNWZjZmE=	https://www.instagram.com/ufbarcelona/?igshid=MzBiODBiNWZjZmE=			
	7		La internacionalització de l'educació superior, a debat	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/7/actualitat	SI	SI	Il·lustració	No		No		No			No					No										
	Comunitat	12		Les llengües s'apropen a la tecnologia: trenta anys de canvis a la Facultat de Traducció i Ciències del Llenguatge de la UPF	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/12/comunitat	SI	SI		No		SI		No	Timeline interactiu	SI	Interactiu (poc)	No			No					https://www.linkedin.com/posts/gem-ma-mensa-uf-revista-360upf-comunitat-activity-7068365468571238400-87iWutm_source=share&utm_medium=member_desktop					
12			Una recerca cada vegada més tecnificada i diversa	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/12/comunitat/retornera-a-tecnificaci-i-diversa	SI	SI		No		No		SI	No interactiva	No						No				https://www.linkedin.com/posts/gem-ma-mensa-uf-revista-360upf-comunitat-activity-7068365468571238400-87iWutm_source=share&utm_medium=member_desktop						Mostra enllaços
12			Quinze anys formant intèrprets en llengua catalana	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/12/comunitat/15-anys-de-catala	SI	SI		No		No		No								No				https://www.linkedin.com/posts/gem-ma-mensa-uf-revista-360upf-comunitat-activity-7068365468571238400-87iWutm_source=share&utm_medium=member_desktop						
11			La Benvinguda, el nou programa d'acollida de la UPF, facilita l'arribada dels estudiants de grau que comencen a la Universitat	nov-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/11/comunitat	SI	SI	Il·lustració en format còmic	No		SI	També en format còmic	No								No			SI	https://www.upf.edu/barcelona/status/159033841659598262?s=20						
10			Superar els murs de la Universitat: una obligació moral	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/10/comunitat/encorristas	SI	SI		No		SI		SI	Interactiva	SI	Interactiu (poc)	No				No			SI	https://www.upf.edu/barcelona/status/1456968601454108832?s=20						
10			"El coneixement generat a la Universitat ha d'impactar en el benestar de la societat"	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/10/comunitat/entrevista	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		No		No								No										
9			Intel·ligència artificial (IA), ensenyar les màquines a pensar com els humans	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/9/comunitat	SI	SI		No		SI		No									No		SI	https://www.upf.edu/barcelona/status/1454051386144985962?s=20						
8			Universitat i cultura, una relació simbòlica que s'ha de potenciar	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/8/comunitat	SI	SI		No		SI		No								No			SI	https://www.upf.edu/barcelona/status/1432349067067238664?s=20						
7		L'aliança EUTOPIA, llavor de les futures universitats europees	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numeros/7/comunitat	SI	SI		No		SI	Molts vídeos de testimonis	No								No			SI	https://www.upf.edu/barcelona/status/1430886781546483742?s=20							

360UPF

Topic	Num. revista	Subcategoria i observacions	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements																	Observacions	
						Text	Fotografia	Característiques	Audio	Característiques	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Newsgames	Observacions	LinkedIn	Enllaç i observacions		X
	10	Divulgació del contingut	El futur de la divulgació científica	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/call/poscon/neuroscis-trepcides	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/153309141429382298		
	10	La portada conté imatges i és interactiva, en passar el cursor s'obté més informació	El paper de les xarxes professionals en el sistema estatal de comunicació de la ciència	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/call/poscon/elena-lazar-ral	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/153309141429382298			
	10		Xarxa de dones RDI: #100ifiques	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/call/poscon/100ifiques	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/153309141429382298			
	10		Comunicar la recerca fora de l'acadèmia: una oportunitat	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/call/poscon/sema-revela	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/153309141429382298			
	10		El periodisme de ciència no descansa	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/call/poscon/banca-cristina	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/153309141429382298			
	9	Disseccionant l'IA	Lingüística i intel·ligència artificial: per què no?	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/call/poscon/sema-bobeda	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/148064434359796122			
	9	La portada conté imatges i és interactiva, en passar el cursor s'obté més informació	Intel·ligència artificial, una eina imprescindible per a l'avenç de la ciència	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/call/poscon/cabby-i-berma	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/148064434359796122			
	9		Els reptes de la simbiosi humà-ordinador	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/call/poscon/sema-vaqueria	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/148064434359796122			
	9		Els reptes de la simbiosi humà-ordinador	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/call/poscon/jesica-de-ramos	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/148064434359796122			
	9		Els desafiaments ètics de la intel·ligència artificial (IA)	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/call/poscon/ricard-baqueria	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/148064434359796122			
	9		Intel·ligència artificial i dret	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/call/poscon/maria-faueta	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/148064434359796122			
	9		Què tenen en comú les humanitats i la intel·ligència artificial (= IA)?	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/call/poscon/moras-angels-egustura	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/148064434359796122			
	8	Arquitectura i cultura	El valor de l'arquitectura a la UPF	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/call/poscon/isaac-benedict	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/143044403461146624			
	8	La portada conté imatges i és interactiva, en passar el cursor s'obté més informació	Construint utopies: teatre i universitat	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/call/poscon/luana-erica-cristina	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/143044403461146624			
	8		Com estudiar filosofia sense memoritzar amb el cos els seus significats?	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/call/poscon/ceac-collabot	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No	SI	No	No	No	No	No	No	No	No	No	SI	https://x.com/UPFBarcelona/status/143044403461146624			

Tòpic	Num. revista	Subcategoria i observacions	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements																	Observacions						
						Text	Fotografia	Característiques	Audio	Característiques	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Newsgames	Observacions	LinkedIn	Enllaç i observacions		X	Enllaç i observacions	Instagram	Enllaç i observacions		
	8		Trial and error	Jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/col·leccio/mes30-claus	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No		No		No		No		No		No						https://x.com/UPFBercelona/status/143044603461146624				
	8		Art i Universitat per al pensament crític	Jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/col·leccio/mes30-claus	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No		No		No		No		No		No						https://x.com/UPFBercelona/status/143044603461146624				
	7	Repensar la internacionalització	Una visió per a les universitats per a la propera dècada	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/col·leccio/amandis-crovetto	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No		No		No		No		No		No						https://x.com/UPFBercelona/status/133339604078397840				
	7	La portada conté imatges i és interactiva, en passar el cursor s'obté més informació	Forjar la nostra visió del futur de l'educació superior i de l'agenda de transformació	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/col·leccio/debbia-santoni	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No		No		No		No		No		No						https://x.com/UPFBercelona/status/133339604078397840				
	7		Forjar vies creatives: objectiu vital de la internacionalització	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/col·leccio/tahiria-celma	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No		No		No		No		No		No						https://x.com/UPFBercelona/status/133339604078397840				
	7		Covid-19: una crisi que condueix a una major desigualtat en la internacionalització o una oportunitat per fer-la més igualitària, ètica i justa?	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/col·leccio/martina-lana	SI	SI	Només del perfil de l'expert	No		No		No		No		No		No						https://x.com/UPFBercelona/status/133339604078397840				
Especial Calidoscopi	7		La internacionalització, un motor imprescindible de la Universitat	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/esp-calidoscopi	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		No		No		SI	Interactiu (poc)	No								https://x.com/UPFBercelona/status/13300493326162944				
Zoom			"És important combatre les fake news perquè la societat sigui més justa"	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numero12zoom	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		SI		No				No								https://www.linkedin.com/posts/magdalena360upf_?utm_source=share&utm_medium=member				
	12		"La cultura, si és democratitzadora, és homogenitzadora"	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10zoom	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		SI		No				No												
	9		"La revolució digital afecta de ple les humanitats i l'àmbit social"	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9zoom	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		SI		No				No									https://x.com/UPFBercelona/status/148162039713213607			
	8		Virginia Soler (Birch): "Magradaria que la meua música es convertís en part de la banda sonora del canvi"	Jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8zoom	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		SI		No				No									https://www.instagram.com/p/C2eAnpI2R2U/?utm_source=ig_web_sharing&utm_medium=share_sheet			
	7		"EUTOPIA és una iniciativa #lusionant, atractiva i, sobretot, ambiciosa"	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7zoom	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		SI		No				No												
Els nostres Alumni			No podem alimentar set milions i mig de persones amb quatre gallines felices	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numero12nossostres-alumni	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		SI		No				No									https://x.com/UPFBercelona/status/168246847708960760			
	11		"El networking és molt important, i els chapters UPF poden ajudar a crear aquesta xarxa de manera global"	nov-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numero11nossostres	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		SI		No				No									https://x.com/UPFBercelona/status/16946464375430756			
	10		"És molt important que fentom acadèmic estigui a prop del sector tecnològic i dels negocis"	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10nossostres	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		SI		No				No									https://x.com/UPFBercelona/status/133384151021044531			
	10		"És molt important que fentom acadèmic estigui a prop del sector tecnològic i dels negocis"	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10nossostres	SI	SI	Fotogaleria es poden passar automàticament	No		SI		No				No									https://x.com/UPFBercelona/status/133384151021044531			

360UPF																																			
Tòpic	Num. revista	Subcategoria i observacions	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements														X	Enllaç i observacions	Instagram	Enllaç i observacions	Observacions											
						Text	Fotografia	Característiques	Àudio	Característiques	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Newsgames						Observacions	LinkedIn	Enllaç i observacions								
	9		"Els actuals models d'aprenentatge d'intel·ligència artificial (IA) actuen com a 'caixes negres'. Desconecquem què passa entre l'entrada de dades i la sortida d'una predicció"	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/abn.html	SI	SI	Fotografia es poden passar automàticament	No		SI	No															https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/abn.html								
	8		Ton Mensilla: "La lluita per la llibertat sexual és un camí molt llarg, estem al principi"	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/abn.html	SI	SI	Fotografia es poden passar automàticament	No		SI	No																https://www.linkedin.com/posts/universityofpau-fabra_com/2021-360upf-activity-6541472145654941234 https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/abn.html							
	7		Alumni UPF al voltant del món: projectes personals en construcció	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/abn.html	SI	SI	Fotografia es poden passar automàticament	No		SI		SI	Mapa interactiu que permet situar els Alumni al país	No													https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/abn.html					articles amb vídeo i fotografies per cada un dels entrevistats. Permet un		
res60	12		Raewyn Connell: "Si ens preocupa la qualitat de gènere, caldrà implicar un gran nombre d'homes en el procés"	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numero12/abn.html	SI	SI	Només portada	No		SI	Molta	No																						
	11		Fira UPF Solidària: deu anys creant xarxa a la Universitat al voltant del tercer sector	nov-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero11/abn.html	SI	SI	Només portada	No		SI		No															https://www.upf.edu/web/360upf/numero11/abn.html							
	10		360upf, 10 números de la revista de la Universitat Pompeu Fabra	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/abn.html	SI	SI	Fotografies que giren per tenir més informació, com una targeta	No		SI	es animació	No																						
	9		3.000 graduats de les promocions 2020 i 2021 tomen al campus per graduar-se presencialment	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/abn.html	SI	SI		No		SI		No																						
	8		"El Maria Canals porta cua" acostia la música als campus de la UPF	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/abn.html	SI	SI	Només portada abans d'entrar a la notícia, a dins no hi ha cap fotografia	No		SI		No																						
Protagonista	12		Potenciar la singularitat de la UPF ajudarà a enfortir el sistema universitari català	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numero12/abn/protagonista	SI	SI	Fotografia es poden passar automàticament	No		SI	Més d'un vídeo	No															https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7064867341869516172?updateEntityUrn=urn:li:activity:7064867341869516172&updateEntityUrn=urn:li:activity:7064867341869516172					Entrevista		
	11		Ricard Solé: "Tenim una finestra temporal de trenta anys per evitar que el planeta arribi a un escalfament fora de control que suposi el final de la nostra civilització"	nov-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero11/abn/protagonista	SI	SI	Fotografia es poden passar automàticament	No		SI	Més d'un vídeo	No															https://www.upf.edu/web/360upf/numero11/abn/protagonista						Entrevista	
	10		"Des de la UPF, podem incidir realment en la transformació del nostre entorn"	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/abn/protagonista	SI	SI	Fotografia es poden passar automàticament	No		SI	La portada és vídeo, hi ha força vídeos	No															https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/abn/protagonista						Entrevista	
	9		"Els influencers (influencers) han de tenir cura de cadascuna de les seves publicacions perquè, de manera no intencionada, poden estar perjudicant els seus seguidors més vulnerables"	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/abn/protagonista	SI	SI	Fotografia es poden passar automàticament	No		SI	La portada és vídeo, hi ha força vídeos	No															https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/abn/protagonista						Entrevista	
	8		"Hem d'aconseguir que la bona recerca que fem arribi més a la societat i així contribuir a millorar la competitivitat del país i el benestar de la gent"	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/abn/protagonista	SI	SI	Fotografia es poden passar automàticament	No		SI	La portada és vídeo, hi ha força vídeos	No															https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/abn/protagonista						Entrevista	
Visions	7		"El món actual és tan complex que la perspectiva interdisciplinària és bàsica en la formació de qualsevol universitari"	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/abn/protagonista	SI	SI	Fotografia es poden passar automàticament	No		SI	La portada és vídeo, hi ha força vídeos	No														https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/abn/protagonista						Entrevista		
	12		Passat, present i futur de la traducció i les ciències del llenguatge: Esther Tallada i Blanca Avias	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numero12/visions	SI	No		No		SI		No														https://www.upf.edu/web/360upf/numero12/visions								

360UPF																							
Tòpic	Núm. revista	Subcategoria i observacions	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements																Observacions	
						Text	Fotografia	Característiques	Àudio	Característiques	Vídeo	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Newsgames	Observacions	LinkedIn		Enllaç i observacions
	11		Família Pompeu	nov-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero11builings	SI	SI		No		SI		No		No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero11builings	
	10		Transferència de Coneixement: Tom Hockaday i Marta Guardiola	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10builings-upf	SI	SI	Només portada	No		SI		No		No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero10builings-upf	
	9		Intel·ligència artificial: Anders Jonsson i Vicenç Gómez	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9builings	SI	SI	Només portada	No		SI		No		No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero9builings	
Des del Campus	12		"Delicatessen" de la Biblioteca de la UPF: quinze obres diverses i singulars, sota el focus	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numero12desdelcampus	SI	SI		No		SI		SI	Interactiva	No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero12desdelcampus	
	10		Una aproximació a la realitat assistencial gràcies a la simulació clínica	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10desdelcampus	SI	SI		No		SI		No		No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero10desdelcampus	
	9		Les lligues de debat a la UPF: un model d'èxit, fruit d'una construcció col·lectiva	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9desdelcampus	SI	SI		No		SI		SI	No interactiva	No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero9desdelcampus	
	8		El Punktoçrator s'erigeix com el guardià del Dipòsit de les Aigües	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8desdelcampus	SI	SI		No		SI		No		No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero8desdelcampus	
	7		El "Diari de Barcelona" reneix de la mà de la UPF per convertir-se en l'expressió periodística dels joves	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7desdelcampus	SI	SI		No		SI		SI	Timeline	No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero7desdelcampus	https://www.instagram.com/COSUS7/ https://www.instagram.com/COSUS7/
Innova	12		UPF INNOValora, una aposta per la transferència	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numero12innova	SI	SI	Il·lustració, fotografies mòbils que giren i tenen perfil darrera	No		SI		SI	No interactiva	SI	No interactiu	No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero12innova	https://www.upf.edu/web/360upf/numero12innova
	11		DTIC, innovació i lideratge en la recerca audiovisual europea	nov-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero11innova	SI	SI		No		SI		No		No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero11innova	
	10		eHill, un dispositiu mèdic nascut de l'enginyer d'estudiants de la UPF per facilitar el diagnòstic de malalties gastroefàgiques	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10innova	SI	SI	Fotografies que giren per conèixer el nom de les protagonistes	No		SI		No		No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero10innova	
	9		BIOM, biomaterials per a una indústria més sostenible	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9innova	SI	No		No		SI		No		No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero9innova	
	8		LUCID Technologies: tecnologia per millorar automàticament el color de les produccions cinematogràfiques	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8innova	SI	SI	Interactives (permet veure mateixa fotografia en situacions diferents)	No		SI		No		No		No	No	No			https://www.upf.edu/web/360upf/numero8innova	
Quiztime	12		Centenari del naixement d'Antoni Tapies i Puig, un dels artistes catalans més destacats del segle XX	may-23	https://www.upf.edu/web/360upf/numero12quiztime	SI	SI	Perfil protagonista i a cada fotografia	No		No		No		No		No	No	Test			https://www.upf.edu/web/360upf/numero12quiztime	
	11		Centenari del decés de Alexander Graham Bell, el precursor dels smartphones!	nov-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero11quiztime	SI	SI		No		SI		Portada animada	No			No	No	Test			https://www.upf.edu/web/360upf/numero11quiztime	

360UPF																										
Topic	Num. revista	Subcategoria i observacions	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements																Observacions				
						Text	Fotografia	Característiques	Àudio	Característiques	Vídeo	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Newsgames	Observacions	LinkedIn		Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram
	10		20 anys de l'Euro	msy-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero18bu.html	SI	SI		No		No		No		No		No		SI	Test						
	9		Albert Einstein: cent anys del seu premi Nobel de física	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9bu.html	SI	SI		No		No		No		No		No		SI	Test						
	8		2008. aniversari del naixement de Fiodor Mikhalovix Dostoievski	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8bu.html	SI	SI		No		No		No		No		No		SI	Test	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8bu.html					
	7		2508. aniversari del naixement de Ludwig van Beethoven	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7bu.html	SI	SI		SI	Es de youtube	SI		No		No		No		SI	Test	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7bu.html					
Manoràmica		Cop d'ull als essencials de la UPF	La Clínica Jurídica de la UPF treballa per portar sis fiscals afganesos a Espanya per assegurar la seva integritat física	14/4/23	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI		No		SI		No		No		No							Es una notícia fora de la revista, al portal, però que té un destacat a la revista amb un enllaç		
			Humanisme en medicina: la nova assignatura optativa per estudiants del grau en Medicina de la UPF i l'Hospital del Mar	12/4/23	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI	Només portada	No		No		No		No		No									
			La UPF aconsegueix tres ajuts Advanced Grant 2022 del Consell Europeu de Recerca per impulsar la recerca d'avantguarda	30/3/23	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI	Només del perfil dels protagonistes	No		No		No		No		No									
			La UPF, entre les 100 milions universitats del món en quatre disciplines, segons el rànquing QS by Subject 2023	22/3/23	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI	Només portada	No		No		No		No		No									
			El projecte europeu Welcome, coordinat per la UPF, desenvolupa robots intel·ligents i de realitat virtual per millorar els serveis d'accollida	8/2/23	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI		No		SI		No		No		No									
			Lula de Nadal pren possessió com a rectora de la Universitat Pompeu Fabra	6/3/23	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI	També enllaç a l'àlbum de Flickr	No		SI		No		No		No									
			Rain Film Fest, el primer festival europeu de films generats amb intel·ligència artificial, una iniciativa de la UPF de la mà de Sonar+D 2023	1/3/23	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI		No		No		No		No		No									
			La Universitat dona suport a divuit propostes que contribuïen al compromís social i el desenvolupament sostenible arreu del món	1/3/23	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI	Només portada	No		No		No		No		No									
			La UPF posa la primera pedra del complex de recerca del Mercat del Peix	12/1/23	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI	També enllaç a l'àlbum de Flickr	No		SI		No		No		No									
		Cop d'ull als essencials de la UPF	El Departament de Tecnologies de la Informació i les Comunicacions, reconegut com a unitat d'excel·lència Maria de Maeztu per segona vegada	8/11/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI	Només portada	No		No		No		No		No									
			El nou projecte ELUTOPIA MORE comença a prendre forma amb una trobada de representants de les deu universitats de l'aliança a Barcelona	20/10/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/asset_publicacio/Occav22DGH/contenidocliente-publicacio-cvca-041014193maximizado	SI	SI	Només portada	No		SI		No		No		No									

360UPF

Tòpic	Núm. revista	Subcategoria i observacions	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements																			Observacions	
						Text	Fotografia	Característiques	Àudio	Característiques	Vídeo	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Newsgames	Observacions	LinkedIn	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions		Instagram
			El Consell de Govern de la UPF fixa les eleccions al càrrec de rector per dies 17 al 20 de febrer	27/10/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/62268690?maximized#Y2r6XHMJpY	SI	SI	Només portada	No		No		No		No		No		No							
			La UPF és la 186a. millor universitat del món i la tercera millor universitat espanyola, segons el rànquing Times Higher Education	12/10/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/61569711?maximized#Y2r6mNMJpY	SI	SI	Només portada	No		No		No		No		No		No							
			La figura i l'obra de Joan Miró centren la inauguració del curs acadèmic 2022-2023 de la UPF	4/10/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/61336639?maximized#Y2r6mNMJpY	SI	SI		No		SI		No		No		No		No							
			"En Residència a l'Àrea Tallers" acollirà durant el curs 2022-2023 nou projectes innovadors entorn a les indústries culturals, socials i artístiques	5/9/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60644747?maximized#Y2r6mNMJpY	SI	SI	Només portada	No		No		No		No		No		No							
			La Pompeu Fabra i diverses empreses i institucions del sector comunicatiu posen en marxa la Càtedra UPF Futurs de la Comunicació	27/7/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60046474?maximized#Y2r6mNMJpY	SI	SI		No		No		No		No		No		No							
			Onze graus oferts per la Pompeu Fabra situen la seva nota de tall per sobre del 12	26/7/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60692926?maximized#Y2r6mNMJpY	SI	SI	Només portada	No		SI		No		No		No		No							
			Christiane Nüsslein-Volhard, Premi Nobel en Fisiologia o Medicina, investida doctora honoris causa per la UPF	12/7/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60864368?maximized#Y2r6mNMJpY	SI	SI		No		SI		No		No		No		No							
		Cop d'ull als essencials de la UPF	La Clínica Jurídica de la UPF articula un programa d'assistència per a persones refugiades d'Ucraïna a Barcelona	1/4/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/62704369?maximized#Y4r6mNMJpY	SI	SI	Només portada	No		SI		No		No		No		No							
			Acte de reconeixement als millors expedients de grau i tesis doctorals dels cursos 2019-2020 i 2020-2021	25/3/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60692926?maximized#Y4r6mNMJpY	SI	SI	També enllaç a l'album de Flickr	No		SI		No		No		No		No							
			La UPF dona la benvinguda als 36 nous professors permanents de la Universitat	18/3/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60744826?maximized#Y4r6mNMJpY	SI	SI		No		No		No		No		No		No							
			La UPF acollirà el 16 i 17 de maig la cimera d'universitats europees del Times Higher Education	4/5/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/62589753?maximized#Y4r6mNMJpY	SI	SI	Només portada és il·lustració	No		No		No		No		No		No							
			La UPF acollirà el 16 i 17 de maig la cimera d'universitats europees del Times Higher Education	10/3/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60681496?maximized#Y4r6mNMJpY	SI	SI	Només portada	No		No		No		No		No		No							
			La UPF serà la primera universitat catalana amb dispensadors de productes menstruals	9/3/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60686407?maximized#Y4r6mNMJpY	SI	SI	Només portada és il·lustració	No		No		No		No		No		No							
			21 projectes de la comunitat UPF reben suport en la convocatòria d'ajuts de solidaritat i cooperació per al desenvolupament	28/2/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60103751?maximized#Y4r6mNMJpY	SI	SI	Només portada és il·lustració	No		SI		No		No		No		No							
			La UPF és la 16a millor universitat jove del món, segons el rànquing Times Higher Education	15/2/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/Occav22QGH/content/id/60818727?maximized#Y4r6mNMJpY	SI	SI	Només portada	No		SI		No		No		No		No							

360UPF																													
Topic	Núm. revista	Subcategoria i observacions	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements																		Observacions					
						Text	Fotografia	Característiques	Audio	Característiques	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Newsgames	Observacions	LinkedIn	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram	Enllaç i observacions			
			Cinc reconeguts equips d'arquitectes competiran per l'adjudicació del projecte per construir els edificis de la UPF i de l'IBE al Mercat del Peix	8/2/22	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/25564836?maximized#YkZtub8VtK	SI	SI	Només portada	No		SI	No			No		No		No										
		Cop d'ull als essencials de 9a UPF	La UPF se situa com a 156a millor universitat del món i es manté líder a l'Estat, segons Times Higher Education	2/9/21	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/24848749?maximized	SI	SI		No		No				SI	Es una taula molt bàsica amb dades	No		No										
			El nou grau en Medicina de la UPF s'estrena amb èxit i situa la nota de pall com la 5a. més alta del sistema universitari català	14/7/21	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/2472754?maximized	SI	SI	Només portada	No		No				No		No		No										
			Una intervenció mural visibilitza les dones cèlebres de la cultura universal a l'estació Ciutadella / Vila Olímpica de la línia 4 del metro	13/7/21	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/24726398?maximized	SI	SI	També enllaç a l'album de Flickr	No		No				No		No		No										
		Cop d'ull als essencials de 8a UPF	UPF INNOValora accelerarà la transferència al mercat de sis projectes basats en resultats de recerca prometedors	3/5/21	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/24520949?maximized#YLSuKvT7tG	SI	SI		No		No				No		No		No										
			Un estudi troba biaix de gènere en els algorismes de recomanació musical	15/4/21	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/244702928?maximized#YLSuKvT7tG	SI	SI	Només portada	No		No				No		No		No										
			Dissenyen dispositius cel·lulars impresos en paper per detectar i processar senyals biològiques fora del laboratori	19/3/21	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/24424824?maximized#YLSuKvT7tG	SI	SI		No		No				No		No		No										
		Cop d'ull als essencials de 7a UPF	El Departament de Salut, la UPF i el Parc de Salut Mar de Barcelona signen un conveni de col·laboració per a la creació d'un nou grau en Medicina	23/9/20	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/23296974?maximized#X22tE6V7tG	SI	SI	Només portada	No		No				No		No		No										
			Els estudiants de la promoció 2020 de la UPF enlaira els seus millors desitjos en una festa virtual	31/7/20	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/23090390?maximized#X22tE6V7tG	SI	SI		No		SI				No		No		No										
			Neix el BaPIS, el nou programa transversal i internacionalitzador de la UPF	6/7/20	https://www.upf.edu/web/focus/noticies/-/asset_publisher/OccavZZDGH/content/id/23043768?maximized#X22tE6V7tG	SI	SI	Només portada	No		No				No		No		No										
Sense temàtica	11		Obra inaugural del curs 2022-2023	nov-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero11/obra-inaugural	SI	SI		No		No				No		No		No									Es pot descarregar l'obra en format pdf.	
	9		Obra inaugural del curs 2021-2022	oct-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero9/obra-inaugural	No	SI	Il·lustració	No		No				No		No		No									Es pot descarregar l'obra en format pdf.	
	7		Obra inaugural curs 2020-21	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/obra-inaugural	No	SI		No		SI				No		No		No									Es pot descarregar l'obra en format pdf.	
En xarxa	10		Càtedres d'empresa, o com crear un entorn col·laboratiu per aportar solucions als reptes actuals i de futur	may-22	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/obra-inaugural	SI	SI		No		SI				No		No		No				SI	https://www.upf.edu/web/360upf/numero10/obra-inaugural					
	8		Quinze anys d'ajuts per a la solidaritat i la cooperació al desenvolupament: l'ànima compromesa de la UPF	Jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/obra-inaugural	SI	SI		No		SI				SI	Interactiu (poc)	No		No										Incorpora mapes d'Google maps

360UPF																												
Topic	Núm. revista	Subcategoria i observacions	Notícia	Data	Enllaç notícia	Elements																Observacions						
						Text	Fotografia	Característiques	Audio	Característiques	Video	Característiques	Infografia	Característiques	Gràfic	Característiques	Xarxes incrustades	Quines	Newsgames	Observacions	Linkedin	Enllaç i observacions	X	Enllaç i observacions	Instagram	Enllaç i observacions		
A fons	8		"El paper de la universitat pot ser central si reconeix la importància de construir comunitat amb tots els altres espais on es produeix coneixement"	jun-21	https://www.upf.edu/web/360upf/numero8/a_fons	Si	Si		No		Si		No		No		No		No									
	7		20 anys del programa de Voluntariat Lingüístic: una comunitat internacional unida a través de l'experiència UPF	oct-20	https://www.upf.edu/web/360upf/numero7/a_fons	Si	Si		No		Si		No		Si	Interactiu (poc)	Si	Instagram	No									