



MEMORIA
TRABAJO FIN DE GRADO
“THE FUN GARAGE”

Antonio Bolancé Adame

Carlos Soliño Tello

Tutorizado por D. Enrique Díaz León

ÍNDICE

1. Ideas Previas
 - 1.a. Proyecto inicial
 - 1.b. Orientación
 - 1.c. Objetivos
 - 1.d. Cambios
2. Desarrollo del proyecto
 - 2.a. Producción
 - 2.b. Recursos utilizados
 - 2.c. Colaboraciones
 - 2.d. Guion
 - 2.e. Problemas
3. Proyecto Final
 - 3.a. Estructura
 - 3.b. Duración
 - 3.c. Descripción del proyecto
 - 3.d. Descripción del capítulo
 - 3.e. Distribución
 - 3.f. Marketing
 - 3.g. Conclusiones

1. IDEAS PREVIAS

1. a. Proyecto inicial

Desde un primer momento, los autores de este Trabajo Fin de Grado han sentido un gran afán por el mundo radiofónico, por sus grandes recursos y por las altas capacidades de creación que este método de comunicación tiene. Durante este Grado de Periodismo, hemos estado observando la poca importancia que se le da a la radio dentro del Plan de Estudios, y con ayuda de nuestro tutor, D. Enrique Díaz León, hemos podido presentar este proyecto que nace desde esta pasión que sentimos por el medio.

En nuestra primera tutoría, donde presentamos el trabajo que queremos realizar, nuestro tutor estuvo de acuerdo con el desarrollo del proyecto radiofónico que emprendíamos. Nuestra primera idea tenía como nombre "Variedades Juveniles", un espacio de podcast donde los dos presentadores del magacín tratarían temas diversos durante el programa de una hora de duración. Con diferentes secciones temáticas y colaboradores que aportarían dinamismo durante el transcurso de este.

1.b. Orientación

"Variedades Juveniles" presentaría un formato animado, juvenil y desenfadado, tratando temas que poco se hablan en radio, y que mucho acercarían a los más adolescentes. Esta fórmula de radiofonía se está viendo expresada hoy en día en espacios como "La Lengua Moderna", o "La Vida Moderna", esta última ganadora de un Premio Ondas a Mejor Programa de Radio por, entre otras muchas razones, acercar al público más joven a la radio.

En un mundo donde la publicidad manda, los anunciantes demandan al público joven como principales *targets* comerciales, y es en estos formatos, donde tienen su máximo esplendor.

1.c. Objetivos

Entre los objetivos del programa destaca el crear un espacio joven, para acercar a este público al medio de la radio y del podcast, que está empezando a funcionar con la llegada de los smartphones. De hecho, muchas de las cadenas de radio realizan espacios radiofónicos sólo para emisión a la carta, y no lo introducen en sus parrillas de emisión. La llegada del podcast a los medios ha dado un giro de ciento ochenta grados, y con nuestro programa pretendemos realizar un ejemplo de espacio radiofónico digital.

1.d. Cambios

Durante el desarrollo del proyecto hemos aplicado cambios al proyecto inicial. En un primer momento, vimos que realizar un programa de radio donde abarcamos muchos temas en una misma entrega, era un caos. Podría llegar a confundir al oyente y carece de hilo conductor. En cambio, el realizar un proyecto monográfico era mucho más cómodo. "¿Por qué no tratar un tema para cada entrega?" y así hicimos. En la entrega que realizamos, primer programa de la temporada, tratamos el tema de los videojuegos.

Otro de los cambios que propusimos era el nombre del proyecto. "Variedades Juveniles" era demasiado genérico y ordinario y decidimos trabajar en un nuevo nombre. El resultado final nace de una anécdota: en el grupo de WhatsApp que se creó para el desarrollo del trabajo Antonio eligió como imagen para ilustrar al grupo una que encontró tras buscar las letras "TFG" en Google. La casualidad quiso que en esta imagen se encontraran escritas las palabras "The Fan Garage" (El Garaje del Ventilador en castellano) acompañadas de un ventilador y, tiempo después, Carlos comentó que cambiar la "a" por una "u" a ese mismo nombre nos generaba una opción, que acabó por confirmarse, que se adaptaba además al planteamiento inicial del programa. De esta forma se obtiene "The Fun Garage" como título definitivo. "El garaje divertido", su traducción en español puede acercar a un público joven por la costumbre de la utilización del inglés en su jerga. Y, además, da pista sobre el ambiente que se vive dentro del programa, uno distendido, informal, cotidiano y espontáneo. En definitiva, un ambiente cercano.

2. DESARROLLO DEL PROYECTO

2.a. Producción

El primer paso en la producción del proyecto fue una lluvia de ideas. Surgieron más de quince secciones diferentes que apuntamos en un borrador, para luego ir determinando con cuáles nos debíamos quedar. Una cosa teníamos clara, debíamos empezar nuestro programa con un repaso a la actualidad del tema que tratemos, poner en conocimiento del oyente un contexto de lo que se va a tratar durante el programa. Y además una entrevista a alguien especializado en el tema, para que pueda aportar más datos interesantes que se nos puedan escapar de las manos, además de tener a alguien de testigo para dar

credibilidad al programa. En la última parte del programa serán secciones diferentes, como crónicas, colaboradores...

Obviamente, durante la producción ha habido un serio trabajo de redacción del programa, como las noticias, o las preguntas que le debíamos hacer al entrevistado. Para ello, congregamos todo el texto en un documento compartido en internet, donde íbamos dejando nuestras ideas y dándonos el visto bueno entre ambos. No obstante, el texto, en algunas partes del programa, lo dejábamos en manos de la improvisación.

Una vez teníamos la estructura y el guion realizado, debíamos proceder a la grabación de nuestros espacios. En el programa que nos trata, realizamos una crónica, y para ello, tuvimos que desplazarnos al evento, meses antes, y grabar algunas declaraciones, para lo que tuvimos que reservar alguna grabadora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. De igual forma debíamos reservar los estudios de radio para grabar las distintas secciones del programa.

Una vez con todo grabado, pasamos el bruto de los audios por edición para corregir errores que han podido pasar en directo, y enlazar las distintas secciones para enmendar la continuidad del programa.

2.b. Recursos utilizados

En este punto debemos destacar los recursos materiales, recursos documentales, y recursos humanos.

Como recursos materiales, utilizamos varias salas de grabación de radio de la Facultad de Comunicación, grabadoras del aula de Medios Audiovisuales, ordenadores para recoger los audios que salían de la mesa de control de los estudios de radio y algún pendrive.

Además, debemos destacar algunos programas informáticos para la edición de los audios, como Audacity y algunos *plugins* externos.

Para el desarrollo del programa, hemos utilizado recursos musicales sacados de varias páginas de música libre, como *Audioblocks*, para la sintonía, cama musical, o cortina. También varias canciones como "*Legends Never Die*", o "*Warriors*", para separar secciones. Durante otra de las secciones hemos utilizado la banda sonora de distintos juegos, como *The Legend Of Zelda*, *Super Mario*, *Nintendogs*, *Pro Evolution Soccer*,

FIFA, y *Pokémon*. Para la entrevista, utilizamos sonidos del famoso programa de televisión "¿Quién Quiere Ser Millonario?", y sonidos de armas del juego *Fortnite*.

En recursos documentales destacamos las fuentes utilizadas para las noticias de nuestra sección de actualidad, como El País o El Mundo.

Entre los recursos humanos encontramos el trabajo realizado por parte de los autores del proyecto, Antonio Bolancé y Carlos Soliño, como el proceso de creación de ideas, redacción, edición... Además, hemos contado con la ayuda de Javier Marín, que se ha prestado para colaborar en nuestro programa con una sección, y con una documentación que él mismo ha desarrollado. Cabe también la mención a Luján Gaona que ofreció su ayuda desde el control en algunas de las sesiones de grabación.

2.c. Colaboraciones

Como comentábamos, hemos contado con la colaboración de Javier Marín, compañero y estudiante de Periodismo. Con su ayuda, hemos completado la sección de los juegos virtuales de apuesta, sirviéndonos de ayuda el trabajo que realizó hace unos meses sobre este tema. Estuvimos viendo la posibilidad de incluir su trabajo en nuestro proyecto, y conseguimos ajustarlo a la duración y temática de nuestro programa.

Además, en la búsqueda de entrevista, también contamos con la ayuda de personas cercanas al entrevistado, que nos acercó su contacto para poder hablar con él.

2.d. Guion

Como comentábamos anteriormente, para el desarrollo del guion y escaleta utilizamos la plataforma de Documentos de Google, por la fácil sincronización de los archivos en varias cuentas. La escaleta quedaría de la siguiente manera:

Sección	Recursos	Duración	Acumulado
Presentación	Sintonía y cama	2'30''	2' 30''
Noticias	Cortina y cama	4' 30''	7'
Largo y tendido	Bandas sonoras videojuegos	14'	21'
Canción Warriors	Canción Warriors	3'	24'

Entrevista	Sonidos Fortnite	15'	39'
Canción Legends	Canción Legends	30''	39' 30''
Crónica + Audio	Audio Entrevistas	10'	49' 30''
Sección Marín	-	8'	58' 30''
Despedida	Canción Daft Punk	1' 30''	1h 00'

A partir de la escaleta se configuraron nuestros guiones, haciendo una prueba de ensayo y error, para controlar bien los tiempos. A continuación, se muestran algunos ejemplos del guion:

A: Y siguiendo en la misma línea, pocos días después la asociación Desarrollo Español de Videojuegos, junto a la asociación Diboos, que representa al sector de la animación, organizó un debate al que invitó a PSOE, PP, Ciudadanos y Podemos y que giró en torno a las industrias de la animación y el videojuego.

B: Los representantes de los principales partidos exhibieron una actitud encomiable, muy distante de lo que hacen cuando abordan otros temas, y prácticamente todos aportaron opciones para mejorar la situación del sector.

Preguntas Entrevistas *FreeKO* (jugador de *Fortnite*)

¿Cómo te eligieron para ser jugador profesional de *Fortnite*?

¿Cuál es tu rutina como jugador?

¿Hay *Gaming House*?

¿Futuro videojuegos/futuro jugadores?

¿Cuál es la vida útil de un *pro-player*?

¿Se puede vivir del videojuego como jugador?

¿Qué piensa tu familia de todo esto?

¿Qué es lo más OP (disertación sobre el término OP y el desbalanceo)

2.e. Problemas

Durante el desarrollo del proyecto nos hemos visto envueltos en algunos problemas, sobre todo con la burocracia que demanda la Facultad para la reserva de medios audiovisuales y salas de radio. En primer lugar, el alquiler de la grabadora nos derivó en una espera de varios días para saber realmente si podríamos sacar el dispositivo el fin de semana. Durante esa espera no tuvimos más remedio que ingeniarnos otras alternativas en caso de que la reserva no fuera exitosa. Finalmente, pudimos sacar la grabadora y el problema no derivó más allá de esa incertidumbre.

Otro de los problemas que desde la Facultad se nos planteó es la falta de espacios libres en los estudios de radio, al tener que reservar una sala con una semana de antelación. En ocasiones no podíamos conseguir alguna entrevista por culpa de la, estimamos, innecesaria burocracia que se establece en la reserva de espacios de radio.

En ocasiones, conseguíamos una buena entrevista, pero lógicamente, la apretada agenda del entrevistado no nos daba la oportunidad de poder hacerle la entrevista en las salas de grabación, pues o no había hueco libre, o no era posible reservar la sala para la misma semana. La única oportunidad de reservar una sala en la misma semana era ir lo más temprano posible, ese mismo día, para coger algún estudio, si es que algún trabajador no estima oportuno saltarse toda la burocracia que los estudiantes debemos hacer, y reservar días antes la sala, cosa que no debe realizarse.

Todos estos problemas podemos ejemplificarlos, como ocurrió con el creador del videojuego *Chicotaz*, y el creador de *Pokémon Iberia*. La falta de agenda, y la enorme antelación que debemos tener para tener un espacio en la radio, hizo imposible que la entrevista consiguiera efectuarse.

Finalmente conseguimos realizar la entrevista con un jugador profesional de Fortnite, después de tener que aplazar en una ocasión la fecha de grabación, por la misma razón. Falta de estudios de radio libres, y la ardua tarea que hay que efectuar en la mesa para que funcione correctamente.

3. PROYECTO FINAL

3.a. Estructura

Durante toda la memoria hemos comentado la temática y estilo de nuestro programa. Pero ahora hablaremos de la estructura del primer capítulo. La escaleta que adjuntamos en el punto 2.d. sirvió de muestra para realizar nuestro proyecto. En primer lugar, la sintonía ya muestra el estilo del programa. Una música rockera y de ritmo rápido, que baja el volumen después de unos diez segundos y se mantiene como cama musical durante la presentación del programa. Carlos y Antonio realizan una introducción presentando el proyecto y lo que les atañe a contar en el programa que escuchan. Además, comentan qué van a tener a modo de índice. Y sin más, da el paso al repaso de actualidad.

Suena una cortina similar al de un boletín informativo, y se mantiene como cama durante el repaso de las noticias. En varias noticias, se da pie a algunos totales.

Después del repaso a la actualidad, y con una cortina nueva que suena por primera, pero se repetirá en varias ocasiones, se da paso a "Largo y Tendido", el espacio más importante del programa. En él, Carlos y Antonio hablan sobre el tema que les trata. En este caso, se comenta de modo más improvisado (aunque lleven aportes previamente consultados). Los puntos por tratar en este tema son, por ejemplo, las primeras consolas y videojuegos, cuál fue nuestra primera consola, qué recuerdos tenemos, personajes icónicos del videojuego, el arte en el mundo del videojuego, diferencia entre juego clásico y online o competitivo, y el futuro de los videojuegos. Durante la sección se mencionan distintos juegos, mientras a modo de cama musical suenan sus bandas sonoras.

Antonio da paso, después de Largo y Tendido, a una canción para separar y descongestionar el programa. *Warriors* será la canción escogida en referencia a los videojuegos.

La crónica será la siguiente sección. Hablamos de la final de la Liga de España de *League of Legends*, que se vivió en Sevilla. Más concretamente en el Cartuja Center. Durante unos minutos hablamos de nuestra experiencia, y damos paso a un audio que previamente hemos grabado y editado, recogiendo las declaraciones de las personas que vivieron *in situ* la final en la ciudad hispalense.

La entrevista a *Freeko*, jugador profesional de *Fortnite*, es la siguiente sección. Durante aproximadamente 10 minutos, hablamos con él y le realizamos algunas entrevistas vía Skype. Después de una parte más formal, pasamos a hacerle un juego. Le ponemos sonidos de armas del juego, y debe tratar de adivinar de qué arma se trata.

Al acabar la entrevista, lanzamos medio minuto de música como separador. Utilizamos *Legends Never Die*.

Para finalizar, Javier Marín nos trae la última sección del programa. Cuenta la historia de José, un estudiante que cayó en la ludopatía por culpa de los juegos virtuales, más concretamente las apuestas online.

"The Fun Garage" concluye con una canción de Daft Punk y emplazamos a los oyentes a la próxima entrega, en la que tratamos el tema de los viajes. La canción sube el volumen y termina el programa después del estribillo.

3.b. Duración

Nos basamos en la escaleta que adjuntamos anteriormente, e intentamos cumplirlo a rajatabla. Es cierto que la entrevista se nos alargó algo y tuvimos que recortar tiempo de otras secciones. Finalmente, el programa dura 1h 1min 50seg.

3.c. Descripción del proyecto

"The Fun Garage" es el espacio radiofónico ideal para la gente joven e inquieta, sin que esto suponga una barrera para cualquier otro público. En el programa abordamos cada semana una nueva temática que exploramos desde una perspectiva dinámica y entretenida con la ayuda de nuestros colaboradores. Entrevistas, información, debates y ganas de pasarlo muy bien son las cartas con la que "The Fun Garage" para satisfacer a su público.

3.d. Descripción del capítulo

En el programa de esta semana nos lanzamos a la piscina con el salvavidas de los videojuegos. Los clásicos de siempre como Mario, Pokémon o Zelda nos hacen de trampolín para contaros algunas anécdotas y datos relacionados con ellos. También traemos la información más relevante para los gamers españoles y nos metemos de lleno a hablar sobre juegos online y competitivos con un profesional de los mismos. Todo esto y alguna cosa más esta semana en el garaje más divertido de las ondas.

3.e. Distribución

Nuestro programa está realizado con el único fin de ser subido mediante podcast, en una plataforma digital. Actualmente existe múltiples plataformas donde alojar espacios radiofónicos como son *iVoox*, *Spotify*, *SoundCloud*, *TuneIn* o Podcast (iPhone). Por lo que, primordialmente, intentaríamos realizar nuestros programas alojándolos en estas páginas.

3.f. Marketing

Como hemos comentado durante toda la memoria, nuestro proyecto va dirigido a un público joven, por lo que el marketing digital es primordial. En primer lugar, convendría estar presente en las principales redes sociales del momento, como son Instagram, Twitter y Facebook. Una vez habiendo creado nuestros perfiles debemos intentar convencer al público del contenido que grabamos, lanzando pequeños fragmentos de los programas, y animando a nuestros seguidores a pinchar en el enlace para escuchar el programa completo. Si vemos conveniente utilizar las distintas plataformas de publicidad para hacer despegar el proyecto no nos importaría invertir un poco en ello.

3.g. Conclusiones

En general, nos ha resultado gratificante realizar un proyecto de radio en la universidad. Ha sido difícil, y más al final del curso, por todos los problemas que hemos comentado en el punto 2.e., pero el resultado ha sido, por nuestra parte, satisfactorio. Creemos haber cumplido con los objetivos que nos propusimos en la primera tutoría, a pesar de algunos cambios que ha sufrido nuestro proyecto.

Sabíamos desde un principio que la radio no es tarea fácil. Hemos tenido en cuenta múltiples aspectos que pueden observarse en el programa que presentamos, como el estilo del programa, la existencia de música que añade dinamismo al discurso, el respeto por el medio, y contenidos entretenidos pero serios, sin pecar de informalidades.

En definitiva, creemos haber conseguido elaborar un producto entretenido que se apoya en los principios periodísticos para su elaboración, incluyendo elementos propios del periodismo pese a su tono distendido. Principios adquiridos en el Grado de Periodismo, y más concretamente en algunas asignaturas del Plan de Estudios, teniendo en cuenta el respaldo y la importancia que hay que darle a un medio tan noble como es la radio.