



# Amb el cap ben alt

Referents i impuls per als col·lectius LGTBIQA+  
en format pòdcast

---

## Grau de Comunicació

Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació  
Universitat Oberta de Catalunya

Treball Final de Grau

**Autor:** Marc Puntos Cornet

**Tutor de TFG:** Josep Maria Deu Perera

**Modalitat de TFG:** Projecte creatiu (pòdcast)

Barcelona, 14 de gener de 2024

*A la Rosa Maria Cornet Ciurana.*

## Resum

Aquest TFG és un **projecte creatiu en format pòdcast**, està emmarcat en els àmbits del **periodisme** i de la **comunicació audiovisual** i la seva temàtica és la **diversitat sexual i de gènere**.

**El format pòdcast és adequat per al periodisme d'investigació:** per entrevistes en profunditat a testimonis anònims i a persones expertes, per establir una conversa de tertúlia, per la participació de l'audiència, a banda que permet a l'oient escoltar-lo en espais, moments i contextos ben diferents. És un format amb molt potencial que reuneix moltes possibilitats per assolir l'èxit, tant per **les particularitats del producte sonor**, com per **les característiques de sindicació i descàrrega per escoltar-lo a demanda**, alhora que encaixa perfectament amb les TRIC.

Un dels motius principals que impulsa el projecte és la **falta de visibilitat** dels diferents col·lectius LGTBQA+, i, per això, caldrà posar el focus en aquells més oprimits i invisibilitzats a causa de l'**al·locisheteropatriarcat**. El pòdcast té la finalitat de revertir les desigualtats, pel dret a la indefinició i pel dret a la diferència, a través d'una **mirada interseccional** (Platero, 2012, pàg. 17-19). Aquest serà l'eix central, àmpliament documentat, que ens guiarà entre una multitud de conceptes, punts de vista i idees diferents. Amb tot, el pòdcast té una **missió de transformació social**, per la qual cosa intentarà "sacsejar idees" per tal de **posar-les a disposició de la ciutadania**. El títol destaca totes aquelles referents que, gràcies al seu impuls, han estat figures vitals per a les persones LGTBQA+ i que un dia et van dir: "...i ves amb el cap ben alt".

---

## Resumen

Este TFG es un **proyecto creativo en formato podcast**, está enmarcado en los ámbitos del **periodismo** y de la **comunicación audiovisual** y su temática es la **diversidad sexual y de género**.

**El formato podcast es adecuado para el periodismo de investigación:** para entrevistas en profundidad a testimonios anónimos y a personas expertas, para establecer una conversación de tertulia, para la participación de la audiencia, además de que permite al oyente escucharlo en espacios, momentos y contextos muy distintos. Es un formato con mucho potencial que reúne muchas posibilidades para lograr el éxito, tanto por **las particularidades del producto sonoro**, como por **las características de sindicación y descarga para escucharlo a demanda**, a la vez que encaja perfectamente con las TRIC.

Uno de los motivos principales que impulsan el proyecto es la **falta de visibilidad** de los diferentes colectivos LGTBQA+ y, por eso, hará falta poner el foco en aquellos más oprimidos e invisibilizados a causa del **alocisheteropatriarcado**. El podcast tiene la finalidad de revertir las desigualdades, por el derecho a la indefinición y por el derecho a la diferencia, a través de una **mirada interseccional** (Platero, 2012, pág. 17-19). Este será el eje central, ampliamente documentado, que nos guiará entre una multitud de conceptos, puntos de vista e ideas diferentes. Así pues, el podcast tiene una **misión de transformación social**, por lo que intentará "sacudir ideas" para **ponerlas a disposición de la ciudadanía**. El título destaca todas aquellas referentes que, gracias a su impulso, fueron figuras vitales para las personas LGTBQA+ y que un día te dijeron: "... y ve con la cabeza bien alta".

## Paraules clau

#Pòdcast #Podcàsting #Periodisme #Comunicació #LGTBIQA+ #Gènere #Feminismes #DretsHumans

# Índex

1. CONTEXT .....	6
1.1. DEFINICIÓ DEL FORMAT PÒDCAST .....	6
1.2. L'AUGE DEL PÒDCAST: ORIGEN I EVOLUCIÓ.....	7
1.3. CONSUM ACTUAL I PERFIL D'AUDIÈNCIES.....	8
1.4. TIPUS DE PÒDCASTS: GÈNERE I TENDÈNCIES.....	9
1.5. <i>BRANDED</i> PÒDCAST .....	12
1.6. PLATAFORMES DE DISTRIBUCIÓ O PODCÀSTING .....	13
1.7. MODELS DE FINANÇAMENT O MONETITZACIÓ .....	17
2. MEMÒRIA DE PRODUCCIÓ .....	20
2.1. FITXA TÈCNICA .....	20
2.2. IDEA I SINOPSI .....	20
2.3. ESTRUCTURA DEL PÒDCAST .....	20
2.4. IDENTITAT: NOM, LOGOTIP I SINTONIES .....	22
2.5. ANÀLISI DE MERCAT .....	24
2.5.1. OBRES DE REFERÈNCIA.....	24
2.5.2. ESTUDI DE LA COMPETÈNCIA: .....	25
2.6. ANÀLISI DAFO .....	26
2.7. MAPA DE POSICIONAMENT.....	27
2.8. PÚBLIC OBJECTIU .....	27
2.9. DURADA I PERIODICITAT .....	27
2.10. PLANIFICACIÓ DE LA TEMPORADA I EPISODIS.....	28
3. PRODUCCIÓ DE L'EPISODI PILOT .....	29
3.1. TEMA, CONTINGUTS I CONVIDATS.....	29
3.2. GUIÓ TÈCNIC-LITERARI.....	30
3.3. ESCALETA TÈCNICA .....	36
3.4. MITJANS TÈCNICS .....	37
3.5. SINTONIES, SEPARADORS I EFECTES SONORS .....	37
3.6. ENREGISTRAMENT I EDICIÓ.....	42
4. DISTRIBUCIÓ I DIFUSIÓ.....	45
4.1. PLATAFORMES DE DISTRIBUCIÓ DEL PÒDCAST.....	45
4.2. PLA DE COMUNICACIÓ.....	46
4.3. DISSENY DE LA IDENTITAT, IMATGE I MARCA .....	49
5. PRESSUPOST .....	50
5.1. PREVISIÓ DE DESPESES I INGRESSOS .....	50
5.2. MONETITZACIÓ I VIES DE FINANÇAMENT .....	50
5.3. PLA DE FINANÇAMENT .....	51
6. CONCLUSIONS.....	52
REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES .....	54

# 1. Context

## 1.1. Definició del format pòdcast

En primer lloc, cal esmentar dues particularitats del pòdcast que són clau per a la seva definició i, alhora, també per l'èxit que assoleix en l'actualitat: el format de producció i reproducció (en àudio .mp3) i la seva distribució d'episodis "a demanda" per Internet a través de la sindicació, els quals queden indexats en ordre i de fàcil accés. Aquestes dues particularitats són les que defineixen què és un pòdcast:

"Un pòdcast és un arxiu o una sèrie d'arxius sonors digitals creats per ser reproduïts en lectors de so portàtils, ordinadors o dispositius mòbils i que es distribueix a internet utilitzant la tècnica de sindicació, la qual cosa genera canals RSS, és a dir, canals de publicació molt senzills que poden ser llegits per aplicacions com iTunes o altres, sense necessitat d'accedir al web que allotja el pòdcast." (Romero Valldecabres, 2023, pàg. 7)

I consultant el Termcat, trobem:

### **Pòdcast<sup>1</sup>**

n. m. Emissió d'àudio o audiovisual emmagatzemada a internet com a arxiu digital, sovint formant part d'una sèrie, que l'usuari pot reproduir en qualsevol moment, sigui en línia o, un cop descarregada a l'ordinador o en un dispositiu mòbil, fora de línia.

### **Podcàsting<sup>2</sup>**

n. m. Tècnica per a crear i difondre pòdcasts.

El format pòdcast guarda una relació molt estreta amb la ràdio digital (la que es distribueix a través d'Internet per *streaming* i a la carta) i això pot generar confusió en la definició del terme, però són dos productes diferents. En relació a aquesta confusió, avui dia, habitualment s'anomena pòdcast a tot aquell àudio parlat que s'allotja a Internet i que pot escoltar-se a demanda (Romero Valldecabres, 2023, pàg. 8).

Dit així, aquesta fórmula fa desconnectar la idea original del format i posa en un mateix sac a diferents productes pensats amb objectius ben diferents. Però d'altra banda, també posa en evidència la diferència clara entre un pòdcast i un programa de ràdio i és que els programes de ràdio allotjats a Internet per ser descarregats a demanda van ser emesos, en un moment determinat, per un mitjà de comunicació tradicional (la ràdio FM o través d'*streaming*) i fent-ho de forma lineal, amb una programació amb calendari i horari. En canvi, el pòdcast no forma part d'una graella de programació com les que coneixem dels mitjans tradicionals de la ràdio i la televisió, té una entitat de producció i distribució pròpia i no necessita del recolzament d'altres continguts per distribuir-se. Podríem dir que com que no forma part d'una graella i no té horaris d'emissió, tampoc respondrà a conceptes com l'horari protegit o el de l'horari de màxima audiència o *prime time*. Aquest últim concepte, pels mitjans de comunicació tradicionals d'emissió lineal (com la ràdio), és clau en relació a la publicitat que serà més cara en aquests horaris de màxima audiència. Com que els pòdcasts no es regeixen per aquesta linealitat d'horaris, cal que tinguin unes fórmules per calcular quina és la seva audiència en quantitat i perfils, per tal d'aconseguir finançament.

<sup>1</sup> TERMCAT. (s.d.). *pòdcast*. <https://www.termcat.cat/ca/neoloteca/fitxa/NDEwMjk2Mw%3D%3D>

<sup>2</sup> TERMCAT. (s.d.). *podcàsting*. <https://www.termcat.cat/ca/cercaterm/fitxa/MzlwNTY5>

Per diferenciar el pòdcast d'altres formats en àudio, és molt aclaridora la descripció que fa Toni Sellas al llibre *El Podcasting: la (r)evolució sonora*, on diu: “la clau és la sindicació de continguts als documents sonors, donat que el podcàsting permet que fitxers de so que abans es descarregaven manualment a l'ordinador siguin ara descarregats de forma automàtica utilitzant un programa indexador i instal·lats a un reproductor portàtil.” (Sellas, 2011, pàg. 21).

## 1.2. L'auge del pòdcast: origen i evolució

L'origen del terme **podcàsting** parteix del periodista Ben Hammersley amb la publicació a *The Guardian* de l'article *Audible revolution* (Hammersley, 2004), on menciona el terme, el qual és una contracció de dos mots en anglès: *pod* i *broadcasting*. A més, coincideixen en el temps l'aparició del terme i el llançament de l'iPod d'Apple, a inicis del segle XXI. (Romero Valldecabres, 2023, pàg. 7).

El pòdcast va sorgir de la necessitat i possibilitat d'allotjar àudio en format .mp3 i indexat als blogs. Això permetia que qualsevol contingut multimèdia podia ser accessible i de forma sindicada per **RSS**, en anglès, *Really Simple Syndication* (un format XML), tal com es feia en la web 2.0 per a les entrades d'un blog. Així mateix, els i les bloguers/es, des d'aquell moment, van tenir la possibilitat de produir i distribuir contingut per àudio ampliant la **hibridació de mitjans** (Adell, 2014) que ja s'estava practicant en els seus blogs, amb text i imatges pròpies i de tercers. A partir de llavors, també hi havia la possibilitat de produir aquests continguts en format àudio, per la qual cosa s'ampliava encara més la manera de comunicar en una nova forma expressiva, fins llavors reservada als mitjans tradicionals com la ràdio. Per tot això, “el pòdcast neix de la pràctica radiofònica, com a llenguatge sonor i, com a eina, neix dels internautes, dels usuaris i amateurs” (Romero Valldecabres, 2023, pàg. 9) i, com apunta Toni Sellas, “el podcàsting neix en un entorn aliè als mèdia” i, per tant, “els pòdcasts permeten innovar en la comunicació sonora, però no sorgeixen de la ràdio sinó de l'univers de bloguers/es i *geeks*. En aquest sentit, són un exemple de la capacitat dels usuaris per fer-se seva la tecnologia i trobar-ne nous usos.” (Sellas, 2011, pàg. 84).

Actualment, hi ha gran quantitat de pòdcasts al món en diferents llengües, produïts per professionals del sector de la comunicació i d'altres per amateurs de la temàtica en qüestió i això és així perquè no només hi ha grans productores audiovisuals, plataformes digitals i mitjans de comunicació al darrere sinó que “es continuen produint pòdcasts de manera independent” (Romero, 2023, min. 2:22). Tanmateix, és important tenir en compte que les particularitats del format pòdcast requereixen uns processos ben executats per tal que el resultat sigui un producte sonor de qualitat, és a dir, “no es tracta simplement d'obrir un micròfon i començar a parlar”, alhora que també cal tenir en compte que “hi ha persones que arriben al pòdcast des d'altres àmbits no sonors o radiofònics i que, per tant, necessitaran adaptar les seves idees al format” (Romero Valldecabres, 2023, pàg. 9). El que és evident és que, fins ara, ja ben entrat l'any 2024, el format pòdcast està en plena onada de consolidació i, any rere any, guanya nous oients. Una audiència que no només creix en nombre sinó que es fa més diversa en edats i perfils, tal com veurem en els següents apartats. Aquesta circumstància de creixement no és aliena a la qualitat dels projectes que es desenvolupen i que fa que el format pòdcast s'acabi consolidant amb èxit, alhora que retroalimenta l'interès de l'audiència, ja que existeixen més temàtiques i gèneres que en els seus inicis ara ja fa, tot just, dues dècades.

### 1.3. Consum actual i perfil d'audiències

El juny de 2023, la Facultat de Comunicació de la Universitat de Navarra va publicar el seu informe anual que analitza el periodisme digital a Espanya, el *Digital News Report España 2023*<sup>3</sup>. Acompanyant a l'informe, hi ha una llista de reproducció de vídeos<sup>4</sup> i un pòdcast<sup>5</sup> on expliquen els resultats i conclusions més destacades de cada apartat. En particular, per les dades del consum actual de pòdcasts a Espanya, segons la nota de premsa que van publicar amb el títol *La escucha de pòdcast se consolida en España* (Amoedo, 2023), podem destacar que un **45% de la població escolta pòdcasts**. Enguany, aquest percentatge ha crescut considerablement, respecte d'anys anteriors. La major part són menors de 44 anys (un 56%), però on es destaca més, són els més joves (menors de 24) que són un 70% els que escolten pòdcasts.

El *III Informe anual*<sup>6</sup>, de l'Observatorio iVoox, ens indica amb números generals quina és la situació actual del consum de pòdcast. Les dades següents estan basades en l'anàlisi fet per l'Observatorio iVoox i es refereixen a Espanya, a través d'una enquesta feta a més de 3.600 oients. Podem desgranar el detall de l'informe i contrastar el volum de dades i les diferents categories de l'estudi, a través de la nota de premsa *El podcast en español sigue imparabile: aumentan las escuchas y los oyentes están más dispuestos a pagar* (Martínez, 2023).

De mitjana, s'escolten 4,2 episodis en 9,5 hores per setmana (un increment respecte l'any anterior) i el 97% dels oients ho fa en solitari, amb una mitjana de 4,9 subscripcions. El 49% dels oients escolta pòdcasts diàriament i el 58% ho fa de nit. També prefereixen episodis llargs: el 62% escolten episodis d'entre 30 minuts i 2 hores i afirmen que no els molesta la llargada d'un episodi, si el tema els interessa. Els oients són un 55% homes i un 45 % dones (les quals, augmenten un 2% respecte l'any 2022), la majoria tenen estudis universitaris (61%) i treballen (82%). Actualment, 1 de cada 4 oients ja paga algun tipus de subscripció o recolzament econòmic pels seus pòdcasts preferits. D'altra banda, el 58% dels oients afirmen que estan disposats a pagar pels seus pòdcasts preferits (és un augment de l'1% respecte el 2022).

#### Dispositiu de reproducció:

- 97%: mòbil
- 13%: cotxe
- 10%: ordinador

#### Principals motius per escoltar pòdcasts:

- 66%: puc escoltar-los mentre faig altres coses
- 63%: per aprendre
- 61%: puc escoltar-lo quan i a on vulgui

#### Cost de la subscripció:

- 58% menys de 3€/mes
- 6% més de 5€/mes

#### Motius de l'audiència a l'hora de recolzar un pòdcast:

- 60% recolzar al/la podcaster
- 48% contingut exclusiu
- 47% escoltar sense publicitat

<sup>3</sup> Amoedo, A. [Avelino], Moreno, E. [Elsa], Negro, S. [Samuel], Kaufmann-Argueta, J. [Jürg]; Vara-Miguel, A. [Alfonso]. (2023). *Digital News Report España 2023*. Servicio de Publicaciones, Universidad de Navarra. <https://doi.org/10.15581/019.2023>

<sup>4</sup> Facultat de Comunicació - Universidad de Navarra. [@fcomunav]. (2023, 13 de juny). *DNR España 2023* [vídeo en línia]. YouTube. [https://www.youtube.com/playlist?list=PL\\_q9Oa13bgOMAV1QTxDjdEsHIsA54Orza](https://www.youtube.com/playlist?list=PL_q9Oa13bgOMAV1QTxDjdEsHIsA54Orza)

<sup>5</sup> Facultat de Comunicació - Universidad de Navarra. (2023, 14 de juny). *Digital News Report España 2023* [pòdcast]. Pod.co. <https://pod.co/digital-news-report-espana-2023>

<sup>6</sup> iVoox. (2023). *III Informe anual - Observatorio iVoox*. <https://www.ivoox.com/informes-ivoox-informe-consumo-podcast-en-espanol>



## 1.4. Tipus de pòdcasts: gènere i tendències

En apartats anteriors, s'ha mencionat que arreu existeix una gran diversitat de gèneres i temàtiques de pòdcasts i, concretament, a Catalunya, també trobem una gran varietat de tipologies. Ja ho explicaven fa més d'una dècada, Toni Sellas i Jaume Llambrich, al capítol titulat *El podcasting en catalán* (Sellas i Llambrich, 2010) que van escriure per participar al llibre col·laboratiu *Podcasting, tú tienes la palabra* (Asociación Podcast, 2010), en el qual, desglossaven el panorama divers dels pòdcasts realitzats en llengua catalana.

D'entrada, els autors destacaven una clara diferència entre la situació de la ràdio a Catalunya i els pòdcasts creats en català. Precisament, les dues emissores de ràdio líders d'audiència any rere any (RAC1 i Catalunya Ràdio) són de les que la seva emissió és íntegrament en català, a diferència de la creació de pòdcasts en llengua catalana que, com diuen literalment, “són pocs els pòdcasts en català i molts *podcasters* catalans opten pel castellà pels seus projectes sonors.” (Sellas i Llambrich, 2010).

Gairebé una dècada i mitja més tard, si fessin l'anàlisi avui dia, el capítol seria encara més extens perquè **s'han ampliat les temàtiques i els gèneres** i, molt rellevant, **s'han multiplicat les productores** de pòdcasts, per la qual cosa, els objectius de cadascun dels pòdcasts també són diversos en funció del seu gènere. Aquest creixement exponencial de diferents tipus durant aquesta segona dècada d'existència dels pòdcasts, fa que, avui dia a l'inici de l'any 2024, estiguem experimentant aquest èxit (dels anys recents) que no sembla que tingui aturador. I cal destacar “sembla” perquè el ritme de creixement en la creació de nous pòdcasts està minvant<sup>7</sup>, en conseqüència, algunes plataformes de distribució de pòdcasts estan ajustant les seves inversions i, justament, ho han fet durant la segona meitat del passat any 2023<sup>8</sup>. Un dels punts clau és l'anàlisi de les tendències sobre quins tipus de pòdcasts agraden més.

Quan parlem de tipologies de pòdcast, hem de concretar més si és que no parlem de temàtica, una manera de classificar els pòdcasts seria per gènere. Com en tot el sector de l'audiovisual, la classificació per gèneres ens servirà per determinar la intenció (la missió) del pòdcast i, per produir un pòdcast d'una manera o d'una altra, caldrà fer uns processos determinats en la metodologia de treball. Moltes vegades, els pòdcasts, segons el seu gènere, es recolzen alhora entre varies branques del sector de la comunicació (periodisme, comunicació audiovisual, publicitat i relacions públiques). És per aquest motiu que qualsevol de les temàtiques (tecnologia, ciència, esports, drets humans, política, història, cinema, música, economia, comerç...) es poden investigar i explorar per crear nous continguts des de qualsevol d'aquestes vessants, ja sigui amb **la intenció d'informar, d'entretenir o de persuadir**. La missió d'un pòdcast respondrà a una d'aquestes tres intencions.

---

<sup>7</sup> Marquez, J. [Javier]. (10 de febrer de 2023). Algo está pasando en el “imparable” negocio del podcasting: la creación de programas cayó un 70% el año pasado. *Xataka*. <https://www.xataka.com/audio/algo-esta-pasando-imparable-negocio-podcasting-creacion-programas-cayo-70-ano-pasado>

<sup>8</sup> Andrés, R. [Rubén]. (6 de juny de 2023). A Spotify le está yendo bien con sus podcasts. No lo suficiente como para no despedir a 200 personas. *Xataka*. <https://www.xataka.com/empresas-y-economia/a-spotify-le-esta-yendo-bien-sus-podcasts-no-suficiente-como-para-no-despedir-a-200-personas>

## Gèneres:

- Notícies d'actualitat
- Reportatges d'investigació / documentals / divulgació
- Crònica periodística
- Entrevistes
- Opinió / tertúlia
- Entreteniment (de ficció i de no-ficció)
- Acadèmics / formació
- *Branded* pòdcast

## Pòdcasts d'investigació periodística

A mode d'exemple, el pòdcast que s'elabora per aquest TFG és d'investigació periodística i divulgació, amb una entrevista i espais breus d'informació i opinió.

A la revista *Capçalera* del Col·legi de Periodistes de Catalunya, es va publicar un article amb el títol *Pòdcasts que investiguen* (Ponsa, 2023) en el qual es detallava la metodologia de treball i les claus de l'èxit d'aquest gènere. L'afirmació més aclaridora de perquè tenen èxit aquest tipus de produccions periodístiques és la que es recull a l'article, de part de María Jesús Espinosa de los Monteros, directora general de Prisa Audio:

“L'audioperiodisme respon a una demanda actual d'oferir enfocament i context dins d'un ritme accelerat i immediat de notícies. Aquesta espècie de *cultura snack*, en paraules de Carlos Alberto Scolari, expert de la comunicació, respon a una tendència de tractar els temes superficialment. En contraposició a això, sorgeix una necessitat d'explicar successos complexos amb detall, amb diferents perspectives, amb un ritme pausat i lent.” (Ponsa, 2023).

En relació a aquesta particularitat, aquest tipus de pòdcasts respon a les mateixes característiques dels reportatges d'investigació periodística en qualsevol format (també en premsa escrita i televisió). Per això, “els pòdcasts d'investigació periodística tenen una agenda diferent a la mediàtica convencional” (Ponsa, 2023) i, d'aquesta manera, es pot fer una **recerca més lenta i amb més profunditat**, per la qual cosa, es podran detectar amb més complexitat les **diferents mirades i realitats**, alhora que es dona **veu** a aquelles protagonistes que no en tindrien en el frenesí de l'actualitat.

## Tendències en les temàtiques i els formats més escoltats

Segons el *III Informe anual* de l'Observatorio iVoox descrit a l'apartat anterior, podem detallar quines temàtiques i formats són els més escoltats:

### Temes més populars:

1. Misteri i altres realitats
2. Història i humanitats
3. Humor i entreteniment
4. Política, economia i opinió
5. Notícies i successos
6. Futbol

### Formats:

La majoria dels oients escolta més d'un format:

1. 52% Tertúlies
2. 49% Documental
3. 43% Entrevistes
4. 31% Crònica periodística
5. 29% Audiollibres

### Els programes més escoltats:

1. *Días Extraños*
2. *Nadie Sabe Nada*
3. *El Partidazo de la COPE*
4. *Cuarto Milenio*
5. *La ContraCrónica*

### Pòdcasts revelació:

1. *Abismo*
2. *No es el fin del Mundo*
3. *Planeta Oculto*
4. *Oscilador Armónico*
5. *Nos tienen contentas*

## Rànquing de pòdcasts més escoltats a Apple Podcasts

Informació recuperada amb data: 11/12/2023.

1 ▲1	 SER Podcast <b>Nadie Sabe Nada</b>	11 ▶	 Álex Fidalgo <b>LO QUE TÚ DIGAS con Alex Fidalgo</b>	21 ▼1	 Catalunya Ràdio <b>El búnquer</b>
2 ▼1	 Jordi Wild <b>The Wild Project</b>	12 ▼4	 El Podcast de Lucía Galán <b>El Podcast de Lucía Galán</b>	22 ▼7	 esRadio <b>Es la Mañana de Federico</b>
3 ▲1	 SER Podcast <b>Sastre y Maldonado</b>	13 ▲1	 SER Podcast <b>Un Libro Una Hora</b>	23 ▲7	 José Carlos G. <b>Memorias de un tambor</b>
4 ▲2	 Sergio Beguería y Juan Domínguez <b>Tengo un Plan</b>	14 ▲2	 Podium Podcast <b>La escómbula de la brújula</b>	24 ▲10	 SER Podcast <b>El Larguero</b>
5 ▲1	 Duolingo <b>Relatos en inglés con Duolingo</b>	15 ▲148	 COPE <b>Tiempo de Juego</b>	25 ▲1	 Podium Podcast <b>Aquí hay dragones</b>
6 ▼3	 COPE <b>El Partidazo de COPE</b>	16 ▲1	 National Geographic España <b>Curiosidades de la Historia National Geographic</b>	26 ▼13	 OndaCero <b>Más de uno</b>
7 ▼2	 Uveobe <b>Yo documental</b>	17 ▶	 SER Podcast <b>Acontece que no es poco con Nieves Concostrina</b>	27 ▲5	 SER Podcast <b>SER Historia</b>
8 ▲2	 SER Podcast <b>Todo Concostrina</b>	18 ▲3	 SER Podcast <b>Cualquier tiempo pasado fue anterior</b>	28 ▲14	 National Geographic España <b>DESPIERTA TU CURIOSIDAD</b>
9 ▲2	 La Ruina <b>La Ruina</b>	19 ▲3	 Catalunya Ràdio <b>Crims</b>	29 ▲6	 Cristina Mitre <b>El podcast de Cristina Mitre</b>
10 ▼1	 Podium Podcast <b>Criminopatía</b>	20 ▲3	 Marcos Vázquez <b>Radio Fitness Revolucionario</b>	30 ▶	 OndaCero <b>La rosa de los vientos</b>

Figura 1. Apple Podcasts - Spain - All Podcasts<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Chartable. (2023). *Apple Podcasts : Spain : All Podcasts Podcast Charts - Top* – Chartable. <https://chartable.com/charts/spotify/spain-top-podcasts>

## Pòdcasts en català

Si fa una dècada hi havia pocs pòdcasts en llengua catalana, cal destacar que, avui dia, la tendència en producció de pòdcasts en català està augmentant, any rere any. No podem accedir a gaires dades de les plataformes digitals, en relació a les tendències de pòdcasts produïts en català, tanmateix, el portal digital *MetaData* va analitzar les dades obtingudes de l'Informe de l'Observatori iVoox i va destacar que “els pòdcasts en català van créixer un 49% durant el 2022” (MetaData, 2023).

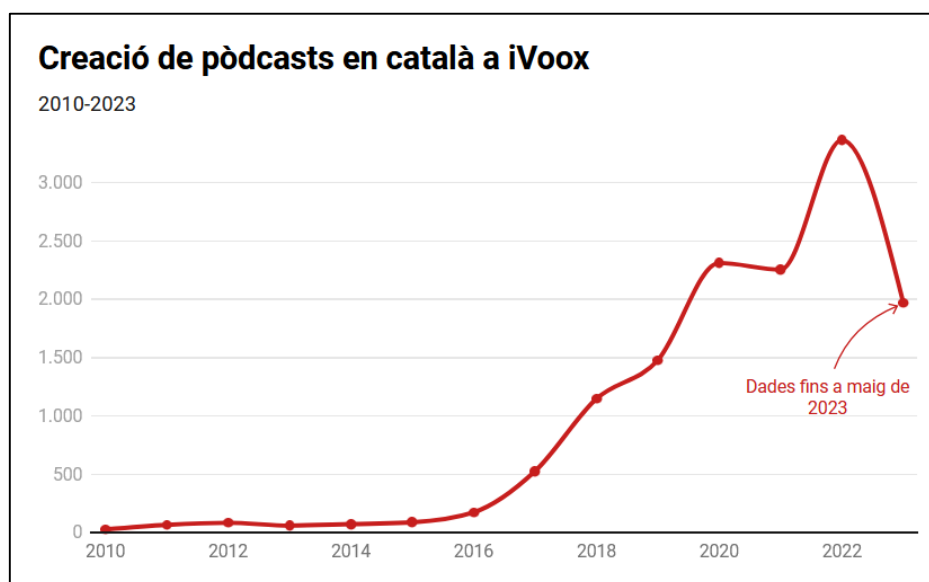


Figura 2. Gràfic creació de pòdcasts en català a iVoox entre 2010 i 2023 (MetaData, 2023)

### 1.5. Branded pòdcast

El *branded* pòdcast correspon a aquelles **produccions de temàtica sobre les marques i els negocis orientades a la comunicació d'aquestes corporacions**. Es destaca aquesta particularitat de **comunicació corporativa en l'àmbit de les relacions públiques i de la publicitat**, per diferenciar-la d'aquells pòdcasts que es dediquen a informar del panorama econòmic i del món de l'empresa des del periodisme, tal com ho fan per exemple, *The Wall Street Journal* o *The Financial Times* (Sellas, 2011, pàg. 114 i 115). A més, són moltes les experiències de produccions sonores que mostren **el poder i màgia de l'àudio en la comunicació**, ja no només des de l'origen de les històries explicades a la vora del foc sinó, també, per a la persuasió. La **vinculació emocional de l'oient** amb el pòdcast, igual com es fa en el crossmèdia (Scolari, 2014) i en el transmèdia (Fort Ros, 2022), serà clau per a la vinculació emocional del potencial client amb la marca que, precisament, és el que es vol aconseguir.

Prové de les tècniques de *branded content* de la publicitat (Metrópolis Comunicació, 2023), en les quals, els anuncis publicitaris narren una història per **connectar emocionalment** amb l'espectador / oient. A banda que, en clau de relacions públiques, per aconseguir la missió d'establir unes “relacions mútuament beneficioses entre l'organització i els seus públics” (Lalueza Bosch, 2021, pàg. 11), és fonamental oferir **informació útil** per a l'oient, per la qual, continuarà escoltant més episodis i la seva vinculació amb la marca esdevindrà més estreta. És per aquests motius que en el camp de la comunicació corporativa i de la publicitat hi ha un gènere

específic de pòdcast: el *branded* pòdcast. I tant és que les empreses coneixen aquest potencial que “a l'Estat Espanyol, **un 59% de les marques fan ús de l'àudio en línia en l'estratègia de màrqueting**” (Bufias, 2023).

Una de les característiques del podcàsting és que es poden **segmentar** millor **els perfils d'audiència** (en comparació als mitjans de comunicació tradicionals d'emissió lineal), tal i com ho fan les xarxes socials. Per tant, això és molt bo pels anunciants i per a la comunicació de marca, ja que **podran apuntar millor als seus públics objectius**, tant si són públics interns com externs. A l'article titulat *El amor a las marcas también entra por el oído* (Control Publicidad, 2023), Fernando Chulilla, director general de Taller de Radio, afirma que, les produccions sonores a la ràdio destaquen per “la seva capacitat de segmentació, fidelitat, credibilitat, proximitat i, el més important, haver demostrat la seva eficàcia en entorns econòmics desfavorables”. Els pòdcasts, no són diferents a la ràdio en aquest sentit, ja que, segons indica aquest article referenciant-se a dades de eMarketer, “un 54% dels oients assegura que consideraria més una marca després d'escoltar-la en un pòdcast” (Control Publicidad, 2023). I, encara més aclaridor tal i com ho explica Rubén Galgo, CEO de BrandStocker: “la gent busca de manera activa i concreta el contingut que l'interessa a les plataformes de pòdcasts. Aquesta interacció el converteix en un mitjà d'escoltants, no d'oients” (Horrillo, 2023).

Un exemple d'èxit és *Blum*<sup>10</sup>, de la productora El Extraordinario i creat per a Turismo de Suïza<sup>11</sup> (l'organització que va encarregar la producció d'aquest *branded* pòdcast), el qual va guanyar el premi al millor *branded* pòdcast de la segona edició dels Premios Ondas Globales del Podcast 2023 (Sánchez, 2023).

## 1.6. Plataformes de distribució o podcàsting

Per cadascuna de les generacions, són clau els invents tecnològics en matèria de **comunicació i relació** entre les persones. Per això, quan parlem d'aquests dispositius, plataformes, canals i protocols estem parlant de les **TRIC**, les **tecnologies de la relació, la informació i la comunicació** (Gabelas et al., 2012). És el cas de les xarxes socials i, particularment per als pòdcasts: els blogs, el format d'àudio .mp3 i el format de sindicació web RSS. Aquests elements són els que van donar fruit als **indexadors de pòdcasts**, un dels puntals clau del podcàsting, per la qual cosa, no en parlaríem si no existissin aquestes condicions (Romero Valldecabres, 2023, pàg. 7).

En el primer apartat d'aquest TFG, el de definició del format pòdcast, s'ha descrit que, gràcies a la sindicació per protocol RSS, no cal accedir (manualment i cada cop) al servidor web que allotja el pòdcast per poder descarregar-ne els episodis i escoltar-los. Les **plataformes d'allotjament** i les de **distribució** s'encarreguen d'**indexar i oferir l'enllaç de descarrega de cadascun dels episodis** i, si n'hi ha de nous, actualitzar-ne la llista. Això ens permetrà visualitzar una llista dels episodis d'un pòdcast endreçats per data de publicació amb el seu títol, imatge específica d'episodi, descripció, durada, etc. Així, un canal RSS (ben presentat), a efectes de l'usuari, és com un “índex estès” que incorpora l'enllaç URL al fitxer .mp3 de cada episodi per a la descàrrega directa.

<sup>10</sup> El Extraordinario. (2023). *Blum*. <https://elextraordinario.com/series/blum>

<sup>11</sup> Turismo de Suïza. (2023). *Blum*. <https://blum.myswitzerland.com>

A partir d'aquí, l'usuari pot utilitzar un programa client (una aplicació per ordinador o dispositiu intel·ligent) per poder **descarregar i sincronitzar la llista d'episodis** pels canals RSS. Els programes client de subscripció de pòdcasts per RSS o Atom permeten la cerca i l'exploració a través de diversos indexadors, per això, podem cercar diversos pòdcasts amb l'aplicació sense haver d'entrar a cada mitjà, productora o plataforma de distribució, ni tan sols haver-ne de copiar l'enllaç URL. A més, aquests programes incorporen un reproductor, cosa que fa encara més fàcil saber què has escoltat i què queda pendent. Trobarem moltes opcions de programes per diferents plataformes i sistemes operatius (Windows, MacOS, Linux, Android, iOS...). Un exemple per a Android pot ser *AntennaPod*<sup>12</sup>, una aplicació de codi obert i traduïda al català, amb una interfície d'usuari molt còmode, amb accés als indexadors i reproductor integrat.

Per distingir les diferents formes de com es distribueixen els pòdcasts, classifiquem les plataformes (que són de tipologies diferents) segons els següents termes:

	Accés multiplataforma (web i aplicació)	Aplicació client	Sindicació per RSS i descarrega en format .mp3	Reproducció sense connexió a Internet	Accés sense registre previ	Pagaments per subscripció
<a href="#">iVoox</a>	Sí	Qualsevol	Sí, només els últims 50 episodis	Sí	Sí	Opcional, per eliminar publicitat i continguts exclusius
<a href="#">Apple Podcasts (iTunes)</a>	Sí	Només la pròpia	No	Sí, de pagament	Sí, per web	Opcional, per eliminar publicitat i continguts exclusius
<a href="#">Spotify</a>	Sí	Només la pròpia	No	Sí, de pagament	Sí, per web	Opcional, per eliminar publicitat i continguts exclusius
<a href="#">YouTube</a>	Sí	Només la pròpia	No	Sí, de pagament	Sí, per web	Opcional, per eliminar publicitat i continguts exclusius
<a href="#">Audible</a>	Sí	Només la pròpia	No	Sí, de pagament	No	Requerit
<a href="#">Google Podcasts</a>	Sí	Només la pròpia	No	Sí, de pagament	Sí, per web	Gratuït
<a href="#">Podium Podcast</a>	Sí	Qualsevol	Sí	Sí	Sí	Gratuït
<a href="#">Sonora</a>	Sí	Només la pròpia	No	Sí, de pagament	No	Requerit
<a href="#">Podimo</a>	Sí	Només la pròpia	No	Sí, de pagament	No	Requerit
<a href="#">Amazon Music</a>	Sí	Només la pròpia	No	Sí, de pagament	Sí, per web	Opcional, per eliminar publicitat i continguts exclusius
<a href="#">Cuonda</a>	Sí	Qualsevol	Sí	Sí	Sí	Gratuït
<a href="#">Storytel</a>	Només aplicació per a iOS i Android	Només la pròpia	No	Sí, de pagament	No	Requerit
<a href="#">CaixaFòrum+</a>	Sí	Només la pròpia	No	No	No	Requerit
<a href="#">Ràdio Primavera Sound</a>	Sí	Només la pròpia	No	No	Sí, per web	Gratuït
<a href="#">3Cat</a>	Sí	Qualsevol	Sí	Sí	Sí	Gratuït

Figura 3. Taula d'elaboració pròpia. Font de les dades: cadascuna de les plataformes digitals

<sup>12</sup> AntennaPod Open Source Team. (2023). *AntennaPod* (v3.2.0) [programari]. <https://antennapod.org>

Aquesta taula només respon a preguntes d'usabilitat des del punt de vista de l'oient. En el cas, que ho vulguem mirar des del punt de vista dels i les creadores (*podcasters*), trobem més diferències entre aquestes plataformes. Algunes són **distribuidores o indexadores** (Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts...), d'altres són **productores de pòdcasts** propis i n'encarreguen o en compren els drets de distribució en exclusiva de produccions externes, per tal que formin part del seu catàleg (Podium Podcast, 3Cat, CaixaFòrum+...) i d'altres són **plataformes d'allotjament** (iVoox, Spotify for Podcasters i Apple Podcasts for Creators).

Tanmateix, algunes plataformes digitals **fan més d'una funció (allotjament, distribució i producció pròpia o en exclusiva)**. Per desgranar aquest enrenou, hem de distingir entre les plataformes d'allotjament, les que permeten als creadors pujar el fitxer als seus servidors i que permeten la sindicació per RSS (descarregant el fitxer .mp3), i les plataformes de distribució que no allotgen i que no permeten la sindicació per RSS, independentment de si tenen opció de pagament per subscripció o s'ofereix de franc. Si un/a *podcaster* vol pujar el seu pòdcast a Internet pot utilitzar diferents sistemes: les plataformes d'allotjament, el seu blog (per exemple, WordPress) o instal·lar-se el seu propi servidor. Per això, la fórmula més recomanada i, alhora, més senzilla de configurar és utilitzar una plataforma d'allotjament, la qual també ajudarà a impulsar-lo (Martín i Vicente, 2021, min. 14:25).

Les **plataformes d'allotjament**, entre elles, també tenen diferències molt clares: iVoox ofereix als seus usuaris l'enllaç RSS de tots els seus pòdcasts (fins i tot, els originals), en canvi, Spotify no ho fa. Spotify for Podcasters<sup>13</sup> (l'antic Anchor) només ensenya el canal RSS al creador/a del pòdcast permetent-lo distribuir en d'altres plataformes, però els usuaris d'Spotify no veuran mai aquest enllaç RSS, obligant-los a utilitzar sempre l'aplicació d'Spotify. I un punt més restrictiu ho fa Apple Podcasts for Creators<sup>14</sup> que permet als creadors/es pujar els seus episodis als servidors d'Apple, però només seran disponibles en exclusiva pels seus usuaris.

Les característiques que poden fer que un/a oient esculli una **plataforma de distribució** o una altra podrien ser **les maneres d'accedir al contingut** (web i aplicació) i si **el cost va vinculat a l'opció descàrrega al dispositiu**, és a dir, si aquestes permeten escoltar els episodis sense connexió. Per exemple, Spotify, permet escoltar pòdcasts lliurement des de la seva web i de forma gratuïta, però no en permet la sindicació per RSS, per la qual cosa, no ens podem descarregar el fitxer .mp3 i, en conseqüència, només podem fer servir la seva aplicació al nostre dispositiu intel·ligent i no una altra que ens agradi més. En canvi, iVoox sí que ofereix la sindicació per RSS (per tots els pòdcasts, també els exclusius). Totes dues plataformes de distribució tenen plans de subscripció de pagament opcionals, per eliminar la publicitat i altres avantatges. Hi ha altres plataformes que només ofereixen els seus continguts exclusius a través d'una subscripció de pagament mensual o anual, aquest seria el cas d'Audible. Moltes d'aquestes plataformes permeten la reproducció sense connexió a Internet (prèvia descàrrega dels episodis en un format encriptat), però, només, a través de subscripcions de pagament (Spotify, n'és un exemple).

---

<sup>13</sup> Spotify. (2024). *Cómo iniciar sesión en Spotify for Podcasters* – Spotify. <https://support.spotify.com/es/podcasters/article/logging-into-spotify-for-podcasters>

<sup>14</sup> Apple. (2024). *Crear un episodio - Apple Podcasts para creadores*. <https://podcasters.apple.com/es-es/support/825-how-to-create-an-episode>

Apple Podcasts o Spotify, com a plataformes de distribució que indexen pòdcasts externs (allotjats a iVoox, per exemple), però que no ofereixen els canals RSS del seu catàleg, es converteixen en un centralitzador de reproducció assumint, així, la funció de **gestor de biblioteca d'àudio**, tal com ho faria una aplicació client. D'aquesta manera, intenten que **els seus usuaris no "marxin" a altres plataformes** per escoltar continguts que són accessibles arreu per RSS. Tot i així, iVoox genera cada llistat RSS amb una limitació dels últims 50 episodis, per tant, si el pòdcast té més episodis només es podrà reproduir complet a través de la seva web o aplicació.

Aquesta situació també fa que perdin impacte els clàssics **indexadors de pòdcasts** (Fyyd.de, Gpodder.net, Podcastindex.org, Podcasts.cat, Audiocat, etc.), els que només es dediquen a recollir i classificar els pòdcasts, oferint una llista actualitzada de cadascun gràcies als canals RSS de les plataformes d'allotjament, on l'usuari només ha de disposar d'una aplicació client i sincronitzar-los. Si aquesta funció d'indexació també l'assumeixen les grans plataformes digitals de distribució (com Spotify, Google o Apple) i que no ofereixen sindicació per RSS, llavors una part dels usuaris ja no els caldrà buscar a fora. Això sí, els pòdcasts de la seva producció en exclusiva no s'oferiran enlloc més i aquí és on **els i les oients es veuen obligats a saltar d'una plataforma a una altra**, tal com passa actualment amb el vídeo a demanda (VoD), amb plataformes com Netflix, HBO, Amazon, etc. I, exactament, això és el que ha provocat canvis en la nova plataforma de la CCMA, 3Cat<sup>15</sup>, a finals de l'any 2023. En un inici, quan es va estrenar la nova plataforma digital, no es mostraven els enllaços RSS dels seus pòdcasts, per la qual cosa, era obligatori utilitzar la seva web o aplicació. Això es va corregir i, actualment, tots els pòdcasts tenen el seu enllaç RSS disponible per tal que l'oient pugui utilitzar l'aplicació client que desitgi, a banda, que formen part dels catàlegs de les altres plataformes de distribució.

L'any 2022, segons l'informe *Cómo suenan los podcasts en España*<sup>16</sup>, la plataforma que va estrenar més pòdcasts originals va ser Sonora (84 títols), seguida de Podimo (58 títols). En canvi, per hores de producció la que va acumular més temps va ser Podimo (429 hores), seguida d'Audible (393 hores) i Cuonda (267 hores). En quarta posició queda Sonora amb 220 hores. Un 35% dels pòdcasts tenen una durada d'entre 21 i 30 minuts i un altre 31% duren entre 30 minuts i una hora.

---

<sup>15</sup> CCMA. (2023). *3Cat, la plataforma digital de continguts en català i de qualitat*. <https://www.ccma.cat/3cat>

<sup>16</sup> Pedrero Esteban, L. M. [Luis Miguel], Martínez Otón, L. [Laura], Castillo Lozano, E. [Eduardo] i Martín Nieto, R. [Rebeca]. (2023). *Cómo suenan los podcasts en España*. Observatorio Nebrija del Español. <https://www.nebrija.com/catedras/observatorio-nebrija-espanol/pdf/tendencias-produccion-mercado-del-podcasting-v2.pdf>



## 1.7. Models de finançament o monetització

En una època on els mitjans tradicionals van modificant la forma com tracten la publicitat per adaptar-la a nous formats, els pòdcasts no són aliens a aquesta situació i, per les seves particularitats de format, podran aprofitar-se'n i guanyar terreny a aquests mitjans tradicionals. Tal com explica J. Ignacio Gallego, al llibre *Podcasting: nuevos modelos de distribución y negocio para los contenidos sonoros*:

“Un altre element important per avaluar la publicitat a Internet és que quan abans només es comptabilitzaven els bànners, a l'actualitat, es comptabilitzen les anomenades impressions, ja siguin fixes, de vídeo o d'àudio. Per la qual cosa, es fa rellevant l'experiència multimèdia de la xarxa. I, a més, la capacitat que es dona al client d'interactuar amb la publicitat”. [...] “Una tecnologia que permet establir estratègies de màrqueting digital gràcies al coneixement que obtenim de la nostra audiència”. [...] “La clau del futur estarà en la segmentació i el poder que li atorgaran les dades a les empreses per conèixer els seus usuaris”. (Gallego Pérez, 2010, pàg. 102).

Segmentar els diferents perfils d'audiències és un tresor per a la publicitat perquè enfoca i apunta millor a potencials clients que potser voldran comprar els productes dels anunciants. És per aquest motiu que estem veient aquest retrocés d'algunes produccions en la possibilitat d'accés lliure i alternatiu, a través de la sindicació per RSS de forma anòmia. Algunes plataformes prescindeixen d'aquesta particularitat d'accés lliure i, en alguns casos, demanen un registre previ i l'obligatorietat d'utilitzar la seva web o aplicació.

Segons l'informe d'iVoox, *Estadísticas de la creación de podcasts en español 2023*<sup>17</sup>, el 18% dels podcasters espanyols ja monetitza i vora un 60% s'ho està plantejant. A l'informe es detallen les següents dades:

### Sectors que més inverteixen:

1. 15% Telefonia
2. 14% Llar i alimentació
3. 8% Salut, benestar i assegurances

### Formats publicitaris preferits:

1. 53% Menció
2. 47% Falca
3. 42% Accions a xarxes socials

### Com monetitzen:

1. 35% Recolzament directe de la seva audiència
2. 20% Subscripció
3. 14% Patrocini o *branded content*

### Patrocini

Una empresa anunciant que patrocina un pòdcast fa una aportació econòmica a canvi de la menció, al mateix pòdcast, del nom de l'empresa o de la marca o bé, amb una falca publicitària, ja sigui al mig, a l'inici o al final. Es pot patrocinar el pòdcast sencer i, llavors, la menció apareixerà darrere del títol o bé, es pot patrocinar només una secció concreta (introduint una falca, per exemple). És un tipus de recolzament econòmic a llarg

<sup>17</sup> iVoox. (2023). *Estadísticas de la creación de podcasts en español 2023*. <https://www.ivoox.com/informes-ivoox-informe-creacion-podcast-en-espanol>

termini, no s'entendria un patrocini per només pocs episodis. Si el patrocini d'un programa no es menciona de l'estil "programa patrocinat per...", també es pot integrar a dins d'una secció, per exemple, oferint els productes de la marca a l'audiència per un concurs. L'oient ja interpreta que el "regal" existeix perquè la marca fa una aportació econòmica, encara que sigui només amb els productes a cada programa.

## Menció i falca publicitària

La menció i la falca publicitària poden funcionar per si soles sense necessitat de vincular l'anunciant a un patrocini. Per això, aquest model de finançament és semblant a l'anterior, és a dir, hi ha un anunciant que farà una aportació econòmica al pòdcast i que, a canvi, aquest cop farà publicitat del seu producte o servei, però no és obligatori que sigui a llarg termini. Cada episodi pot tenir mencions o falques publicitàries d'anunciants diferents o que sigui sempre la mateixa. La falca publicitària tant pot anar a l'inici, al mig o al final i per separar-la de les seccions, va entre separadors (per la qual cosa, l'oient ja entén que la falca és publicitat a part del programa). Si es fa integrada al mig d'una secció dins del mateix programa amb la veu de la mateixa persona que fa la locució, llavors, és una menció del producte o servei (més o menys llarga) i haurà d'avisar a l'oient que hi ha un espai publicitari. Les mencions, falques i patrocinis es poden combinar, en funció de les necessitats.

## Subscripció de pagament

Gràcies a les subscripcions de pagament dels oients a una plataforma de distribució de pòdcasts (per exemple, Spotify, Apple Podcasts o YouTube, entre altres), es poden rebre unes quantitats de diners en funció de si hi ha més o menys oients subscrits al pòdcast i de quantes reproduccions s'han fet de cada episodi. Així, les subscripcions de pagament són, en general, per tarifa plana mensual o anual. D'aquesta manera, l'oient que té contractada una subscripció de pòdcasts a una plataforma concreta, pagarà una quantitat fixa i podrà reproduir tot el catàleg ofert. A partir d'aquí, si l'oient escolta els episodis d'un pòdcast concret, qui en tingui l'autoria o els drets de reproducció en aquella plataforma rebrà diners.

## Micromecenatge

També conegut pel terme en anglès *crowdfunding*, és una opció que actualment està en funcionament i que consisteix en relacionar projectes que necessiten finançament amb petits col·laboradors econòmics, els quals fan petites aportacions (donacions) que sumades totes en conjunt, permeten finançar el projecte (encara que sigui en part). Prové de la cooperació i la col·laboració entre projectes socials, els quals, entre ells també es donen suport, en aquest cas econòmic. A canvi d'aquestes aportacions, el/la micromecenes rep algun producte o avantatge exclusiu relacionat amb el projecte. Un exemple d'èxit en seria La Sotana<sup>18</sup>, un pòdcast d'humor (sobre el Barça i el futbol) que té els seus orígens en l'emissió per radiodifusió en FM. Va passar per diverses emissores públiques i privades, però que, per diversos motius (com pressions i censures), va fer el salt a distribuir-se només per Internet i de forma autogestionada, gràcies al micromecenatge. Podem dir que *La Sotana* és una producció *crossmèdia* i que ho té tot alhora: va ser un programa de ràdio que va començar en una ràdio local, a Ona de Sants-Montjuïc<sup>19</sup>, partint de l'origen de converses privades per Skype, i que, ara

<sup>18</sup> Viquipèdia. (2023). *La Sotana*. [https://ca.wikipedia.org/wiki/La\\_Sotana](https://ca.wikipedia.org/wiki/La_Sotana)

<sup>19</sup> Ona de Sants-Montjuïc. (21 d'abril de 2023). *La Sotana, parla de nosaltres*. *Ona de Sants-Montjuïc*. <https://www.onadesants.cat/2023/04/21/noticies/la-sotana-parla-de-nosaltres/>

mateix ja no s'emet per ràdio: és un pòdcast d'àudio i que, també, utilitza el vídeo i les xarxes socials. És evident que per l'evolució d'aquest cas, la desvinculació amb els mitjans de comunicació tradicionals no va provocar la cancel·lació del projecte, gràcies a aquesta fórmula de finançament. Algunes plataformes digitals de micromecenatge de referència a Catalunya poden ser Verkami, Goteo, Aixeta, entre altres.

### **Contingut preferent o *premium* per a fans**

Similar al micromecenatge, però sense les característiques d'una plataforma de *crowdfunding*. Les aportacions es gestionen directament i hi ha més llibertat en les quantitats, requisits i limitacions. Les persones que fan aportacions econòmiques, com que són fans del pòdcast, desitgen productes i avantatges exclusius que es poden oferir. Per exemple, roba amb la imatge del programa o frases cèlebres i avançaments en exclusiva de nous continguts, fins i tot, continguts que no estaran mai disponibles "en obert".

## 2. Memòria de producció

### 2.1. Fitxa tècnica

**Títol:** *Amb el cap ben alt*

**Subtítol:** *Referents i impuls per als col·lectius LGTBQIA+*

**Direcció, producció, guió i locució:** Marc Puntos Cornet

**País de producció:** Espanya

**Any:** 2024

**Gènere i format:** pòdcast periodístic de divulgació

**Temàtica:** diversitat sexual i de gènere

**Idioma:** català

**Durada:** 30 minuts (cada episodi)

**Periodicitat:** 1 temporada de 5 episodis (publicables de febrer a juny de 2024)

**Plataformes de distribució:** iVoox i Ràdio Hostafrancs (ràdio FM i servidor web propi)

### 2.2. Idea i sinopsi

*Amb el cap ben alt* és un pòdcast que pretén visibilitzar els diferents col·lectius LGTBQIA+ defensant el dret a la indefinició i el dret a la diferència, revertint les desigualtats i denunciant públicament les discriminacions que pateixen. Cada episodi es nodreix de l'expertesa, d'experiències i històries personals d'una persona, com a mínim, les quals serveixen de fil conductor. És un pòdcast de gènere periodístic de divulgació que s'inicia amb l'aportació breu de conceptes i idees al voltant de la temàtica (per part de la locució) i, posteriorment, continua amb un format de conversa on s'entrevistarà en profunditat a una persona de referència.

### 2.3. Estructura del pòdcast

El pòdcast s'estructura (a nivell macro) en una primera temporada de **5 episodis**, els quals es podrien publicar de febrer a juny de 2024, essent una **periodicitat mensual**. El pilot (episodi primer) és el que es produeix complet i acabat per a l'elaboració d'aquest TFG. Les temàtiques són cinc, una per cada episodi:

1. Estereotips i privilegis (pilot)
2. Asexualitat
3. +70 anys
4. Trans
5. Desmuntant l'al·locisheteronorma

L'episodi pilot (objecte d'aquest TFG) tracta la temàtica dels estereotips i els privilegis des de la vessant de la **interseccionalitat**, la qual cosa s'aprofita com a episodi introductori de conceptes en perspectiva de gènere i feminismes (alguns, potser, desconeguts per l'audiència), alhora que serveix, també, d'introducció de la temporada pels següents quatre episodis.

Pel que fa a la microestructura de cada episodi (que és semblant entre els cinc), el programa compta amb dues grans seccions establint una piràmide invertida, per tal que el més important vagi en primer ordre buscant un *engagement* de l'audiència en els primers minuts de programa:

**Secció 1.** Espai introductor de conceptes, idees i fets al voltant de la temàtica

**Secció 2.** Entrevista en profunditat

Cadascun dels episodis compta amb la participació d'una persona de referència (l'entrevistada). Es buscarà alguna persona referent de la temàtica que, encara que no sigui coneguda, tingui prou rellevància per a l'audiència. Aquesta figura protagonista ens serveix com a fil conductor i d'excusa per investigar, informar de diferents aspectes de la temàtica i per aportar a l'audiència una visió crítica de l'entorn, tenint en compte que l'aportació de testimonis, expertes i de la mateixa producció parteixen d'una mirada concreta polaritzada per a la missió d'aquest *pòdcast*. No està previst un enllaç connector entre les persones entrevistades de cada episodi, ja que responen a històries diferents per separat.

## Obertura i presentació

**Durada:** 1 min.

Després de la careta d'entrada, la sintonia del pòdcast es manté de fons i, molt breument, el locutor fa una presentació global del pòdcast (només al primer episodi) i una presentació concreta de l'episodi en qüestió.

## Secció 1. Introducció

**Durada:** 3 min.

Immediatament, s'introdueixen conceptes, idees i s'informa de fets passats en relació a la temàtica.

## Secció 2. Entrevista en profunditat

**Durada:** 23 min.

Consta de dues subseccions:

- **Subsecció 2.1:** Cos de l'entrevista 14 min.
- **Subsecció 2.2:** *Consultes Externes* 9 min: hi ha tres notes de veu que l'audiència envia a través de missatge directe d'X (antic Twitter). S'escolten per separat per poder respondre d'una en una. D'aquesta manera, la persona entrevistada pot concentrar l'atenció en cada consulta i la conversa que es genera amb el locutor és improvisada.

## Conclusions, comiat i tancament

**Durada:** 3 min.

El locutor conclou les idees més destacables, acomiada l'audiència i tanca el programa fins al proper episodi.

## 2.4. Identitat: nom, logotip i sintonies

Com que aquest pòdcast periodístic de diversitat sexual i de gènere té la missió de visibilitzar i donar veu a col·lectius LGTBQA+, denunciar les discriminacions i acompanyar-los en qualsevol aspecte d'aquesta temàtica, el títol apel·la a l'impuls per part de persones referents que moltes vegades han guiat a aquests col·lectius:

### ***Amb el cap ben alt***

*Referents i impuls per als col·lectius LGTBQA+*

Així, per tal d'abastar al màxim la missió del programa, la frase feta “anar amb el cap ben alt”<sup>20</sup>, no només respon al concepte d'alliberament i d'orgull sense vergonyes (llargament reivindicat) sinó que, també, recalca **el valor de la pròpia dignitat i autoestima exercida en plena llibertat**. Aquest serà l'element d'identitat del pòdcast i aquí és on intervé el recolzament del subtítol que reforça el concepte de **referents** (les persones) i **l'impuls**, de vegades, necessari per a l'acompanyament. És, en aquestes situacions, quan una persona referent per qualsevol motiu (ja sigui perquè t'estima o perquè és molt coneixedora de la temàtica) et diu: “...i vés amb el cap ben alt”. El programa va dedicat a aquestes figures vitals per als col·lectius LGTBQA+.

A Internet, trobem poques referències en les quals s'hagi utilitzat aquest títol de forma íntegra els últims anys. Per una banda, dues cançons, les lletres de les quals no fan referència explícita a la temàtica del pòdcast. També, hi ha una exposició fotogràfica, un anunci de televisió i algun article d'opinió que porta un títol semblant, però no exacte. La frase feta “amb el cap ben alt” és àmpliament coneguda en llengua catalana i, per tant, l'objectiu del sentit metafòric que es vol transmetre queda complert. En qualsevol cas, aquest títol és una bona opció perquè pot assumir una bona relació amb el contingut, per la qual cosa, l'audiència l'identificarà ràpidament.

### Logotip

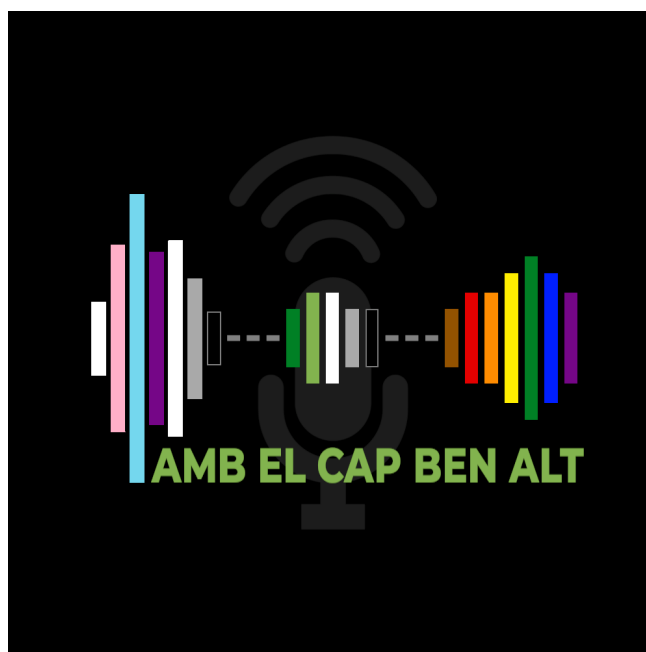


Figura 4. Logotip Amb el cap ben alt (elaboració pròpia)

<sup>20</sup> Pàmies i Riudor, V. [Víctor]. (2023). *Amb el cap (ben) alt* – PCCD. [https://pccd.dites.cat/p/Amb\\_el\\_cap\\_ben\\_alt](https://pccd.dites.cat/p/Amb_el_cap_ben_alt)

El logotip s'ha creat expressament per aquesta producció i és d'elaboració pròpia. Aquest disseny és esquemàtic i pretén simbolitzar els col·lectius LGTBIQA+ a través d'una ona sonora amb el micròfon com a element difusor. Els elements pre-dissenyats (ona sonora i micròfon) s'han modificat en mida, color, exposició i forma.

**Programa d'edició:** GIMP<sup>21</sup>

**Format d'imatge:** PNG

**Mida:** 1000 x 1000 píxels

**Resolució:** 72 píxels/polzada

**Color:** RGB, 32 bits

**Text:** per simplificar el logotip, en text només apareix el títol (i no el subtítol)

**Font del text:** *Montserrat*<sup>22</sup> (amb llicència OFL<sup>23</sup>)

**Elements pre-dissenyats:**

- Ona sonora en forma de barres<sup>24</sup>
- Icona de micròfon<sup>25</sup>

Són dues figures amb llicència **Creative Commons Zero 1.0**<sup>26</sup>. Aquesta llicència especifica que els autors/es d'aquests elements els entreguen al domini públic i que renunciïn a qualsevol dret. Per tant, les obres es poden utilitzar, modificar i distribuir lliurement (fins i tot, amb fins comercials), sense que calgui cap atribució a l'autoria ni cap permís.

## Sintonies

S'han buscat sintonies que siguin animades i rítmiques a l'entrada i com a separador de la subsecció 2.2. *Consultes Externes*. En canvi, pel separador d'entrada a l'entrevista s'ha optat per una música més tranquil·la.

La sintonia d'entrada ha d'agradar i poder-se relacionar i identificar ràpidament amb el pòdcast, un cop ja sigui coneguda per l'oient. Tanmateix, la sintonia de sortida és més calmada per l'ambient més reflexiu del final de l'entrevista. Per més detall, vegeu l'apartat 3.5. *Sintonies, separadors i efectes sonors*.

<sup>21</sup> GIMP's Team. *GNU Image Manipulation Program (GIMP)* (v2.10.36) [programari]. <https://www.gimp.org/about/authors.html>

<sup>22</sup> Ulanovsky, J. [Julieta], Matas, S. [Sol], Del Peral, J. P. [Juan Pablo] i Le Bailly, J. [Jacques]. (2017). *Montserrat* [font]. <https://fonts.google.com/specimen/Montserrat/about>

<sup>23</sup> Sil Open Font License. (2024). *Using OFL fonts*. <https://openfontlicense.org/how-to-use-ofl-fonts>

<sup>24</sup> Kmpumlwana (WMF). (2022). *Sound wave holding shape - Large 01.svg* [imatge]. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sound\\_wave\\_holding\\_shape\\_-\\_Large\\_01.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sound_wave_holding_shape_-_Large_01.svg)

<sup>25</sup> OCHA Visual Information Unit. (2017). *Public Information - The Noun Project.svg* [imatge]. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Public\\_Information\\_-\\_The\\_Noun\\_Project.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Public_Information_-_The_Noun_Project.svg)

<sup>26</sup> Creative Commons. (s/d). *CC0 1.0 Deed*. <https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.ca>

## 2.5. Anàlisi de mercat

### 2.5.1. Obres de referència

Les obres de referència, tot i que no siguin de la temàtica ni del gènere d'aquest pòdcast en qüestió, són obres ben produïdes i amb bones pràctiques en l'exercici periodístic, les quals són referents i d'inspiració, tant en format pòdcast com en programes de ràdio tradicional.

Títol	Motiu de referència
<i>El pòdcast de Crític</i> <sup>27</sup>	És un pòdcast periodístic produït pel mitjà de comunicació digital de premsa escrita <i>Crític</i> , especialitzat en periodisme d'investigació. Dirigit i presentat per Laura Aznar, a partir de l'entrevista i la tertúlia s'aprofundeix en diferents temàtiques, afegint una secció d'humor amb Ana Polo. Com a pòdcast d'àudio està disponible a iVoox i Spotify, però també té la seva versió en vídeo a YouTube.
<i>Catalunya al dia</i> <sup>28</sup> <i>Catalunya migdia</i> <sup>29</sup> <i>Catalunya nit</i> <sup>30</sup>	Marta Romagosa, Neus Bonet, Marta Prat, Maria Guixà, Kílian Sebrà, Òscar Fernández i Manel Alías desenvolupen (o han desenvolupat) aquests programes informatius. Són professionals que, a banda del rigor del programa realitzat en equip, cal destacar el to de veu potent i, alhora, agradable que acompanya a l'oient per escoltar tot el programa sencer. Són programes de ràdio en directe diaris d'entre setmana i al cap de setmana.
<i>El nou paradigma</i> <sup>31</sup>	Un pòdcast d'humor satíric conduït i dirigit per Natza Farré i Judit Martín. Com a referent, cal destacar la potència del binomi entre les dues presentadores del programa: amb el discurs i l'actitud hipercrítica i feminista que desenvolupa Natza Farré i el llarg repertori de personatges (tots femenins) que interpreta l'actriu Judit Martín. El programa s'enregistra sencer amb públic. Les primeres temporades van ser auto-produïdes, amb el suport de la Llama Store i distribuïdes a través d'iVoox. Actualment, també compten amb el finançament de 3Cat <sup>32</sup> , per la qual cosa, ha canviat la plataforma on es distribueix per l'exclusivitat de distribució, on també compta amb el format en vídeo.
<i>Oxigen</i> <sup>33</sup>	Mònica Usart és la meteoròloga en cap de RAC1 i sempre que intervé en antena per informar d'alguna notícia o fer intervencions en tertúlies és molt aclaridora. El pòdcast <i>Oxigen</i> és de divulgació en format reportatge, molt amè i àgil i, alhora, concreta amb detall algunes situacions meteorològiques extremes que s'han viscut en el passat.
<i>Filling the Sink</i> <sup>34</sup>	És un pòdcast en anglès de l'actualitat i divulgació dels costums de Catalunya, en format magazine. Va dirigit, especialment, a persones estrangeres que vulguin conèixer amb més detall les informacions i el context dels fets. Com que és en anglès, també va molt bé per catalanoparlants que ja coneixen les informacions i, així, poder ampliar els coneixements de la llengua anglesa, assumint una funció formativa.

<sup>27</sup> Crític. (2023). *El pòdcast de Crític*. Crític. <https://www.elcritic.cat/podcasts>

<sup>28</sup> Catalunya Ràdio. (2023). *Catalunya al dia*. CCMA. <https://www.ccma.cat/3cat/catalunya-al-dia>

<sup>29</sup> Catalunya Ràdio. (2023). *Catalunya migdia*. CCMA. <https://www.ccma.cat/3cat/catalunya-migdia>

<sup>30</sup> Catalunya Ràdio. (2023). *Catalunya nit*. CCMA. <https://www.ccma.cat/3cat/catalunya-nit>

<sup>31</sup> Farré, N. [Natza] i Martín, J. [Judit]. (2023). *El nou paradigma*. iVoox. [https://www.ivoox.com/podcast-nou-paradigma\\_sq\\_f11415132\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-nou-paradigma_sq_f11415132_1.html)

<sup>32</sup> Farré, N. [Natza] i Martín, J. [Judit]. (2023). *El nou paradigma*. 3Cat. <https://www.ccma.cat/3cat/el-nou-paradigma>

<sup>33</sup> RAC1. (2023). *Oxigen*. RAC1. <https://www.rac1.cat/rac-mes-1/oxigen>

<sup>34</sup> Catalan News. (2023). *Filling the Sink*. ACN. <https://www.catalannews.com/podcast/item/podcast-filling-the-sink-all-episodes>



## 2.5.2. Estudi de la competència

A continuació, s'analitzen pòdcasts i programes de ràdio que encara tenen la seva difusió a través d'internet i/o per FM, els quals són produccions que per la temàtica tractada podrien ser rivals, encara que vagin dirigits a públics semblants o diferents i, també, amb similituds o diferències en el format.

### ***Plurals i singulars a Ràdio 4***<sup>35</sup>

Programa setmanal de Ràdio 4, presentat per Quim Esteban, que promociona la visibilitat i les reivindicacions del col·lectiu LGTBIQA+. Aquest programa és rellevant tenir-lo en compte perquè és de les primeres produccions que s'han fet a Catalunya en aquest format i temàtica. Setmanalment, aporta un tema diferent relatiu a les persones LGTBIQA+. Tant pel format i temàtica, com pel públic al que es dirigeix podria ser un rival directe. També és distribuït a iVoox.

### ***Ja m'entens***<sup>36</sup>

Programa setmanal de Catalunya Ràdio, presentat per David Àvila, que "pretén donar veu i mostrar les realitats LGTBIQA+ de manera divulgativa". Aquest programa també podria ser un rival directe, tant pel format, com pel públic al que es dirigeix i, a banda, per l'amplitud de temàtiques tractades que guarden relació amb els col·lectius LGTBIQA+. També és distribuït a iVoox.

### ***Col·lectius en Xarxa***<sup>37</sup>

Programa de ràdio setmanal de Premià Mèdia, presentat i dirigit per Manel Ferrer i Lluís Rodríguez Lago i distribuït per altres mitjans membres de la Xarxa de Comunicació Local, el qual pretén explicar la realitat dels col·lectius LGTBIQA+ amb entrevistes i tertúlies. Es distribuït en format pòdcast a iVoox. Clarament, és un rival directe per temàtica, format, públic al que es dirigeix, la durada (uns 30 minuts, actualment) i que també es distribuït per iVoox.

### ***TranSaludable***<sup>38</sup>

És un pòdcast conduït per Alma Pereira que promociona el dret a la salut de les persones trans, on cada episodi aborda un tema diferent. Aquest programa és molt rellevant per a l'elaboració del TFG perquè concreta i centra el contingut en el col·lectiu trans i això ens permet tenir una visió més completa i alhora detallada de la realitat que ens expliquen. Aquest pòdcast és rival directe en part, sobretot en la part de temàtica trans i en la interseccionalitat. El gènere i format és molt semblant i el públic objectiu podria coincidir. S'emet per radiodifusió a Ràdio Hostafrancs i també es distribuït per iVoox.

<sup>35</sup> Ràdio 4. (2023). *Plurals i singulars a Ràdio 4*. RTVE Play. <https://www.rtve.es/play/audios/plurals-i-singulars-a-radio-4/>

<sup>36</sup> Catalunya Ràdio. (2023). *Ja m'entens*. CCMA. <https://www.ccma.cat/3cat/ja-mentens>

<sup>37</sup> Premià Mèdia. (2023). *Col·lectius en Xarxa*. Premià Mèdia. <https://premiamedia.cat/programes/col-lectius-en-xarxa>

<sup>38</sup> Pereira, A. [Alma]. (2023). *TranSaludable, un podcast amb Alma*. CreaRSA. <https://www.crearsa.com/webn/2022/05/02/transaludable> // [https://www.ivoox.com/podcast-transaludable\\_sq\\_f11801335\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-transaludable_sq_f11801335_1.html)

**Grandes Maricas de la Historia<sup>39</sup>**

És un pòdcast quinzenal, creat i conduït per Otto Mas i es basa en el llibre amb el mateix títol i del mateix autor. És un programa biogràfic de personatges històrics: cada episodi tracta una biografia diferent, en clau d'humor. És rellevant pel TFG perquè posiciona i visibilitza a persones famoses del passat històric al col·lectiu LGTBIQA+, aportant referents que, potser, eren desconeguts. No és gaire rival, perquè el gènere i el format no són iguals, tot i que poden compartir el mateix públic objectiu. Es distribueix per iVoox, Spotify i Apple Podcasts.

**Interculturalitat LGTBI<sup>40</sup>**

És un pòdcast de 8 episodis, enregistrats l'any 2020, produït pel Centre LGTBI de Barcelona amb la col·laboració del Programa BCN Interculturalitat. Aquest pòdcast és molt rellevant per a l'elaboració del TFG perquè ens aporta el concepte d'**interseccionalitat**, la qual cosa, el programa ens acostava "les realitats de les persones LGTBI racialitzades i/o migrants, principalment en el context de la ciutat de Barcelona". Tot i que els públics podrien ser els mateixos i, tant el format com la temàtica és coincident amb el pòdcast d'aquest TFG, actualment, ja no es produeixen nous episodis i, encara que aquests siguin accessibles, la rivalitat va minvant pel factor temporal de les dates d'estrena, on ja no hi ha promoció.

**2.6. Anàlisi DAFO**

Debilitats	Amenaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>- És el primer pòdcast de l'autor: inexperiència en la producció i en l'exercici periodístic.</li> <li>- No hi ha equip de treball. El disseny i la producció del pòdcast l'ha elaborat íntegrament l'autor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hi ha altres pòdcasts rivals que podrien competir directament amb temàtica, gènere, format i públics.</li> <li>- S'imposen altres temàtiques de pòdcasts, en contra de les que són tan específiques.</li> </ul>
Fortaleses	Oportunitats
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coneixement i sensibilitat per la temàtica.</li> <li>- Capacitat de generar bon clima, comoditat i confiança per a les persones entrevistades.</li> <li>- Es compta amb la infraestructura i materials tècnics de Ràdio Hostafrancs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pocs pòdcasts són d'aquesta temàtica (en part, desconeguda pel públic general) i en llengua catalana.</li> <li>- Actualment, la sensibilitat de la ciutadania per la temàtica és molt alta i els mitjans de comunicació se'n fan ressò.</li> </ul>

<sup>39</sup> Mas, O. [Otto]. (2023). *Grandes Maricas de la Historia*. iVoox. [https://www.ivoox.com/podcast-grandes-maricas-historia\\_sq\\_f11105567\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-grandes-maricas-historia_sq_f11105567_1.html)

<sup>40</sup> Centre LGTBI de Barcelona. (2020). *Interculturalitat LGTBI*. iVoox. [https://www.ivoox.com/podcast-interculturalitat-lgtbi\\_sq\\_f1862754\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-interculturalitat-lgtbi_sq_f1862754_1.html)

## 2.7. Mapa de posicionament

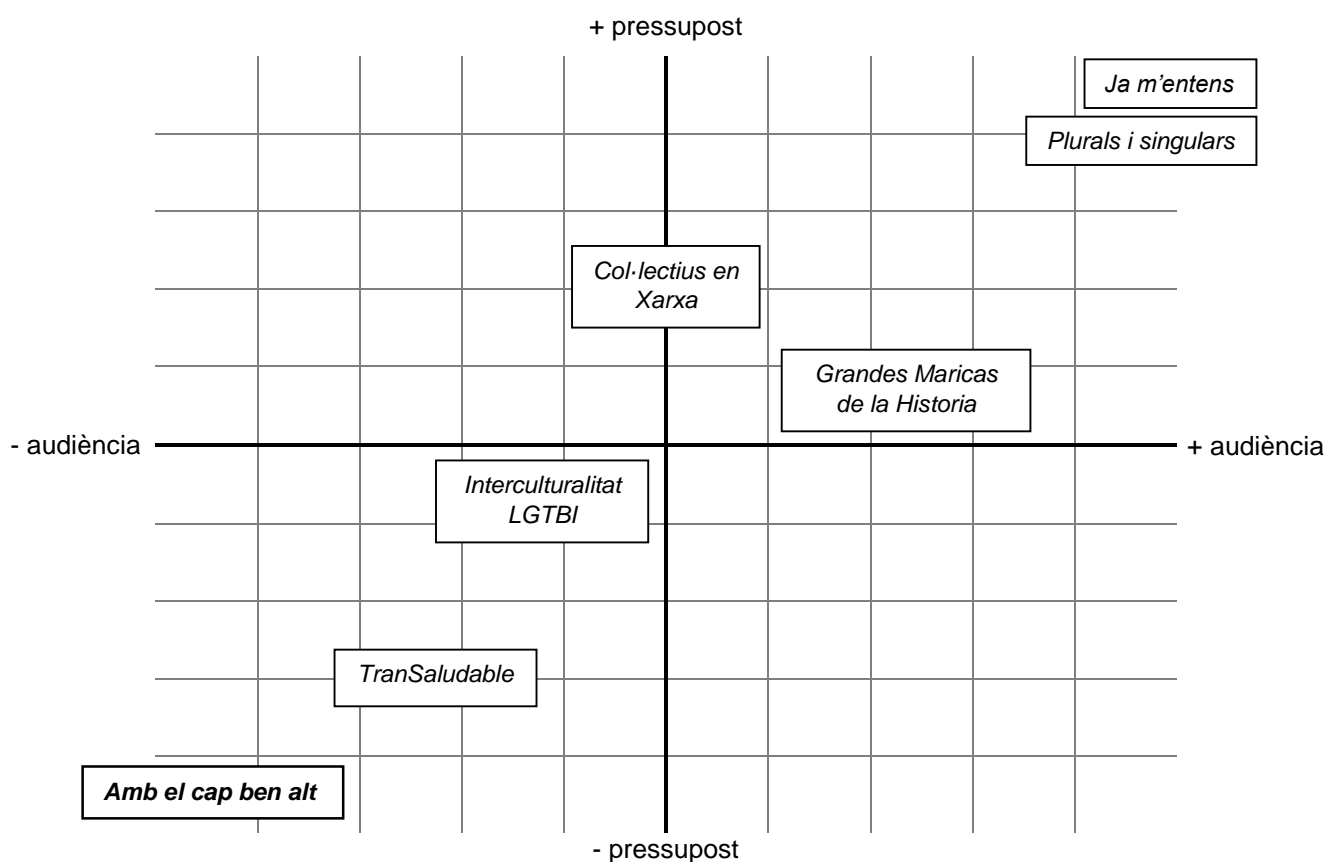


Figura 5. Mapa de posicionament del pòdcast (elaboració pròpia)

## 2.8. Públic objectiu

El pòdcast **Amb el cap ben alt**, va dirigit a oients de generació Y o *millennials* que són els nascuts entre els anys 1981 i 1995 (inclosos), els quals, durant l'any 2024, tindran una edat d'entre 43 i 29 anys, respectivament. Aquest perfil de població fa força anys que treballa i, tot i que la majoria disposa de títols d'estudis superiors (cicles formatius o universitaris), tenen força dificultats per l'estabilitat laboral.

D'altra banda, encara que aquest sigui el públic objectiu concret, el pòdcast també es dirigeix a totes aquelles persones, a partir de 18 anys en endavant, que estiguin interessades en la temàtica i el format.

## 2.9. Durada i periodicitat

Cada episodi té una **durada de 30 minuts** i una **periodicitat de publicació mensual**. Aquesta durada de 30 minuts és adequada perquè és suficient per comunicar contingut d'investigació periodística de qualitat, amb la participació d'expertes i testimonis, alhora que no és massa llarga amb el perill que suposaria perdre l'atenció de l'oient. Tot i que, depenent de la temàtica, hi hauria episodis que ens faltaria temps (on, caldria

una durada més llarga), tal com recomanen els experts “és millor oferir episodis breus amb bon contingut i ben preparats que episodis llargs” (Niqui, 2021, pàg 9). Si, més endavant, un contingut és massa llarg, es podria treballar en més d'un episodi.

Com que no se segueix una programació lineal d'una ràdio, on el programa hauria d'encaixar en una graella horària, es gaudeix d'una certa flexibilitat en la durada definitiva de cada episodi, la qual és, precisament, “un dels avantatges més notables del pòdcast: la llibertat de la durada dels continguts” (Romero Valldecabres, 2023, pàg. 8).

La periodicitat mensual dels episodis ve marcada per tenir prou temps per fer una bona recerca, contactes amb els convidats i les fonts i poder produir totes les seccions.

## 2.10. Planificació de la temporada i episodis

Episodi	1 (pilot)	2	3	4	5
Programa	<i>Estereotips i privilegis</i>	<i>Asexualitat</i>	<i>+70 anys</i>	<i>Trans</i>	<i>Desmuntant l'al·locisheteronorma</i>
Publicació	25 de febrer	25 de març	25 d'abril	25 de maig	25 de juny

Any de publicació: 2024

Hora de publicació: 20:00h CET

## 3. Producció de l'episodi pilot

### 3.1. Tema, continguts i convidats

El primer episodi es titula *Estereotips i privilegis*, serveix d'episodi introductori als següents quatre i consisteix en fer un primer plantejament de la temàtica. Hi ha diverses mencions de conceptes, tot i que algunes explicacions queden reservades per tal que les pugui respondre l'entrevistada. Tanmateix, les referències més clares a la temàtica estan basades, per una banda, en l'informe anual que publica l'Observatori Contra L'LGTBIfòbia, *L'estat de la LGTBI-fòbia a Catalunya 2022*<sup>41</sup> i, per altra banda, a Lucas Platero (investigador, docent i activista) per la gran quantitat d'informació i contingut aportat per la defensa dels drets LGTBIQA+, concretament, pel seu llibre *Intersecciones: cuerpos y sexualidades en la encrucijada* (Platero, 2012).

Tal com s'ha descrit a l'apartat 2.3. *Estructura del programa*, l'episodi es compon de dues seccions principals. A continuació, es desglossa cada apartat amb els seus continguts i convidats:

#### Secció 1. Introducció

- La secció 1 va just després de la careta i de la presentació de l'episodi i disposa d'un guió literari per una lectura íntegra.
- Per endinsar l'audiència en la temàtica, es fa un breu tast d'algun concepte que apareix a l'episodi en qüestió. També s'explica informació de fets noticiables passats sobre discriminacions i agressions lgtbi-fòbiques.
- Ha de tenir un ritme que no avorreixi a l'audiència i, alhora, garantir la sensibilitat del tema per la protecció de les víctimes.

#### Secció 2. Entrevista en profunditat

- Pel primer episodi, és una persona del col·lectiu LGTBIQA+ la que és entrevistada i se la convida a l'estudi de gravació. Ella és Alma Pereira, activista trans, cantant, actriu, gestora cultural i màster en Humanitats i Patrimoni Digitals. Va dirigir i presentar el pòdcast *TranSaludable, un podcast amb Alma*<sup>42</sup>.
- L'entrevista es divideix en dues parts:
  - **Subsecció 2.1:** cos principal de l'entrevista, on les preguntes que fa el locutor estan recollides al guió.
  - **Subsecció 2.2:** la segona part és una subsecció titulada *Consultes externes*, on tres persones anònimes han enviat una pregunta cadascú per separat. Les envien a través de missatge privat (o directe) de la xarxa social X. Per aquest episodi pilot, s'han escollit prèviament les persones per tal d'enregistrar-les, fer-ne la postproducció i poder reproduir-les durant l'entrevista.

<sup>41</sup> Observatori Contra l'LGTBIfòbia. (2023). *L'estat de la LGTBI-fòbia a Catalunya 2022* [informe]. Observatori Contra l'LGTBIfòbia. <http://observatori.cat/wp-content/uploads/2023/07/Estat-de-lLGTBI-fobia-a-Catalunya-2022-Interactiu-pagines.pdf>

<sup>42</sup> Pereira, A. [Alma]. (2023). *TranSaludable, un podcast amb Alma*. CreaRSA. <https://www.creaRSA.com/webn/2022/05/02/transaludable> // [https://www.ivoox.com/podcast-transaludable\\_sq\\_f11801335\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-transaludable_sq_f11801335_1.html)

## 3.2. Guió tècnic-literari

Temps	Contingut i durada (micròfons i control)
00:00	<p><b><u>0. OBERTURA I PRESENTACIÓ</u></b></p> <p><b>CONTROL:</b> Entra CARETA ENTRADA a PP 23 s., després passa a F (MÚS).</p>
00:23	<p><b>LOCUCIÓ (MIC 1 a PP):</b> Hola a tothom, benvingudes i benvinguts al pòdcast <i>Amb el cap ben alt</i>. Comencem aquest pòdcast amb el primer episodi que forma part d'una sèrie de cinc episodis en total i que intentarà aportar referents i impuls als col·lectius LGTBIQA+.</p> <p>A través d'entrevistes i de la divulgació d'idees i realitats ben diferents (de vegades poc conegudes) buscarem la millor manera de visibilitzar una mica més aquests col·lectius.</p> <p>Enguegem motors per aquest primer episodi, titulat <i>Estereotips i privilegis</i>, en el qual, entrevistarem a Alma Pereira (activista transfeminista) i a qui podrem consultar-li alguns dubtes. I, també, algunes consultes que hem rebut per part de l'audiència.</p> <p>És del tot sabut que hi ha una falta de referents en matèria de diversitat sexual i de gènere i, precisament, aquesta és la missió del pòdcast: acostar-vos referents que ens aportin l'impuls just per anar amb el cap ben alt.</p>
01:10	<p><b><u>1. INTRODUCCIÓ</u></b></p> <p><b>CONTROL:</b> MÚS de F a RS i entra SEP 1 a PP 3 s.</p>
01:14	<p><b>LOCUCIÓ (MIC 1 a PP):</b> Quan parlem de temàtica de diversitat sexual i de gènere, sovint intervenen molts conceptes i realitats ben diferents i és llavors quan apareixen multitud de dubtes que encara ens enterboleixen més la conversa.</p> <p>Hi ha conceptes que són relativament senzills i ja, avui dia, comuns per al gran públic des de fa dècades i segles, per exemple "lesbiana". I n'hi ha d'altres que potser semblen més enrevessats (que ja us avanço que són conceptes ben fàcils d'entendre perquè els vivim cada dia), però el que sí que és segur és que són poc sentits. Per algunes persones, avui, potser serà la primera vegada que els sentiran.</p> <p>Per exemple, "cisgènere". O més difícil: "al·losexualitat". I espereu perquè encara els podem barrejar amb més prefixos: "al·locisheteropatriarcat". I un de molt famós: "LGTBIQA+" (noti's la lletra A, al final). I és que, fins i tot, nosaltres de vegades ens preguntem si tantes lletres i tants prefixos ens van bé o ens compliquen la vida.</p>

	<p>Però què vol dir no tenir una vida complicada, vol dir tenir una vida normal? Ara sí, s'ha imposat la paraula màgica: "normal". Aquella que, en realitat, vol dir moltes més coses que ordinari i habitual. Qui pensi rígidament que tothom ha de tenir una vida emmarcada en uns patrons i encotillada per unes indicacions inventades per ves a saber qui, que presti atenció.</p> <p>Per introduir-nos en aquest "mar de lletres", avui volem parlar dels estereotips i també volem parlar dels privilegis. La falta de visibilitat ens porta a una falta de referents i una falta de referents ens porta encara a més aïllament d'aquests col·lectius. Parlar-ne és l'antídote contra això i és el que farà que col·lectius minoritaris puguin ser visibles arreu i que deixin d'estar oprimits per d'altres amb privilegis. Potser és que hi ha formes (i dic formes com podria dir opcions) que són privilegiades? I per quina raó són privilegiades, perquè són més?</p> <p>L'Observatori Contra l'LGTBIfòbia, en el seu últim informe anual de l'any 2022, destaca que (i citem literalment del text) "tot i que el nombre d'incidències registrades ha disminuït un 16,5% respecte l'any anterior, la tendència és anar en augment si ho comparem en la seva globalitat amb la resta d'anys. Per segon any consecutiu se superen les 230 incidències, el que indica la gravetat de l'LGTBI-fòbia al territori català".</p> <p>Amb aquestes dades i afirmació tan contundents podem assumir que la situació actual no és bona i que encara queda molta feina per erradicar les agressions, discriminacions i desigualtats.</p> <p>Avui, amb el cap ben alt, comencem per fer-nos preguntes i les intentarem respondre a l'entrevista.</p>
<p>03:43</p> <p>04:00</p>	<p><b><u>2.1. ENTREVISTA</u></b></p> <p><b>CONTROL:</b> Entra RÀFEGA 1 a PP 20 s., després F-Out.</p> <p><b>Entrevista</b> (MIC 1 i MIC 2 a PP) 11 min. 43 s.:</p> <p><b>LOCUCIÓ:</b> Entrevistem a Alma Pereira, activista trans, cantant, actriu, musicòloga i gestora cultural. Va fer el Màster d'Humanitats i Patrimoni Digitals. També és col·laboradora de Ràdio Hostafrancs. Va dirigir i presentar el pòdcast TranSaludable. Alma Pereira, bon dia!</p> <p><b>ENTREVISTADA (resposta de benvinguda).</b></p> <p><b>LOCUCIÓ (pregunta 1):</b> Primer de tot, una pregunta referent al pòdcast que vas fer l'any passat, titulat TranSaludable, de 12 episodis amb molt contingut (i que el trobareu a RàdioHostafrancs.cat), com valora l'experiència de produir-lo?</p> <p><b>ENTREVISTADA (resposta 1).</b></p>

**LOCUCIÓ (pregunta 2):** Entrem en matèria d'estereotips i privilegis que és el tema que ens ocupa avui. Quan penses en privilegis què és el primer que et ve al cap?

**ENTREVISTADA (resposta 2).**

**LOCUCIÓ (pregunta 3):** Sovint, quan parlem en termes d'alliberament LGTBIQA+, denunciem que hi ha una falta de visibilitat dels col·lectius (alguns d'aquests encara més invisibilitzats) i, també, diem que ens falten referents. Què vol dir per tu una persona referent?

**ENTREVISTADA (resposta 3).**

**LOCUCIÓ (pregunta 4):** És a dir, tu series una referent per d'altres, oi?

**ENTREVISTADA (resposta 4).**

**LOCUCIÓ (pregunta 5):** Si davant teu hi hagués algú que et comenta que se sent desorientada, què li diries?

**ENTREVISTADA (resposta 5).**

**LOCUCIÓ (pregunta 6):** Ara ja entrem en un terreny més contundent. Aquest pòdcast *Amb el cap ben alt*, sobre diversitat sexual i de gènere, pretén acostar referents i impuls als col·lectius LGTBIQA+, amb una mirada interseccional. En referència a aquest concepte, com que aquest episodi és introductori de la sèrie de 5 episodis que vindran, ens aniria molt bé saber què és la interseccionalitat. Llavors, és molt possible que hi hagi part de l'audiència que ja ho sàpiga, però d'altra potser no. Tot i així, aquesta part de gent que diria que no sap què és, podria ser que de facto tingui assumida la idea de fa temps, però que no hagi tingut cap referència sobre el terme i no identifiqui el concepte. Jo, mateix, en vaig ser un exemple fa temps. Ens podries explicar què és la interseccionalitat i quina relació guarda amb els diferents sistemes d'opressions?

**ENTREVISTADA (resposta 6).**

**LOCUCIÓ (final entrevista):** Sobre això, si us interessa aprofundir sobre la interseccionalitat, podeu buscar referències de Lucas Platero i trobareu un munt de continguts (entre entrevistes i documentació).

Ens han arribat unes preguntes que poden ser d'interès, són notes de veu, a veure què et semblen. Comencem les consultes externes.



	<p><b><u>2.2. CONSULTES EXTERNES</u></b></p> <p>15:43 <b>CONTROL:</b> Entra RÀFEGA 2 a <b>PP</b> 8 s. (peu locució: “Comencem les Consultes Externes.”) (E) FX NOTIF a <b>PP</b> / TALL VEU 1 a <b>PP</b> 6 s.</p> <p>16:00 <b>Resposta consulta 1 entrevistada</b> (MIC 1 i MIC 2 a <b>PP</b>).</p> <p>17:14 <b>CONTROL:</b> (E) FX NOTIF a <b>PP</b> / TALL VEU 2 a <b>PP</b> 13 s.</p> <p>17:28 <b>Resposta consulta 2 entrevistada</b> (MIC 1 i MIC 2 a <b>PP</b>).</p> <p>18:53 <b>CONTROL:</b> (E) FX NOTIF a <b>PP</b> / TALL VEU 3 a <b>PP</b> 11 s.</p> <p>19:05 <b>Resposta consulta 3 entrevistada</b> (MIC 1 i MIC 2 a <b>PP</b>).</p> <p><b>LOCUCIÓ</b> (comiat entrevista) (MIC 1 i MIC 2 a <b>PP</b>): Bé! Hem arribat al final de l'entrevista. Moltes gràcies, Alma per compartir-nos la teva expertesa en aquesta temàtica i per la teva passió en com ens ho expliques.</p> <p><b>ENTREVISTADA</b> (resposta de comiat).</p> <p><b>LOCUCIÓ</b> Gràcies, una abraçada.</p>
	<p><b><u>TANCAMENT I COMIAT</u></b></p> <p>22:18 <b>CONTROL:</b> Entra SINTONIA SORTIDA a <b>PP</b> 11 s., després passa a <b>F</b> (MÚS).</p> <p>22:29 <b>LOCUCIÓ</b> (MIC 1 a <b>PP</b>): Es fa difícil fer una conclusió de l'entrevista en una sola frase perquè hem pogut escoltar coses molt interessants. El que sí que podem dir és que, de les seves paraules, percebem moltes ganes de transmetre el seu activisme que directament es tradueix en una referència per a la resta. I referint-nos amb el que ella ens explicava al final de l'entrevista, aquest és un context clar que ens demostra que els diferents tipus d'amor sempre guanyen la batalla.</p> <p>Recordeu que si ens voleu enviar alguna pregunta per les <i>Consultes Externes</i> del següent episodi, podeu fer-ho a través d'X, (l'antic Twitter), al nostre compte @AmbElCapBenAlt, tot junt. Ens podeu enviar, en privat, una nota de veu a través dels missatges directes que els tenim oberts! Seguiu-nos i us seguirem.</p> <p>No patiu per si no teniu clara la temàtica del proper episodi, ben aviat ho anunciarem, però segur que els vostres dubtes seran molt pertinents. De les que ens envieu, n'escollirem tres que seran les que finalment emetrem.</p>

	<p>I ja que parlem de la participació de l'audiència, si algun patrocinador s'ofereix a patrocinar la secció de les Consultes Externes, feu-nos arribar la vostra proposta que segur que ens entendrem!</p>
23:27	<b>CONTROL: MÚS de F a PP 9 s.</b>
23:36	<p><b>CONTROL: MÚS a F 39 s.</b></p> <p><b>LOCUCIÓ (MIC 1 a PP):</b> Doncs bé, ara sí, hem arribat al final d'aquest primer episodi. Un cop més, moltes gràcies a l'Alma Pereira per venir amb el cap ben alt.</p> <p>Gràcies, també, a les tres persones anònimes que ens han enviat les preguntes a través de les notes de veu i a tot l'equip de Ràdio Hostafrancs pel suport, en especial, a la Sara Barrera per les veus de locució de títols i separadors.</p> <p>M'agradaria dedicar aquest episodi pilot a la Rosa Maria Cornet Ciurana que va morir fa poc i que segur que l'hauria escoltat amb molt d'amor. Per tu que sempre em repeties: "ho faràs quan et vingui de gust".</p> <p>I a vosaltres que ens esteu escoltant: moltes, moltes gràcies! Vosaltres sou qui realment dona sentit a aquest pòdcast que ens recorda gaudir de la vida amb el cap ben alt.</p>
24:15	<b>CONTROL: MÚS de F F-Out.</b>
	<b>LOCUCIÓ (MIC 1 a PP):</b> Una abraçada i fins la propera.
24:17	<b>CONTROL: MIC 1 F-Out. (Final)</b>

A continuació es detallen els recursos utilitzats pels plans sonors i de transició, tal com s'indica a *L'art de fer un podcast o un programa de ràdio atractius* (Niqui, 2021, pàg. 14-23) i a *Disseny i producció d'un pòdcast* (Romero Valldecabres, 2023, pàg. 19-24 i 45-47):

### Plans sonors:

**PP: Primer Pla.** És el so en primer terme i el que hem de sentir a un volum important. Normalment, veus de locució i en conversa i música.

**2P: Segon Pla.** S'ha utilitzat a la careta d'entrada per posar la música en segon pla, per acompanyar el subtítol del programa.

**F: Fons (o 3P).** La música de fons (o en tercer pla) és ideal per mantenir una conversa o locució per sobre (en primer pla), la qual estarà a un volum tan baix que no molestarà, però amb prou guany perquè acompanyi. És com un coixí. Per aquests casos, són molt útils els bucles (loops), els quals es poden preparar amb el muntatge, sempre hi quan es respecti la composició rítmica i harmònica de la música, per tal que l'oient es pensi que és una interpretació continuada. Per veure el detall de com s'han treballat els bucles, vegeu l'apartat 3.5. *Sintonies, separadors i efectes sonors*.

### Recursos de transició:

**F-Out: Fosa de sortida o de tancament (o Fade-Out).** Es pot graduar amb una durada més o menys llarga, segons convingui. El que fa el Fade-Out és disminuir gradualment el volum del tros seleccionat fins al silenci. Com més estona seleccionem més lent és el F-Out, en canvi, si seleccionem, per exemple mig segon, la fosa de tancament serà molt ràpida. A l'episodi, s'han utilitzat foses de tancament ràpides o lentes depenent del cas, buscant un efecte de transició més immediat o més suau.

**E: Encadenat o tall.** Els sons sonen immediatament un darrera de l'altre sense cap transició. El primer s'acaba de cop i el segon entra de cop.

**Guany:** Augmentar o disminuir el guany (quantitat de volum) del clip en moments puntuals ens pot servir per intercanviar els plans entre una locució i una música que actuï d'acompanyant (matalàs). Així, quan es vulgui fer una pausa prou llarga entre dos paràgrafs de locució, la música de fons pot passar en primer pla per uns segons i després tornar al fons quan torna la veu. Els canvis de guany es fan de forma gradual perquè no siguin de cop, la velocitat d'això dependrà del ritme i to que vulguem marcar. Un exemple el trobem a la careta d'entrada, combinant els tres plans per diferents elements, vegeu l'apartat 3.5. *Sintonies, separadors i efectes sonors*.

No s'han utilitzat altres recursos que també són molt útils, com la F/E (fosa encadenada) i el F-In (fosa d'entrada o d'obertura). La **fosa encadenada (F/E) o cross-fade** permet creuar dos clips d'àudio: el primer passa de volum alt a silenci i, el segon, al revés, així, es creuen els dos a mig recorregut de la fosa, sonant per uns instants alhora. La **fosa d'entrada o d'obertura (F-In)** funciona l'inrevés del F-Out: el so apareix gradualment des de zero fins al volum adequat.

Per poder fer un bon muntatge d'àudio, cal que el guió tècnic-literari i l'escaleta tècnica tinguin tota la informació necessària dels **plans sonors** de cada clip d'àudio i dels **recursos de transició** que s'utilitzaran per enllaçar-los, per la qual cosa, garantirem **la continuïtat i coherència** del pòdcast. Aquest ordre i configuració marcarà **el ritme** de cada secció del pòdcast (que pot ser homogeni o diferent en cada cas), per la qual cosa, no només es jugarà amb **el to** (de veu i estil de música) sinó que també, amb **els silencis**.

### 3.3. Escaleta tècnica

Temps	Secció	Contingut	Durada	Control	Convidats/des
00:00	0. Obertura i presentació	CARETA d'entrada editada (inclou música + veu de locució títol)	00:23	CARETA ENTRADA a <b>PP</b> (fins 00:23) i després a <b>F</b> (MÚS)	
00:23		LOCUCIÓ presentació pòdcast i sumari episodi	00:44	MIC 1 a <b>PP</b> MÚS a <b>F</b>	
01:10	1. Introducció	SEP 1. Separador secció 1	00:03	MÚS de <b>F F-Out</b> SEP 1 a <b>PP</b>	
01:14		LOCUCIÓ introducció	02:27	MIC 1 a <b>PP</b>	
03:43	2.1. Entrevista	RÀFEGA 1. Separador secció 2.1 (inclou veu locució títol)	00:20	RÀFEGA 1 a <b>PP</b> (fins 04:00)	
04:00		Entrevista (preguntes i respostes) + LOCUCIÓ final entrevista i peu a Consultes Externes	11:43	MIC 1 a <b>PP</b> MIC 2 a <b>PP</b> MÚS de <b>F F-Out</b>	
15:43	2.2. Consultes Externes	RÀFEGA 2. Separador secció 2.2 (inclou veu locució títol)	00:08	RÀFEGA 2 a <b>PP</b>	
15:53		Pregunta per nota de veu 1	00:06	FX NOTIF a <b>PP</b> ( <b>E</b> ) TALL VEU 1 a <b>PP</b>	
16:00		Resposta consulta 1 entrevistada	01:13	MIC 1 a <b>PP</b> MIC 2 a <b>PP</b>	Alma Pereira
17:14		Pregunta per nota de veu 2	00:13	FX NOTIF a <b>PP</b> ( <b>E</b> ) TALL VEU 2 a <b>PP</b>	
17:28		Resposta consulta 2 entrevistada	01:25	MIC 1 a <b>PP</b> MIC 2 a <b>PP</b>	
18:53		Pregunta per nota de veu 3	00:11	FX NOTIF a <b>PP</b> ( <b>E</b> ) TALL VEU 2 a <b>PP</b>	
19:05		Resposta consulta 3 entrevistada + LOCUCIÓ comiat entrevista	03:11	MIC 1 a <b>PP</b> MIC 2 a <b>PP</b>	
22:18	Tancament i comiat	SINTONIA de sortida	00:11	SINTONIA SORTIDA a <b>PP</b> (fins 22:29) i després a <b>F</b> (MÚS)	
22:29		LOCUCIÓ de tancament episodi	00:58	MIC 1 a <b>PP</b> MÚS a <b>F</b> (fins 23:27), després a <b>PP</b>	
23:36		LOCUCIÓ comiat	00:40	MÚS a <b>F</b> (fins 24:15), després <b>F-Out</b> MIC 1 a <b>PP</b> (fins 24:17), després <b>F-Out</b>	

Cada fila de l'**escaleta** correspon a un **pas del guió**, els quals especifiquen cada tasca, qui l'ha de fer i en quin moment. I, també, poden incloure el **peu** que és el senyal (o disparador) que ens fa saltar al següent pas. Aquests termes no només provenen del sector de l'audiovisual sinó que, també, del sector de les arts escèniques (teatre, música, dansa...), els quals, sovint, van de la mà i poden parlar el mateix llenguatge.

Per aquesta escaleta, el peu va indicat pel **codi de temps** perquè s'ha fet una postproducció d'àudio posterior als enregistraments, però si el pòdcast s'enregistrés en directe, caldria incloure la **frase de sortida** de la locució per donar peu al següent pas (i les d'entrada, si fos necessari). La suma dels temps de **durada de cada pas** (columna central) no correspon amb el **temps acumulat** (columna esquerra) i això és així perquè hi ha moments molt breus on no cal fer cap pas (hi pot haver silenci o que continuï una música de fons d'algun pas anterior). Aquest temps és el que faltaria d'apuntar, però com que no cal fer res, no hi consta. El que és realment important, tant per la persona que fa la locució com pel control tècnic, és saber **què s'ha de fer** (el pas), **quanta estona durarà** aquell pas (durada) i **en quin moment** (el temps acumulat del programa) ha d'entrar o s'ha de llençar.

### 3.4. Mitjans tècnics

- Estudi de gravació a Ràdio Hostafrancs:
  - Equip tècnic per a l'enregistrament d'entrevistes, tertúlies i locució a l'estudi de gravació:
    - Ordinador PC amb programari d'enregistrament
    - Targeta capturadora d'àudio USB
    - Taula de so de 12 canals
    - 2 micròfons de veu Shure SM58
    - 2 auriculars d'estudi
    - Altaveus estèreo
    - Cablejat
  - Per a la difusió del pòdcast acabat (en cas de ser possible): infraestructura de ràdio FM i servidor web de Ràdio Hostafrancs (per allotjament dels fitxers .mp3 a Internet).
- Equip d'enregistrament mòbil per a les notes de veu anònimes (mòbil intel·ligent) (només a l'episodi 1).
- Bancs de so i música amb llicència lliure amb dret a modificació i dret a distribució comercial.
- Equip informàtic per a la postproducció d'àudio:
  - Ordinador PC amb programari d'edició Audacity<sup>43</sup>
  - Auriculars per l'edició Sennheiser HD 559
  - Altaveus estèreo
- Per la distribució i difusió del pòdcast per Internet: servidor iVoox, Linktree i xarxa social X.

### 3.5. Sintopies, separadors i efectes sonors

Les sintopies i alguns sons són adquirits a través de bancs de sons digitals per Internet, amb **llicència lliure (CC Zero o CC0)**<sup>44</sup> o amb **llicència d'atribució o reconeixement (CC BY)**<sup>45</sup>, les quals permeten la modificació i la distribució de qualsevol tipus i per qualsevol mitjà (també per mitjans de comunicació), fins i tot, per fins comercials. La diferència entre una i altra és que, en la segona (CC BY), cal citar-ne l'autoria per atribuir-li l'obra. En el nostre cas, ho afegirem als crèdits en text a la descripció de la publicació de l'episodi. Aquestes particularitats sense restriccions per la llicència són essencials pel tipus de projecte que s'ha creat i per tenir la possibilitat de poder-lo distribuir de forma comercial. Els sons són gratuïts, per tal d'abaratir el cost de la producció, i han estat adquirits des de **Freesound.org**<sup>46</sup> (un projecte creat el 2005 pel Music Technology Group de la Universitat Pompeu Fabra) i des de **ccMixer**<sup>47</sup> (una comunitat col·laborativa).

<sup>43</sup> Muse Group. (2024). *Audacity* (v3.4.2) [programari]. <https://www.audacityteam.org>

<sup>44</sup> Creative Commons. (s/d). *CC0 1.0 Deed*. <https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.ca>

<sup>45</sup> Creative Commons. (s/d). *CC BY 4.0 Deed*. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ca>

<sup>46</sup> Music Technology Group. (2024). *Freesound*. Universitat Pompeu Fabra. <https://freesound.org/help/about>

<sup>47</sup> ccMixer. (2024). *ccMixer*. <https://ccmixter.org/about>

De cara a una segona temporada, es projecta la possibilitat de comprar les llicències de sintonies que tenen restricció comercial. Algunes d'aquestes llicències són de cost únic (d'entre 20 i 50 €, en funció del tipus de distribució permesa), per la qual cosa, només caldria un únic pagament per cadascun dels sons adquirits. Un banc de sons amb aquestes característiques podria ser Jamendo<sup>48</sup>.

## Careta d'entrada o d'obertura (CARETA ENTRADA):

Consta d'una sintonia i una veu de locució en diferents parts:

- **Sintonia:** *Funk Music Theme*<sup>49</sup> (amb llicència CC0)
- **Veu de locució:** Sara Barrera, periodista i directora adjunta de Ràdio Hostafrancs

Per a l'enregistrament de la veu de locució de títols, es va fer servir el següent guió, per tal de llegir-los tots d'un sol cop, per després, fer els talls corresponents. Per exemple, el separador de la secció 1 (SEP 1) només conté la veu de locució pre-enregistrada:

<p>-----  <b>TÍTOL CARETA</b>          -----</p> <p>Amb el cap ben alt</p> <p>(pausa)</p> <p>Referents i impuls per als col·lectius LGTBIQA+</p> <p>(pausa)</p> <p>Amb Marc Puntos Cornet</p> <p>-----</p>	<p>-----  <b>SEPARADOR 1</b>          -----</p> <p>Episodi 1. Estereotips i privilegis</p> <p>-----  <b>SEPARADOR 2</b>          -----</p> <p>L'entrevista</p> <p>-----  <b>SEPARADOR 3</b>          -----</p> <p>Consultes externes</p> <p>-----</p>
--	---

La sintonia d'entrada comença en PP i després passa a F amb la veu de locució que indica el títol, el subtítol del programa i el nom del locutor. L'inici de la sintonia (el so de bateria) s'ha allargat uns quants compassos més respecte la música original, alhora que s'ha fet quadrar la veu de locució de títol del pòdcast al cinquè compàs. Aquest cinquè compàs consta d'un primer temps de bombo, continua amb silenci i el quart temps amb l'*slide* del baix. Just aquest espai de silenci (el segon i tercer temps) és on hi cap perfectament la veu de títol, per la qual cosa al estar en silenci, n'engrandeix l'impacte i l'atenció de l'oient és major. El *groove* de funk posterior, encara anima més. Posteriorment, s'alterna el primer pla de la música i la veu de locució de títols, per la qual cosa, quan hi ha locució, la música passa a 2P, per més endavant deixar la música a F (fons o 3P), tal com indica l'escaleta. D'aquesta manera, el pla de fons de la música serà més còmode per la locució de contingut.

<sup>48</sup> Jamendo. (2024). *Jamendo Licensing*. <https://licensing.jamendo.com/es/catalogo>

<sup>49</sup> TheoJT. (2023). *Funk Music Theme*. Freesound. <https://freesound.org/people/TheoJT/sounds/698102>

La careta d'entrada té un muntatge propi per la complexitat de la composició de les parts, així que està editada prèviament, tal com indica l'escaleta de l'episodi. A continuació, es detalla l'escaleta específica per la careta d'entrada i dues captures de pantalla del seu muntatge. El codi de temps incorpora les fraccions de segon centesimal i quedarà amb tres mesures: minuts, segons i fracció de segon.

Temps	Contingut	Durada	Control
00:00.00	Bucle bateria x4 + cop bateria (temps 1)	00:08.27	<b>E LOOP BATERIA (x4) a PP / COP BATERIA a PP</b>
00:08.71	Veü títol	00:00.98	VEU TÍTOL a <b>PP</b>
00:09.69	Sintonia base	00:03.21	MÚS a <b>PP</b>
00:13.17	Veü subtítol	00:03.90	VEU SUBTÍTOL a <b>PP</b> MÚS a <b>2P</b>
00:17.07	Sintonia base	00:04.09	MÚS a <b>PP</b>
00:21.17	Veü presentació locució	00:01.45	VEU LOC a <b>PP</b> MÚS a <b>2P</b>
00:23.04	Final careta Inici locució presentació pòdcast	01:12.25	MÚS a <b>F</b> , després <b>F-Out</b>

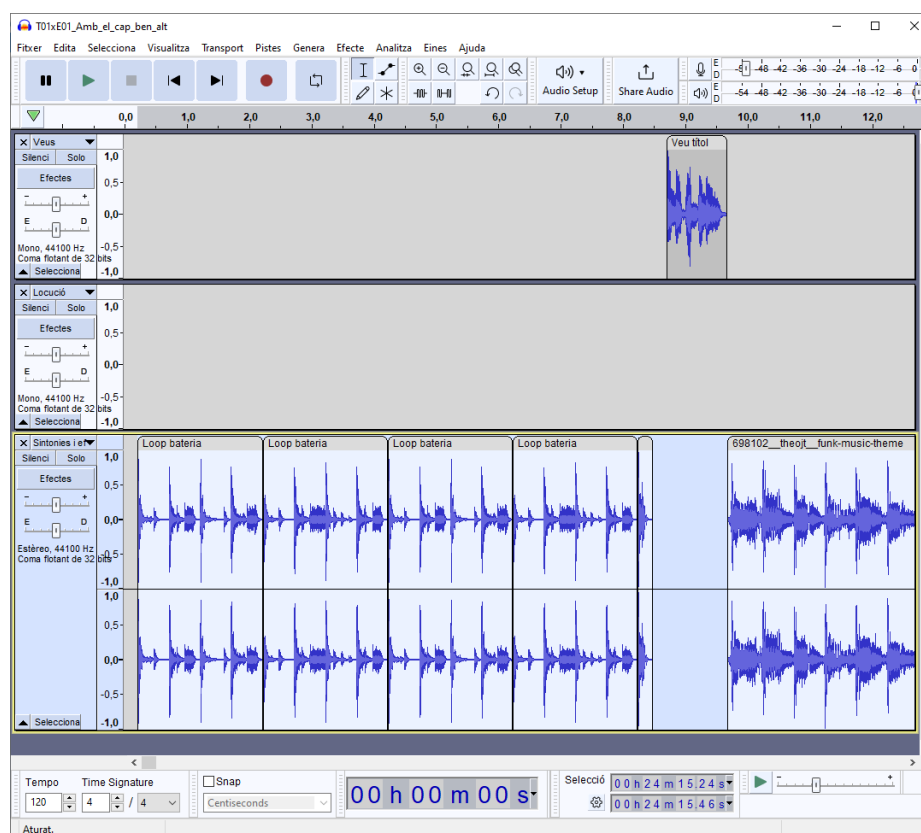


Figura 6. Captura de pantalla 1 de la sessió de muntatge de la careta d'entrada (elaboració pròpia)

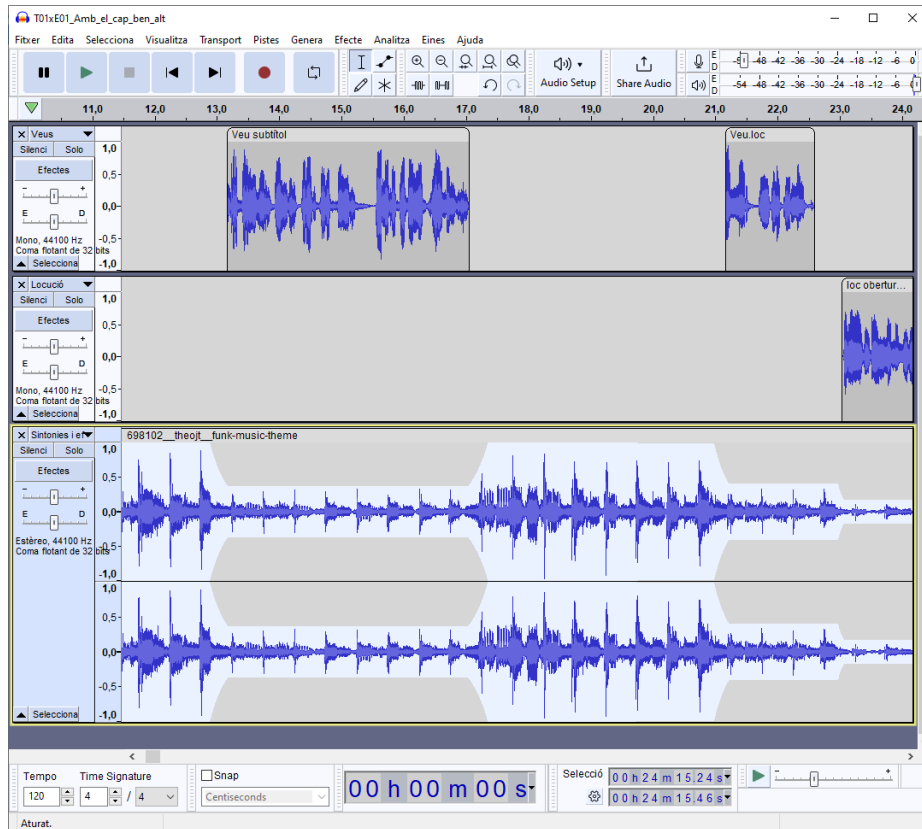


Figura 7. Captura de pantalla 2 de la sessió de muntatge de la careta d'entrada (elaboració pròpia)

## Separador 2. L'entrevista (RÀFEGA 1)

Inclou la RÀFEGA 1 i la veu de locució (descrita a l'apartat de la careta d'entrada).

- **Música:** *Guitar loop, reggae*<sup>50</sup> (amb llicència CC-BY 3.0)

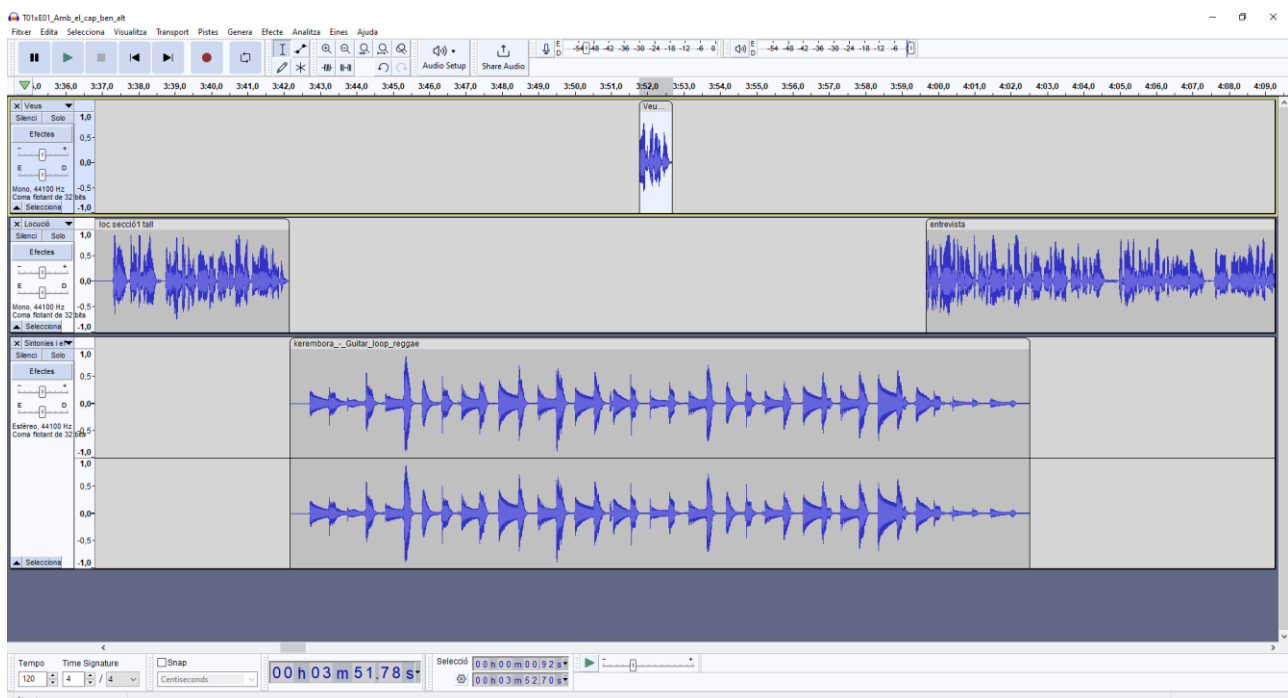


Figura 8. Captura de pantalla RÀFEGA 1 (elaboració pròpia)

<sup>50</sup> Karemora. (2022). *Guitar loop, reggae*. ccMixter. <https://ccmixter.org/files/kerembora/65768>



### Separador 3. Consultes externes (RÀFEGA 2)

Inclou la RÀFEGA 2 i la veu de locució (descrita a l'apartat de la careta d'entrada). És un muntatge semblant al separador 2.

- **Música:** *2023 02 28 scrambled piano loop 01*<sup>51</sup> (amb llicència CC-BY 3.0)

### Efecte de notificació de nota de veu (FX NOTIF)

És un retall molt breu (0,67 s.) i remesclat per emular un efecte de notificació de mòbil, amb efecte estèreo amb **alt contrast panoràmic** entre el canal esquerre i dret. S'hi ha aplicat una mínima **reverberació** a la cua per tal que el final no quedi sec. Per poder fer correctament l'edició específica d'FX NOTIF, s'ha preparat prèviament a una sessió de muntatge pròpia, així també es va disposar del fitxer acabat en .mp3 per poder-lo llançar immediatament abans de cada pregunta anònima.

- **So:** *2012 09 07 sin loop 01*<sup>52</sup> (amb llicència CC-BY 3.0)

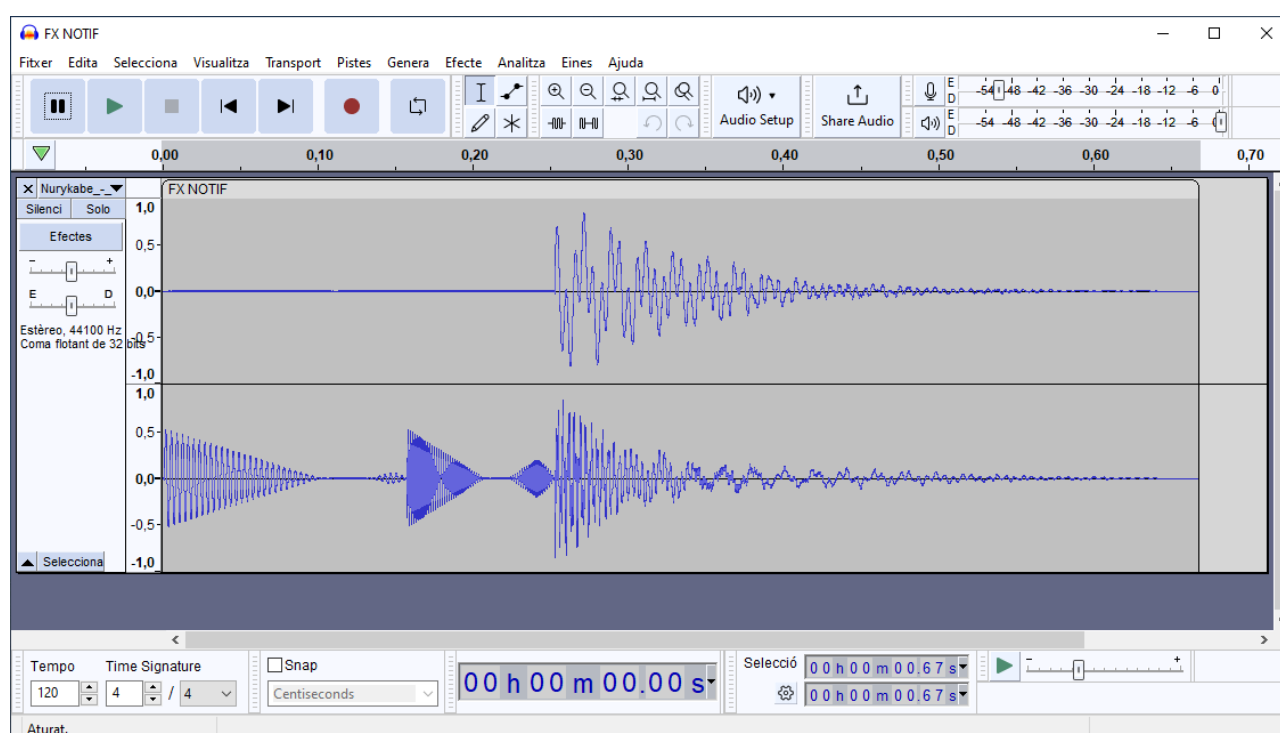


Figura 9. Captura de pantalla FX NOTIF (elaboració pròpia)

### Sintonia de sortida o de tancament

- **Música:** *Bedroom guitar*<sup>53</sup> (amb llicència CC0)

<sup>51</sup> Morusque. (2023). *2023 02 28 scrambled piano loop 01*. ccMixer. <https://ccmixter.org/files/Nurykabe/66122>

<sup>52</sup> Morusque. (2023). *2012 09 07 sin loop 01*. ccMixer. <https://ccmixter.org/files/Nurykabe/39064>

<sup>53</sup> Destructo20. (2022). *Bedroom guitar*. Freesound. <https://freesound.org/people/Destructo20/sounds/667104>

### 3.6. Enregistrament i edició

La major part del programa s'ha enregistrat a l'interior de l'estudi de **Ràdio Hostafrancs**<sup>54</sup> per poder tenir una major qualitat del so, sense altres elements que interfereixin en la gravació, amb uns micròfons de la marca Shure i model SM58. El SM58 és un micròfon dinàmic i té una sensibilitat molt dura, la qual cosa fa que no es colin sons externs (per exemple, de reverberació per l'acústica de la sala). Ara bé, convé que la font de so (la boca de la persona que parla) estigui ben a prop del micròfon per captar, al màxim, la qualitat de la veu.

Per a les veus de locució i a l'entrevista es van detectar dues fallades d'enregistrament que van poder solucionar-se amb la postproducció d'àudio. Per un costat, el guany d'entrada de l'enregistrament estava un punt reduït per **evitar la saturació** (*clipping*), la qual cosa, provocava que l'ona d'àudio tenia poca intensitat. Per solucionar això i maximitzar l'ona sense distorsionar-la, s'ha aplicat un efecte **compressor** i **normalitzador** d'ona a totes les veus de totes les seccions (locucions i entrevista) per tal que el resultat fos uniforme.

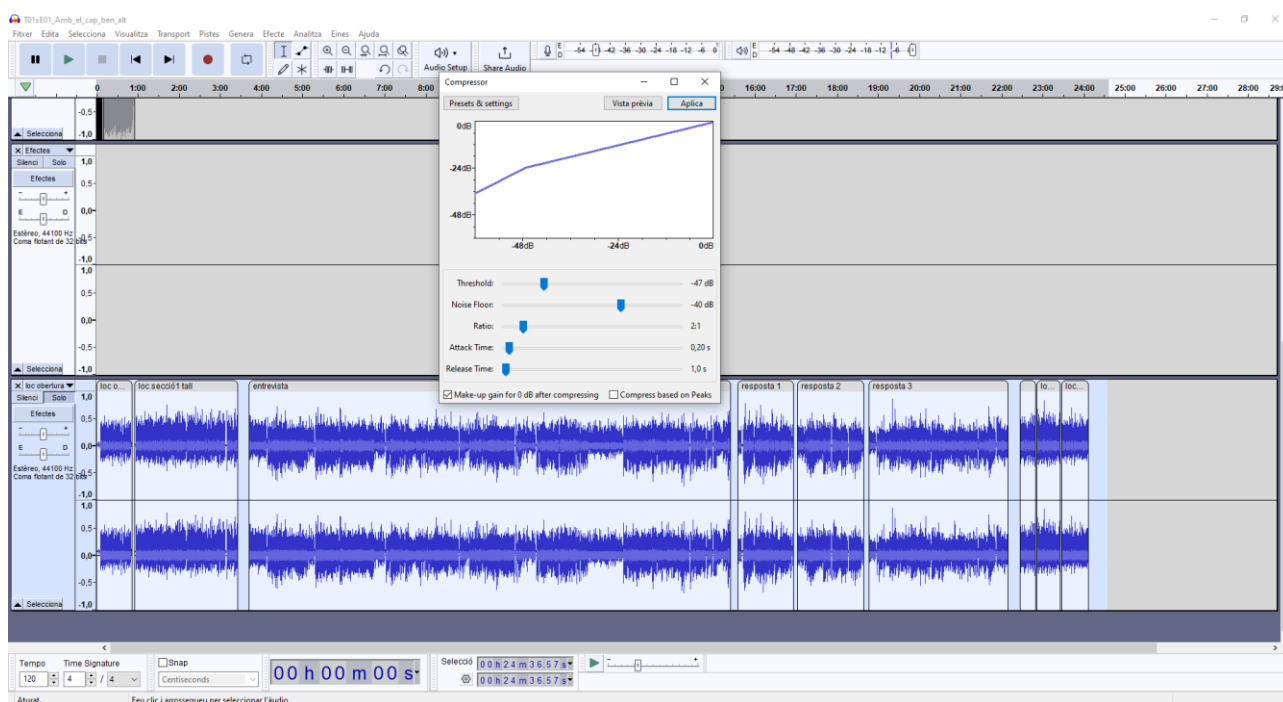


Figura 10. Captura de pantalla de l'efecte compressor (elaboració pròpia)

L'altre problema va ser que va aparèixer una freqüència molt aguda i amb un volum flux, però prou perceptible com per molestar de forma continuada. Sembla que es va colar sense motiu aparent als enregistraments, només es podia detectar al reproduir l'enregistrament amb uns auriculars. Com que els enregistraments es van fer en dies diferents i la taula de so i entrada d'àudio a la capturadora USB sempre s'han configurat com cal, deu ser que hi hagué algun mal funcionament intern, pel qual es va colar aquest **so paràsit**. Per solucionar això, es va aplicar un filtre de **reducció de soroll** (un complement integrat a l'Audacity), el qual, després de seleccionar una mostra del soroll sol, permet reduir-lo prou com perquè no sigui tan perceptible. Amb l'ajust

<sup>54</sup> Ràdio Hostafrancs. (2024). RÀDIO HOSTAFRANCs. <https://radiohostafrancs.cat>

adequat i amb la posterior **equalització**, el resultat de la veu ha estat força semblant a l'original. Només si es comparaven les dues veus de forma seguida, es podia percebre que l'àudio resultat tenia algunes freqüències una mica reduïdes, tot i que amb una sonoritat prou digna per l'espectre de freqüències ajustat amb l'equalitzador.

Concretament a l'entrevista, tant per part de l'entrevistada com per part del locutor, hi havia **intensitats de volum exagerades** en moments molt puntuals (molt breus), sobretot en les rialles, la qual cosa feia que aquests moments molestessin a l'orella, fent-se una mica incòmodes per a l'oient. Per corregir-ho, es va aplicar un efecte **limitador**, tenint en compte que el volum de l'ona ja estava normalitzat d'abans. D'aquesta manera es van reduir tots els pics molestos, fins i tot, algun de saturat que encara quedava.

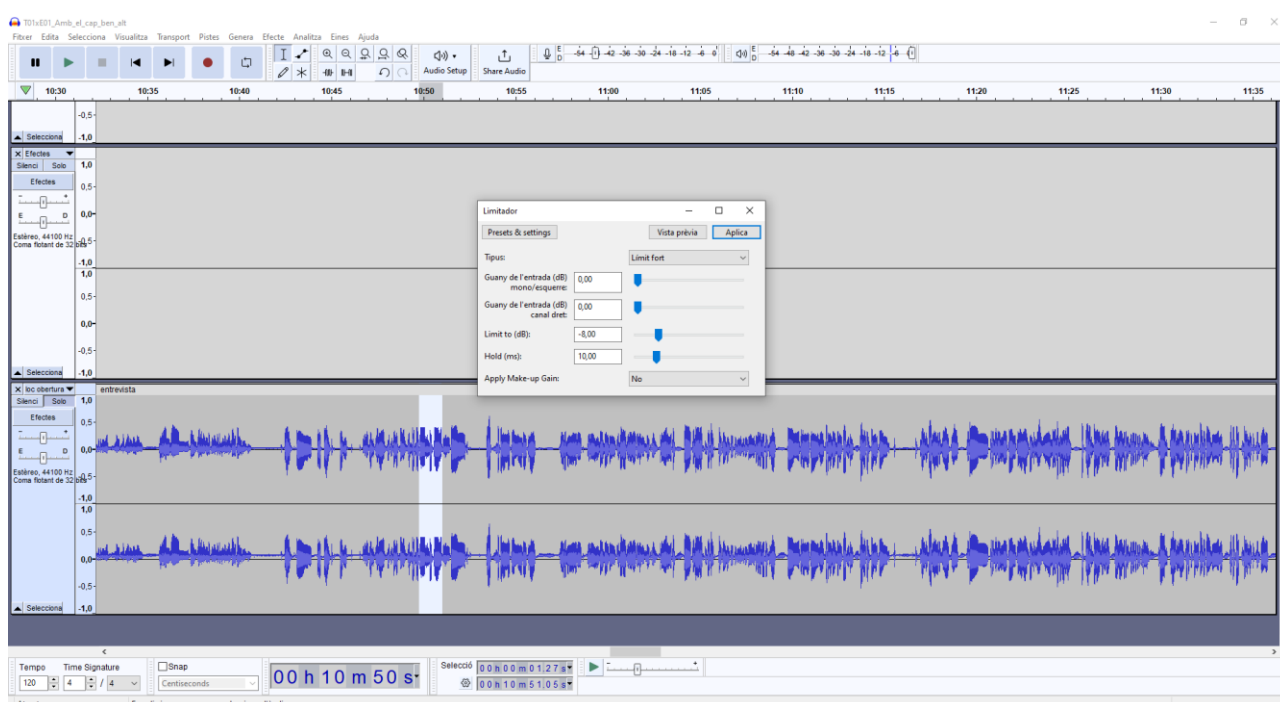


Figura 11. Captura de pantalla de l'efecte limitador (elaboració pròpia)

Les notes de veu anònimes, com que és un episodi pilot, es van demanar a tres persones que hi posessin la veu (enlloc d'enviar-les) com a mostra del que pot fer l'audiència a partir de l'episodi 2. En alguns casos, ha calgut aplicar efectes d'**equalitzador** i **reducció de soroll** de fons i, en tots, compressor i normalitzador. Pel so de fons de cadascuna d'elles, pels efectes mencionats i per l'efecte de notificació que es llença just a l'inici de cadascuna, l'oient percebrà que aquestes veus no són presents a l'estudi i que són gravacions prèvies.

## Programa d'edició

L'Audacity és un programa d'edició d'àudio que prepara una interfície multipista en un format de projecte propi (.aup3), el qual permet guardar la sessió de muntatge íntegra amb les pistes, clips, efectes i altres eines aplicades per cadascun. Aquesta forma de guardar els projectes (tal com ho fan altres programes d'edició d'àudio i vídeo) és molt còmode per poder treballar i fer canvis al projecte en diferents dies, quan són treballs de llarga durada. Així, la postproducció es pot fer per etapes amb comoditat, sense haver d'exportar cada cop la feina feta.

S'han utilitzat tres pistes, en el següent ordre:

- **Veus:** pista mono. Per a les veus de títols i preguntes anònimes
- **Locució:** pista mono. Locució del programa i entrevista.
- **Sintonies i efectes:** pista estèreo. Músiques i efecte de notificació.

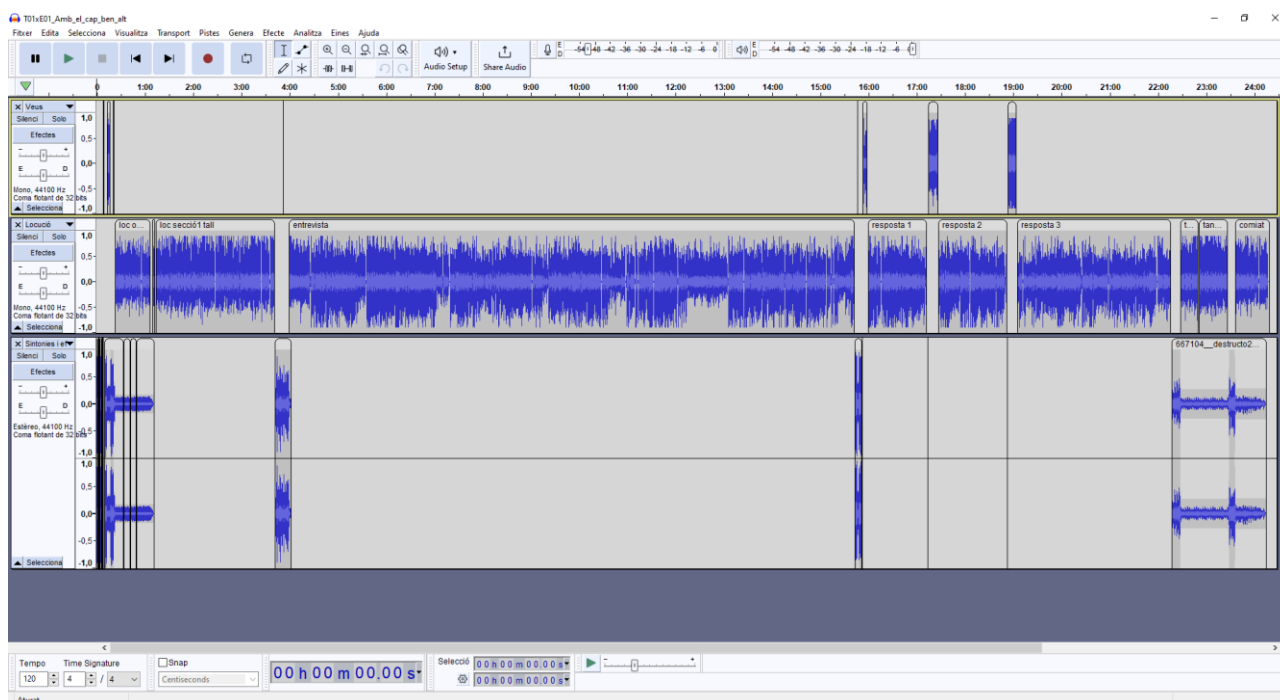


Figura 12. Captura de pantalla de la vista completa de la sessió de muntatge a l'Audacity (elaboració pròpia)

Un cop el projecte ja és complet, només cal un pas per tenir el fitxer definitiu que servirà per difondre'l com a pòdcast: **exportar l'àudio a un fitxer .mp3**.

### Format del fitxer d'àudio exportat:

**Format:** MPEG Audio (.mp3)

**Durada:** 24 min. i 20 s.

**Mida del fitxer:** 33,4 MB

**Freqüència de mostreig:** 44.100 Hz

**Taxa de bits:** 192 kb/s

**Mode de taxa de bits:** Constant

**Canals:** 2 (estèreo)

### Edició de les metadades:

**Títol de la pista:** T01xE01 Estereotips i privilegis

**Número de pista:** 01

**Intèrpret:** Amb el cap ben alt

**Àlbum:** Amb el cap ben alt

## 4. Distribució i difusió

### 4.1. Plataformes de distribució del pòdcast

Es distribuirà per Internet a través de la plataforma iVoox i del portal de micromecenatge Aixeta. En cas, que Ràdio Hostafrancs, també accepti emetre'l, també es distribuirà a través del seu propi servidor web i per radiodifusió per la freqüència 98.0 FM, la qual té un abast territorial al barri d'Hostafrancs (Barcelona) i part dels voltants.

En un inici, es començarà amb el **pla Free**<sup>55</sup> d'iVoox, el qual permet les funcions bàsiques sense limitació de descàrregues, la qual cosa els primers oients podran accedir al pòdcast. Les seves característiques són:

- És gratuït
- Emmagatzematge i transferència il·limitats
- Alta velocitat de descàrrega
- Eines de compartició per a les xarxes socials
- Estadístiques bàsiques IAB

Un cop el pòdcast tingui una quantitat mínima de 50 reproduccions (en total) es passarà al primer pla de pagament d'iVoox, el **pla Starter**<sup>56</sup>, el qual ja permet unes millors eines per a la gestió i difusió del pòdcast:

- Cost anual: 71,88 € (5,99 € al mes)
- Publicació il·limitada d'episodis
- Estadístiques avançades
- Monetització del pòdcast
- Programació d'episodis
- Publicació il·limitada en altres plataformes
- Gestió de privacitat dels àudios
- Distribució a Apple Podcast
- Millora de la indexació
- Eines de compartició a les xarxes socials

Els plans superiors (amb preus més elevats), encara tenen millors eines estadístiques, de promoció i d'indexació, els quals seran interessants a mesura que augmentin les reproduccions i es puguin obtenir més guanys.

---

<sup>55</sup> iVoox. (2024). *¿Qué ofrece el plan FREE? – Podcasters.* <https://ivooxpodcasters.zendesk.com/hc/es-es/articles/4406976832273--Qu%C3%A9-ofrece-el-plan-FREE->

<sup>56</sup> iVoox. (2024). *¿Qué ventajas tiene el plan Starter? – Podcasters.* <https://ivooxpodcasters.zendesk.com/hc/es-es/articles/4406930439697--Qu%C3%A9-ventajas-tiene-el-plan-Starter->

## 4.2. Pla de comunicació

### Objectius

- **Notorietat:** connectar amb l'audiència per tal que conegui el pòdcast, que l'escolti i que el recordi, de tal manera, que aquest es diferenciï de la resta, per les característiques de contingut, format i gènere.
- **Posicionament:** aconseguir un posicionament clar de la marca del pòdcast en la ment de l'audiència. No només que el recordin sinó que sigui un record bo i que vulguin repetir per escoltar-ne més episodis.

### Públics

L'**audiència** a la que es dirigeix el pòdcast és la generació Y o millennial (nascuts/des entre els anys 1981 i 1995). Aquest públic és present a les xarxes socials, per la qual cosa, difondre a través d'X ens aportarà notorietat.

**Mitjans de comunicació:** Ajudaran a assolir notorietat i posicionament. Alguns mitjans de comunicació informen sobre pòdcasts (3Cat, El Món) i d'altres també n'elaboren de propis (El Crític, La Mira, Núvol...), per la qual cosa serà important tenir-hi relació.

### Missatge

Amb el cap ben alt. Referents i impuls per als col·lectius LGTBQA+.

### Estratègia i accions

S'utilitzen les plataformes digitals iVoox (per allotjar el pòdcast), la xarxa social X (per difondre'l amb publicacions) i Linktree, com a *landing page* inicial.

#### Linktree<sup>57</sup>

Permet crear un petit índex amb els enllaços, en el nostre cas, ens serveix per connectar en un sol punt els dos comptes digitals del pòdcast (iVoox i X). Així que de forma senzilla i gratuïta, aquest índex Linktree, farà la funció de *landing page* inicial, on hi haurà el logo del pòdcast (la seva imatge de marca visible). El pla gratuït de Linktree serà el que s'escollirà en un inici.

---

<sup>57</sup> Linktree. (2024). *Linktree Free, Starter, Pro and Premium Pricing | Compare Features and Plans*. <https://linktr.ee/s/pricing>

De cara a una segona temporada, si el pòdcast té una quantitat acceptable de reproduccions, es plantejarà passar a una *landing page* amb més contingut, un espai web de **WordPress**<sup>58</sup> seria la més adequada, per la seva característica d'hibridació, on podrem incloure text, inserir imatges i incrustar el mòdul reproductor d'iVoox directament. D'aquesta manera, deixaríem el Linktree, només com a índex connector. En qualsevol cas, cal tenir en compte que WordPress també tindria un cost (com a mínim per allotjament) i s'optaria pel pla de pagament Starter (48€ l'any), el qual permet tenir l'**allotjament sense anuncis**.

## X

A la xarxa social X (l'antic Twitter), s'ha creat el compte **@AmbElCapBenAlt**<sup>59</sup>. Per cada episodi, es publicaran una sèrie de *tweets* que serviran per difondre el pòdcast i connectar-se en xarxa amb altres projectes de temàtica LGTBIQA+, dels drets humans i del sector de la comunicació. A banda, que serà l'eina principal de contacte privat entre l'audiència i el pòdcast, per la qual cosa, ens podran enviar les notes de veu amb les seves preguntes.

### Exemple de publicació:

(amb fotografia de l'entrevista)



Figura 13. Fotografia a Alma Pereira durant l'entrevista (elaboració pròpia)



**Amb el cap ben alt**  
@AmbElCapBenAlt

👏 ESTEM DE CELEBRACIÓ! 🎉

Ja tenim disponible el primer episodi "Estereotips i privilegis" del pòdcast @AmbElCapBenAlt. !👉

📻 Descarrega el pòdcast: [enllaç a l'episodi 1]

Entrevistem a Alma Pereira (@PinkyPereira), activista #transfeminista. No us ho perdeu!

🗣️ Envia'ns les teves preguntes en àudio per DM!

Segueix-nos! ...i si fas 🔄 i ❤️ serà genial! 😊

🏳️‍🌈 #AmbElCapBenAlt

+info: [enllaç Linktree]

#EstereotipsGènere #LGTBIQA+ #DretsHumans  
#Discriminacions #Desigualtats

Figura 14. Exemple de publicació a X (elaboració pròpia)

<sup>58</sup> WordPress.com. (2024). *Precios de WordPress | Planes de WordPress | Compara nuestros planes | WordPress.com.* <https://wordpress.com/es/pricing>

<sup>59</sup> X. (2024). *Amb el cap ben alt (@AmbElCapBenAlt) / X.* <https://twitter.com/AmbElCapBenAlt>

La planificació de les publicacions és doble:

- La setmana anterior a la publicació de l'episodi: diferents publicacions anunciant que l'episodi és imminent, amb la data i aportant alguna idea o frase destacable de la persona entrevistada. Aquestes publicacions seran tres de prèvies (7 dies, 3 dies i 1 dia abans) i una el mateix dia amb l'enllaç de descàrrega.
- Publicacions a posteriori: seran aquelles que serviran per impulsar el pòdcast un cop publicat, seran sis: l'endemà de la publicació, al cap de 4 dies, al cap d'una setmana i les tres setmanes següents (un cop per setmana).

Així, a mode d'exemple per la publicació del primer episodi, el calendari de publicacions a X, de les setmanes abans i després, seria el següent:

FEBRER 2024						
Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
12	13	14	15	16	17	18 Publicació a X
19	20	21	22 Publicació a X	23	24 Publicació a X	25 <b>Publicació episodi 1</b> Publicació a X
26 Publicació a X	27	28	29 Publicació a X			

MARÇ 2024						
Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
				1	2	3 Publicació a X
4	5	6	7	8	9	10 Publicació a X
11	12	13	14	15	16	17 Publicació a X
18 Publicació a X	19	20	21	22 Publicació a X	23	24 Publicació a X
25 <b>Publicació episodi 2</b> Publicació a X	26 Publicació a X	27	28	29 Publicació a X	30	31



## Relacions amb els mitjans de comunicació

Una setmana abans de la publicació del primer episodi i amb l'objectiu d'amplificar la notorietat del pòdcast, es faran entrevistes amb quatre mitjans de comunicació catalans especialitzats en el periodisme d'investigació, els reportatges i els drets humans, alguns d'ells tenen producció pròpia de pòdcasts. Aquests seran *La Mira*<sup>60</sup>, *Crític*<sup>61</sup>, *Núvol*<sup>62</sup> i *La Directa*<sup>63</sup>.

### 4.3. Disseny de la identitat, imatge i marca

Aquest disseny i creació ha estat d'elaboració pròpia, pel qual, s'ha buscat la simplicitat i contrast en la imatge del logotip. La idea que es persegueix és que l'audiència el recordi sempre i l'identifiqui immediatament amb el pòdcast.

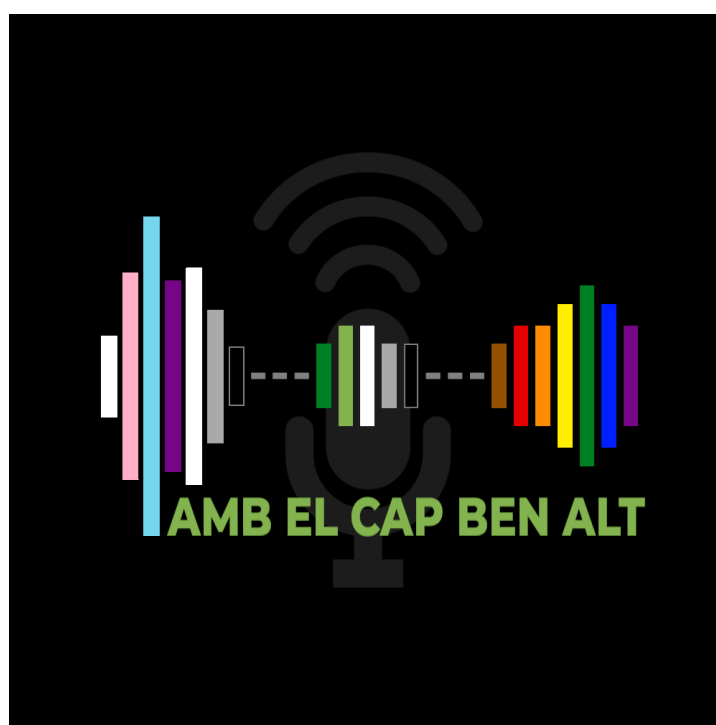


Figura 15. Logotip Amb el cap ben alt (elaboració pròpia)

La imatge identificativa del pòdcast és el logotip que apareixerà a tot arreu on es pugui. D'altra banda, el color verd, el mateix escollit per al text de títol del logotip, i el color negre del fons, seran els dos colors que apareixeran també com a fons de les imatges d'alguns cartells. Així s'alternarà el color del text i dels elements entre verd, negre i blanc.

<sup>60</sup> La Mira. (2024). *Pòdcasts - LA MIRA - Periodisme a foc lent*. <https://www.lamira.cat/podcasts>

<sup>61</sup> Crític. (2024). *Pòdcasts*. <https://www.elcritic.cat/podcasts>

<sup>62</sup> Núvol. (2024). *Pòdcast.cat*. <https://www.nuvol.com/podcast-cat>

<sup>63</sup> La Directa. (2024). *Portada - directa.cat*. <https://directa.cat>

## 5. Pressupost

### 5.1. Previsió de despeses i ingressos

Tal com s'ha indicat en alguns apartats anteriors, tots els elements necessaris per la producció d'aquest pòdcast s'han aconseguit a cost 0: la majoria per elaboració pròpia, alguns per préstec (llibres, documentació, espai, material i infraestructura), altres per llicència gratuïta (música i efectes) i altres per col·laboració desinteressada (veus de locució de títols i preguntes de persones anònimes).

Tanmateix, es desglossa el pressupost per cadascun dels ítems:

<b>Despeses:</b>	<b>Import</b>	<b>Unitats</b>	<b>Totals</b>
Disseny de la producció	75 €	5	375 €
Enregistrament	75 €	5	375 €
Edició	75 €	5	375 €
Distribució	75 €	5	375 €
Gestió de les xarxes socials	20 €	5	100 €
Disseny gràfic	400 €	1	400 €
<b>TOTAL</b>			<b>2.000 €</b>

<b>Ingressos:</b>	<b>Import</b>	<b>Unitats</b>	<b>Totals</b>
Micromecenatge	150 €	5	750 €
Subscripcions de pagament	100 €	5	500 €
Falca publicitària	50 €	5	250 €
Patrocini	100 €	5	500 €
<b>TOTAL</b>			<b>2.000 €</b>

Les diferents fases inclouen les despeses de l'equip de professionals, la infraestructura, els materials i les llicències necessàries.

### 5.2. Monetització i vies de finançament

#### Micromecenatge - Aixeta

La campanya de micromecenatge del pòdcast es fa a través del portal Aixeta<sup>64</sup> que té un apartat dedicat al sector de l'audiovisual i on també es financen projectes de pòdcasts. L'Aixeta és un portal molt pertinent perquè també va enfocat a diferents públics de parla en llengua catalana, a banda, té una particularitat de mecenatge continu, així que no cal que les aportacions finalitzin un cop s'hagi engegat el projecte, sinó que poden perpetuar-se en el temps, per tal de donar continuïtat a tota la temporada i, si s'escau, recolzar-ne de següents.

<sup>64</sup> Aixeta. (2023). *Explora audio-i-video – L'Aixeta*. <https://www.aixeta.cat/ca/discover?concept=audio-i-video>

Les aportacions van des dels 2€ en endavant i aquesta flexibilitat en les quantitats fa que sigui molt atractiu per diferents butxaques que voldrien fer la seva petita aportació, sense deixar de banda, que altres que volen aportar més diners, també ho puguin fer. Els recolzaments també poden provenir de les aportacions individuals a iVoox, on els usuaris registrats poden recolzar el pòdcast quan ho desitgin. Si suposem unes 30 aportacions de 5 € per episodi, obtindrem 150 € per episodi, per la qual cosa, s'ingressaran 750 € en total.

### **Subscripcions de pagament - iVoox**

Les subscripcions al pòdcast ofereixen, als usuaris registrats amb un pla de pagament, poder-lo escoltar sense anuncis, entre altres avantatges. Es calcula que hi haurà 20 subscripcions a un cost de 5 € per episodi, per la qual cosa, s'ingressaran 500 € en total.

### **Falca publicitària - iVoox**

La plataforma d'allotjament i distribució iVoox també permet inserir publicitat de diferents anunciants. Aquest paràmetre anomenat publicitat dinàmica fa que el sistema insereixi anuncis automàticament. Com més reproduccions, més ingressos. Es calculen 50 € per episodi, el que suposa un total de 250 €.

### **Patrocini**

S'acorda amb una empresa del barri d'Hostafrancs que vulgui patrocinar el pòdcast sencer, cadascun dels 5 episodis. L'ingrés serà de 500 €, en total.

## **5.3. Pla de finançament**

Aquesta planificació d'ingressos s'aplica sobre aquesta temporada del pòdcast de 5 episodis (de febrer a juny de 2024). Això implica que cal comptar amb les diferents parts (o almenys que una compensi l'altra), per tal de poder fer sostenible el projecte i poder assumir totes les despeses.

En qualsevol cas, de cara a una segona temporada, es podrien preveure ampliacions de les vies de finançament anteriors, per augmentar les quantitats, a banda que es poden assimilar noves fórmules, com el **contingut exclusiu per a fans** i el **marxandatge**. Cal tenir en compte que aquestes dues opcions, a banda del bon impacte que tindrien per a l'audiència, també van associades a un cost i que també caldria tenir en compte al pressupost.

## 6. Conclusions

El pòdcast és un format que, actualment, té molt èxit i que ha aconseguit consolidar-se en aquestes dues dècades d'existència. Si bé és cert que hi ha una lleugera reducció en la creació de pòdcasts nous l'any 2023, els que es fan avui dia són de molta qualitat i, sobretot, el que ha ajudat a consolidar el creixement dels últims anys és la diversitat temàtica i de gèneres, la qual cosa, també engrandeix la diversitat de públics que troben allò que els agrada. Potser es redueix el nombre absolut de pòdcasts nous a l'any, però n'augmenten les productores i les distribuïdores lluiten per poder-ne tenir l'exclusiva. Així que, efectivament, es busquen professionals d'aquest àmbit per al disseny i producció d'un pòdcast per a qualsevol intenció comunicativa (informar, entretenir i persuadir), incloent les funcions de redacció d'un bon guió, de locució i de muntatge.

Que l'àudio continuï sent un canal important per a la comunicació no és una moda, partim de l'origen d'explicar-nos històries a la vora del foc, l'única particularitat és que els invents tecnològics dels segles XX i XXI han promocionat que les històries parlades arribin per tot arreu, gràcies a la ràdio (com a mitjà tradicional) i a Internet. Així, doncs, el que veiem avui dia és una gran diversitat de distribució de pòdcasts, on les diferents plataformes persegueixen l'augment dels seus oients. D'aquí que hi hagi algunes plataformes que són molt geloses de permetre la sindicació per RSS, per poder mantenir els oients i per poder segmentar millor els perfils dels públics. Si una productora o altra plataforma de continguts digitals genera el seu propi canal RSS al seu servidor web (allotjant els fitxers), sense dependre de les grans distribuïdores digitals, llavors pot controlar completament la distribució del seu pòdcast, decidint si posa tots els episodis de les diferents temporades o no i, a més, sempre seran accessibles per tothom i arreu. Aquesta condició de llibertat d'accés és la original del podcàsting i que contrasta en aquesta època actual, on observem la "lluita" entre plataformes per abastar el màxim de mercat.

L'experiència de disseny, producció i distribució d'un pòdcast ha estat molt enriquidora, tant a nivell personal com professional. Fer la part de producció ha estat un autèntic laboratori de proves amb els seus errors i encerts. Ha estat molt gratificant veure la llum en moments clau: quan el ritme i el to encaixen amb el que vols comunicar, quan la mescla de post-producció és adequada i en multiplica el resultat, quan la conversa a l'entrevista va per bon camí, entre molts altres exemples, però, també, al veure que tots els conceptes apresos tenen un motiu per fer bé un pòdcast i per fer bona ràdio. El fet de tocar totes les tecles d'una producció d'aquest nivell, m'ha permès veure cada tasca des del seu punt més bàsic fins al més complex, dotant de prestigi a la planificació. Com més planificades són les tasques i processos més rigorós és el resultat i més eficient és el treball per aconseguir aquest resultat. Per poder fer això, són fonamentals: la creació de l'idea i l'estructura, el guió, l'escaleta, el calendari, el pressupost, etc.

La vessant de creixement professional s'entén per l'etapa formativa i acadèmica del TFG (al final del Grau de Comunicació), però la vessant personal, a més, ha servit per una evolució i aprenentatge en qualitats com la sensibilitat, la calma, les pauses i el silenci. Per una persona que "no calla ni sota l'aigua" com jo, aquests són uns aspectes que, segur, em seran molt valuosos per a l'exercici de la professió en el futur. Sé que serà així perquè ja ho he viscut fent l'entrevista d'aquest primer episodi, on vaig veure clar que més val esperar en silenci, encara que el temps corri, perquè segur que la resposta de l'entrevistada continua amb més aclariments pertinents. Sempre hi haurà una oportunitat, més tard, per repreguntar. És per això i com he sentit

i llegit de part de moltes referents (inclús en documentació del grau) i l'últim, el tutor d'aquest TFG: "menys és més". Aquest consell, el qual és un dels que hauré de recordar sempre, no és només útil per la modalitat de conversa sinó que també ho és per a la redacció: cenyir-se a l'enunciat, al que es demana, a allò important. Per tot això, m'han estat molt útils els múltiples consells que he rebut per a la redacció periodística: "la narració cronològica no acostuma a ser amiga de la síntesi, és millor que deixem els ornaments i anem al gra".

Ha estat un encert escollir aquesta modalitat de TFG i, concretament, el format pòdcast. Poder tenir l'oportunitat de plantejar, elaborar i acabar una producció d'aquesta forma i magnitud m'ha servit per poder avançar en la pràctica de la locució, de l'enregistrament i edició d'àudio, de l'exercici periodístic i de la producció en el sector de l'audiovisual. Recomano molt que, si algú dubta en la modalitat, triï per allà on pensi que li agradaria exercir, en un següent pas, després d'acabar el grau. Gràcies a aquest instint, en el meu cas i per obligació a "llençar-me a la piscina", aquesta tardor passada ja he anat perdent una mica més la por al micròfon. Ara em queda el llarg repte de tenir una bona dicció continuada i sense encallaments.

## Referències bibliogràfiques

- Adell, F. [Ferran]. (2014, 16 d'abril). Remediació, multimèdia i hibridació dels mitjans [entrada de blog]. *Fonaments i evolució de la multimèdia*. <http://multimedia.uoc.edu/blogs/fem/remediacio-multimedia-i-hibridacio-dels-mitjans/>
- Amoedo, A. [Avelino]. (13 de juny de 2023). La escucha de pódcast se consolida en España. *DigitalNewsReport.es*. <https://www.digitalnewsreport.es/2023/la-escucha-de-podcast-se-consolida-en-espana/>
- Bufias, G. [Gemma]. (18 de setembre de 2023). L'auge del pódcast corporatiu. *Capçalera*. <https://www.periodistes.cat/capcalera/lauge-del-podcast-corporatiu>
- Control Publicidad. (24 de gener de 2023). El amor a las marcas también entra por el oído. *Control Publicidad*. <https://controlpublicidad.com/medios-publicitarios/elamor-a-las-marcas-tambien-entra-por-el-oido/>
- Fort Ros, C. [Cristina]. (2022, 30 de març). Narrativas transmedia: una conversación con Belén Santa-Olalla y Reyes Massa [episodi de pódcast]. A *Podcast Parenthesis*. UOC. <https://blogs.uoc.edu/comunicacio/es/narrativas-transmedia-una-conversacion-con-belen-santa-olalla-y-reyes-massa-podcast-parenthesis/>
- Gabelas, J. A. [José Antonio], Marta Lazo, C. [Carmen] i Aranda, D. [Dani]. (2012, març). Per què les TRIC i no les TIC. *COMeIN(9)*. <https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/ca/numero09/articulos/Article-Dani-Aranda.html>
- Gallego Pérez, J. I. [J. Ignacio]. (2010). *Podcasting: nuevos modelos de distribución y negocio para los contenidos sonoros*. Editorial UOC.
- Hammersley, B. [Ben]. (12 de febrer de 2004). Audible revolution. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- Horrillo, E. [Elena]. (27 de gener de 2023). Marcas que buscan su voz a través de los 'podcasts'. *El País*. <https://elpais.com/extra/publicidad/2023-01-27/marcas-que-buscan-su-voz-a-traves-de-los-podcasts.html>
- Laluzza Bosch, F. [Ferran]. (2021). *En deu preguntes: guia d'aprenentatge per submergir-se en l'assignatura. Introducció a les relacions públiques* [recurs d'aprenentatge]. Recuperat del Campus de la Universitat Oberta de Catalunya, aula virtual.
- Martín, E. [Elena] i Vicente, E. [Ester]. (2021). *Crea un podcast desde cero* [vídeo] [recurs d'aprenentatge]. Recuperat del Campus de la Universitat Oberta de Catalunya, aula virtual.
- Martínez, P. [Pedro]. (27 de setembre de 2023). El podcast en español sigue imparabile: aumentan las escuchas y los oyentes están más dispuestos a pagar. *iVoox*. <https://www.ivoox.com/blog/observatorio-ivoox-el-podcast-en-espanol-sigue-imparable/>
- MetaData. (24 de juliol de 2023). Els pódcasts en català creixen un 49% durant el 2022. *MetaData*. <https://www.metadata.cat/noticia/3453/podcasts-catala-creixen-49-2022>
- Metrópolis Comunicación. (2023, 13 de febrer). La magia de la voz para comunicarnos [entrada de blog]. *Metrópolis comunicación*. <https://metropoliscom.com/la-magia-de-la-voz-para-comunicarnos/>

- Niqui, C. [Cinto]. (2021). *L'art de fer un podcast o un programa de ràdio atractius* [recurs d'aprenentatge]. Recuperat del Campus de la Universitat Oberta de Catalunya, aula virtual.
- Platero, L. R. [Lucas R.]. (ed.). (2012). *Intersecciones: cuerpos y sexualidades en la encrucijada*. Edicions Bellaterra.
- Ponsa, F. [Francesc]. (18 de juliol de 2023). Pòdcasts que investiguen. *Capçalera*.  
<https://www.periodistes.cat/capcalera/podcasts-que-investiguen>
- Romero, L. [Laura]. (2023). *Passos per crear un pòdcast* [vídeo] [recurs d'aprenentatge]. Recuperat del Campus de la Universitat Oberta de Catalunya, aula virtual.
- Romero Valldecabres, L. [Laura]. (2023). *Disseny i producció d'un pòdcast* [recurs d'aprenentatge]. Recuperat del Campus de la Universitat Oberta de Catalunya, aula virtual.
- Sánchez, N. [Nacho]. (3 de maig de 2023). Los Premios Ondas Globales del Podcast celebran en Málaga el auge del audio. *El País*. <https://elpais.com/television/2023-05-03/los-premios-ondas-globales-del-podcast-celebran-el-auge-del-audio-en-malaga.html>
- Scolari, C. A. [Carlos A.]. (2014, 17 d'abril). Entrevista a Ilse Romero: narrativas transmedia, branding y engagement. *Hipermediaciones*. <https://hipermediaciones.com/2014/04/17/entrevista-a-ilse-romero-narrativas-transmedia-branding-y-engagement/>
- Sellas, T. [Toni] i Llambrich, J. [Jaume]. (2010). El podcasting en catalán. A Asociación Podcast (ed.), *Podcasting, tú tienes la palabra* (p. 101-111). Asociación Podcast.  
<https://asociacionpodcast.es/2014/09/17/libro-colaborativo-de-podcasting-para-kindle-y-otros-ebooks/>
- Sellas, T. [Toni]. (2011, 22 de juliol). El podcàsting independent (o amateur) [entrada de blog]. *Connectant els punts*. <https://connectantelspunts.wordpress.com/2011/07/22/5132/>
- Sellas, T. [Toni]. (2011). *El Podcasting: la (r)evolució sonora*. Editorial UOC.