

***LA CAVERNA DE DEIMOS***  
**REALITZACIÓ D'UN PÒDCAST**  
**DE FICCIÓ NARRATIVA**  
**Modalitat de TFG Projecte Audiovisual**

**Autor: Arnau Bonil Soler**

**Tutor: Cinto Niqui**

**Espinosa**

*14 de gener de 2024, Esplugues de Llobregat*

# 1. ÍNDEX

<b>2. Explicació del TFG en 500 paraules</b> .....	4
<b>3. Paraules clau</b> .....	5
<b>4. Introducció</b> .....	6
<b>5. Fitxa tècnica</b> .....	7
<b>6. Justificació</b> .....	8
<b>7. Objectius</b> .....	9
7.1 Objectiu principals.....	9
7.2 Objectius específics.....	9
<b>8. Context</b> .....	9
8.1 Definició del format pòdcast.....	9
8.2 Consum actual i perfil d'audiències.....	10
8.3 Tipus de podcasts: gèneres i tendències.....	12
8.4 Plataformes de distribució o podcàsting.....	14
8.5 Models de finançament o monetització.....	15
<b>9. Metodologia</b> 17	
9.1 Generar estètica comunicativa del pòdcast.....	17
9.2 Generar Guions i multivers.....	17
9.3 Buscar finançament.....	17
9.4 Aconseguir un equip de producció.....	17
9.5 Aconseguir un equip artístic.....	18
9.6 Generar una estructura comunicativa per al pòdcast.....	18
9.7 Finalitzar preproducció/gravar.....	18
9.8 Postproduir.....	18
9.9 Difondre el pòdcast.....	18
<b>10. Memòria de producció</b> .....	19

10.1	Idea, sinopsi i estructura.....	19
10.2	Equip tècnic i artístic.....	21
10.3	Identitat: nom i logo.....	21
10.4	Anàlisi mercat: competència i referents.....	23
10.5	Anàlisi DAFO.....	25
10.6	Públic objectiu.....	26
10.7	Durada i periodicitat.....	27
10.8	Planificació de la temporada i capítols.....	27
<b>11.</b>	<b>Producció del capítol pilot.....</b>	<b>28</b>
11.1	Contingut, tema i convidats.....	28
11.2	Guió tècnic-literari.....	28
11.3	Escaleta tècnica.....	29
11.4	Mitjans tècnics (hardware i software).....	29
11.5	Sintonies, separadors i efectes sonors.....	29
11.6	Enregistrament i edició.....	30
<b>12.</b>	<b>Distribució i difusió.....</b>	<b>31</b>
12.1	Plataformes de distribució del pòdcast.....	31
12.2	Pla de comunicació (xarxes socials, web o blog).....	32
<b>13.</b>	<b>Pressupost.....</b>	<b>35</b>
13.1	Previsió de despeses i ingressos.....	35
13.2	Vies de finançament i monetització.....	35
<b>14.</b>	<b>Conclusions finals.....</b>	<b>37</b>
<b>15.</b>	<b>Bibliografia i webgrafia.....</b>	<b>39</b>
<b>16.</b>	<b>Annexos.....</b>	<b>41</b>

## 2. RESUM EN 500 PARAULES

(Català)

El meu projecte és un pòdcast de ficció sonora de gènere terror anomenant *La caverna de Deimos*.

La idea darrere d'aquest pòdcast és generar una ficció sonora de capítols autoconclusius. Aquesta parteix d'un capítol "0" en el que s'introduirà a l'oient en un multivers que donarà sentit i cohesionarà la resta de capítols. A partir de diverses referències històriques es genera un univers aparentment veraç sobre el que desenvolupar la resta d'històries.

L'estètica narrativa beu de fonts com la literatura clàssica de terror gòtic, o les sèries distòpiques de l'actualitat, així com de diferents ficcions radiofòniques que considero la base sobre la qual evolucionar aquest projecte.

A través dels 6 capítols que té aquesta història l'oient navegarà per diverses històries que busquen explorar els racons més foscos de la condició humana. Fer que aquest se senti interpel·lat i es preguntí que faria ell en aquestes situacions. Utilitzant mecanismes narratius clàssics i a partir del diàleg com a mecanisme d'avenç de la història, els diferents capítols aniran tractant temes com la por, la traïció, el poder, la confiança, la mort o el patiment.

Durant la conceptualització i recerca de fonts de finançament d'aquest projecte, em va sorgir la possibilitat de traslladar el que fins llavors era només un projecte a una realitat; demanar un finançament públic i començar a construir el pòdcast de forma professional. Per tant, totes les dades que s'aporten en aquest treball són reals i s'extreuen de la mateixa realització de *La Caverna de Deimos*. En el moment d'entrega d'aquest treball, els 6 capítols estaran produïts i penjats a xarxes perquè puguin ser escoltats pels possibles oients.

Per tal de dur a terme aquest projecte s'ha utilitzat un equip multidisciplinari de persones que han aportat el seu gra de sorra en els seus propis àmbits de coneixement, sota la meva coproducció i direcció artística. Aquestes persones són professionals en el seu sector que han invertit el seu temps a canvi d'una remuneració econòmica.

*La Caverna de Deimos* és un projecte, però aspira a ser molt més. Un producte que agradi al públic i que serveixi perquè jo i tota la gent que hi ha participat tingui un aparador on demostrar les seves qualitats davant la indústria.

(Anglès)

My project is a horror sound fiction podcast called *La caverna de Deimos*.

The idea behind this podcast is to generate a sound fiction of self-contained chapters. This starts from a chapter "0" in which the listener will be introduced to a multiverse that will give meaning and cohesion to the rest of the chapters. Based on various historical references, an apparently truthful universe is generated on which to develop the rest of the stories.

The narrative aesthetic draws from sources such as classic gothic horror literature, or current dystopian series, as well as different radio fictions that I consider the basis on which to evolve this project.

Through the 6 chapters of this story, the listener will navigate through several stories that seek to explore the darkest corners of the human condition. Make him feel challenged and wonder what he would do in these situations. Using classic narrative mechanisms and based on dialogue as a mechanism for advancing the story, the different chapters will deal with themes such as fear, betrayal, power, trust, death or suffering.

During the conceptualization and search for sources of funding for this project, the possibility arose for me to transfer what until then was only a project to a reality; apply for public funding and start building the podcast professionally. Therefore, all the data provided in this work are real and are taken from the same realization of *La Caverna de Deimos*. At the time of delivery of this work, the 6 chapters will be produced and uploaded to networks so that they can be heard by potential listeners.

In order to carry out this project, a multidisciplinary team of people has been used who have contributed their grain of sand in their own areas of knowledge, under my co-production and artistic direction. These people are professionals in their sector who have invested their time in exchange for financial remuneration.

*La Caverna de Deimos* is a project, but it aspires to be much more. A product that the public likes and that serves so that I and all the people who participated have a showcase where they can demonstrate their qualities to the industry.

### **3. PARAULES CLAU**

Pòdcast, Ficció, Terror, Distòpia, Deimos, Ficció sonora

## 4. INTRODUCCIÓ

Vaig escollir el grau de comunicació a la UOC amb una clara intenció personal de focalitzar-me cap a la part periodística d'aquest. És allò a què vocacionalment m'agradaria poder-me dedicar i on he començat a fer els primers passos abans d'acabar els estudis. Així i tot, durant aquests anys he descobert molts altres àmbits de la comunicació que m'han interessat, i que he cregut aplicables als meus interessos personals, que he treballat més com una afició que amb una clara intenció de fer-ne la meua professió.

Un d'aquests és l'escriptura creativa. Sempre he estat una persona que ha escrit molt, ficció, no-ficció... Considero que el meu mitjà d'expressió per excel·lència, allà on em sento còmode de veritat, és l'escriptura.

Partint d'aquesta base, he anat reflexionant i donant forma al que vull que sigui el meu TFG. L'àmbit periodístic ja l'estic treballant per altres bandes així que m'ha sorgit la motivació de fer d'aquesta afició que és l'escriptura un projecte més "professional", i aquí és on entra la combinació amb generar un projecte audiovisual.

El meu projecte de treball de final de grau és una producció audiovisual. En concret, un pòdcast radiofònic de ficció, de gènere terror, en català. Vull combinar els elements del pòdcast amb guions originals desenvolupats per mi per tal de crear una ficció dramatitzada de capítols autoconclusius d'entre 30 i 40 minuts de durada. Tots aquests capítols, tot i ser independents, giraran entorn d'una mateixa temàtica, l'exploració de les parts més fosques de la condició humana. Estaran tots emmarcats en un multivers anomenat *La caverna de Deimos*.

Deimos era la representació divina del terror a la Grècia hel·lenística<sup>1</sup>. I la caverna és un símil amb el mite de Plató. Quan unim aquests dos conceptes apareix un espai fantàstic on podem trobar tot el terror que ha viscut la humanitat al llarg de la seva història, dins d'aquest pòdcast, farem un descens a aquesta caverna, i observarem com les persones actuen davant de situacions que les obligaran a deixar a una banda la seva humanitat per prendre decisions impossibles. Busco que l'oient, al final de cada capítol, es planteji: "I jo, que hagués fet?"

---

<sup>1</sup> Deimos según la mitología, todo lo que debes saber.(2022) recuperat de:  
<https://hablemosdemitologias.com/c-mitologia-griega/deimos/>

## 5. FITXA TÈCNICA

- **Títol:** La Caverna de Deimos
- **Direcció:** Arnau Bonil
- **País de producció:** Espanya
- **Any de producció:** 2023
- **Duració:** 1 capítol de 15 minuts i 5 capítols d'entre 30 i 40 minuts.
- **Gènere:** Terror, Thriller distòpic.
- **Plataforma de distribució:** Spotify, iVoox, Podimo, Youtube.
- **Guió:** Arnau Bonil
- **Producció:** Arnau Bonil i Saïm Edicions
- **Repartiment:**
  - Roger Vidal: actor, veu masculina, personatges d'edat més adulta.
  - Alba Aluja: actriu, veu femenina, personatges d'edat més adulta.
  - Clot Fernández: actriu, veu femenina, personatges d'edat més jove.
  - Nico Bassó: actor, veu masculina, personatges d'edat més jove.
- **Tagline:**

“Un descens als inferns de la condició humana”.
- **Logline:**

*La caverna de Deimos* és un pòdcast de ficció sonora de capítols autoconclusius. Les històries es desenvolupen en un univers propi distòpic, en un temps i espai indeterminat. Els protagonistes afrontaran situacions i dilemes límit, que els obligaran a navegar per les parts més fosques de la condició humana.

- **Story line:**

Un cofre evacuat de la Gran Biblioteca d'Alexandria mentre aquesta es consumia en flames. Uns diaris signats per Plató. Una veritat que capgira la forma en la qual entenem la construcció de la seva famosa al·legoria. Un viatge a la desesperada i un descobriment esfereïdor. Una caverna, on Deimos guarda totes les ombres i pors que han existit, que existeixen i que existiran.

A partir d'aquests elements sorgeixen les 6 històries que conformen aquest pòdcast. Totes elles partint de la premissa de voler situar a l'oient davant de situacions límit i complicades que l'obliguin a pensar: i jo, que hagués fet?

- **Públic objectiu:**

El públic objectiu d'aquest projecte són persones de parla catalana interessades en els continguts de pòdcast digital.

## 6. JUSTIFICACIÓ

En l'actualitat, el contingut en pòdcast és un dels productes comunicatius amb més creixement<sup>2</sup>. El consum d'aquests és cada dia més gran i l'oferta no para de créixer. Per tal de generar un producte nou que pugui tenir una acollida dins del mercat cal identificar quins són els nínxols menys explotats.

Si fem una prospecció dins de l'àmbit del pòdcast en català i castellà, trobem que està dominada pels pòdcasts de tertúlia i d'entrevistes<sup>3</sup>, un format que destaca per la seva facilitat de generar-se quant a mitjans necessaris. Si busquem contingut de ficció dramatitzada les referències que podem trobar són *Berícid Sulfúric*<sup>4</sup>, que utilitza el model de capítols autoconclusius i que fa 9 anys que genera contingut, d'una forma molt professional amb una acollida bona. Per altra banda, podem trobar exemples com *La torre de vidre*, produït per Catalunya Ràdio i que va disposar d'un equip amb gran renom al guió i a la interpretació, així com amb una infraestructura i uns mitjans molt més grans. També produïda per la mateixa casa trobem *Mix 97*.

Veient la gran diferència entre la quantitat de contingut en català d'altres formats en comparació amb la ficció dramatitzada, crec que és un espai on encara es pot aportar força a l'hora de generar nous productes comunicatius.

Exemples en l'àmbit espanyol com *El gran apagón* o *El club de Terror* ens mostren que el gènere de terror té una bona acollida dins de l'àmbit radiofònic. Això em fa pensar que el desenvolupament d'aquest projecte és una elecció correcta.

A partir de l'escolta d'aquests productes existents, puc dir que molts d'ells compleixen diversos requisits que m'agradaria incloure dins del meu projecte (en l'apartat de referències es detallen amb més profunditat). Així i tot, crec que puc aportar un producte que mescli aquestes referències, aportant la meua visió personal, i que creï un projecte innovador i amb capacitat d'atraure a un oient amb interès pels continguts de ficció sonora de terror i misteri.

---

<sup>2</sup> The Infinite Dial : <https://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2023/03/The-Infinite-Dial-2023.pdf>

<sup>3</sup> Estado del pòdcast en español.(2022).Observatorio Ivoox. Disponible sota descàrrega a: <https://g25b9wmr.sibpages.com/>

<sup>4</sup> Berícid Sulfúric(s.d) Recuperat de <https://bericidsulfuric.com/>



## 7. OBJECTIUS

### 7.1 Objectiu principal:

- Escriure, produir i difondre el pòdcast de ficció narrativa:  
*La caverna de Deimos.*

### 7.2 Objectius específics:

- Dissenyar una estructura de finançament que permeti dur a terme una primera temporada d'aquest pòdcast.
- Generar una estètica comunicativa pròpia i coherent, que busqui unir i harmonitzar els diferents referents que té aquesta producció afegint idees pròpies.
- Treballar tots els processos de creació amb perspectiva de gènere, aplicar una visió feminista al contingut dels guions, l'organització de l'equip tècnic i artístic i a la campanya de difusió.

## 8. CONTEXT

### 8.1 Definició del format pòdcast.

Un pòdcast és, “L'emissió, o l'arxiu multimèdia, en especial d'àudio, concebuts per a descarregar i reproduir en un ordinador o reproductor portàtil d'àudio”<sup>5</sup>.

Per entendre millor la definició d'aquest terme, podem buscar l'origen d'aquest mot anglès. Toni Sellas, a “*El podcasting: la (R)evolució sonora*”, explica que pòdcast prové de la unió entre la paraula “Ipod”, el famós reproductor musical de l'empresa estatunidenca Apple, i *Broadcasting*, el concepte anglès que fa referència a l'emissió d'informació d'àudio o imatge a través d'ones a multitud de nodes receptors per tal que aquesta pugui ser reproduïda per tots o alguns d'ells. (Sellas, 2011)

La referència a l'ipod prové de la capacitat de traslladar arxius sonors utilitzant el format RSS, que permet compartir arxius al web que es van actualitzant amb freqüència. En el cas del *broadcasting*, aquest pren una nova dimensió a partir del nou mil·lenni amb l'establiment d'Internet com a mitjà principal de comunicació.

Altres etimologies que proposa giren entorn de la paraula anglesa “pod”, traduïda com a càpsula, que exemplifica el format d'aquest producte: una

<sup>5</sup> FundeuRae (2019) pòdcast, adaptació al espanyol. Recuperat de:  
<https://www.fundeu.es/recomendacion/podcast-adaptacion-al-espanol/#:~:text=El%20t%C3%A9mino%20p%C3%B3dcast%20con%20tilde,ordenadores%20o%20en%20reproductores%20port%C3%A1tiles>

càpsula d'àudio a la xarxa que pot ser consumida quan l'oient ho desitgi. Per altra banda, també es planteja la possibilitat que "Pod" sigui la contracció de "Portable on Demand", traduït com a "àudio portàtil sota demanda". Segons Sellas, "El terme pòdcast té una doble dimensió, ja que s'utilitza tant pel contingut com per al continent". (Sellas, 2011; pgs 19-20). Podem parlar d'un pòdcast com el producte resultant de la gravació que es penja a Internet, però també parlem d'un pòdcast com l'espai en el qual es genera aquest producte.

Per tant, a partir d'aquestes referències podem extreure que el pòdcast està estretament lligat a tres factors principals: l'àudio, Internet i un dispositiu portàtil.

Si tornem a Sellas, aglutina tots aquests conceptes per a formular la següent definició: "Un arxiu sonor que podem descarregar d'Internet a partir d'un sistema de subscripció i sincronitzar-lo amb un dispositiu portàtil". (Sellas, 2011; p.21)

## 8.2 Consum actual i perfil d'audiències:

Tal com mostren les dades exposades en l'últim punt, el consum de pòdcast s'està popularitzant cada cop més. Això porta a un augment tant en el nombre de pòdcasts existents, en el nombre d'oients i en la tipologia d'aquests. A Espanya, i segons l'últim estudi de l'Observatori iVoox<sup>6</sup>, "El consum de pòdcast s'ha duplicat en l'últim any. S'ha passat a una mitjana de 9,5 hores setmanals per oient." D'aquest informe podem extreure també diverses dades que mostren l'estructura del públic consumidor en l'actualitat.

- Un 57,6% dels oients són homes, un 42,4% dones.
- La franja d'edat amb més oients és la que comprèn els 45-54 anys amb un 27,04% del total, seguida de la 35-44 amb un 20,50% i la 55-64 amb un 19,41%. La franja amb menys representació és la dels 18-24 amb un 6,63%.
- El perfil majoritari són persones amb estudis universitaris, un 39,5%.
- El perfil majoritari són persones que treballen, un 78,82%.

Amb aquestes dades podem veure una clara tendència a un públic majoritari que s'enquadra en els 35-64 anys, amb estudis universitaris i que actualment té feina.

Si desgranem una mica més les dades de l'estudi, podem veure que el moment preferit del dia per a escoltar pòdcast és al matí (58,44%). Els moments en què més es du a terme aquesta escolta és mentre es fan feines de la llar (50,61%), descansant (36,07%), conduint (33,77%) o treballant (31,54%).

---

<sup>6</sup> Estado del pòdcast en español.(2022).Observatorio Ivoox. Disponible sota descàrrega a: <https://g25b9wmr.sibpages.com>

Amb aquestes dades, podem veure com l'escolta de pòdcast s'ha convertit en una activitat que es duu a terme a la vegada que es fan altres activitats. És, per tant, una evolució d'allò que han estat els seus antecessors com la ràdio. Ocupa el mateix espai i està, en molts casos, substituint aquesta per la seva capacitat de ser escoltat sota demanda.

A més a més, el 71,4% dels enquestats afirmen que porten fent ús del pòdcast des de fa més d'un any. Cosa que mostra una clara tendència que s'ha imposat des de la pandèmia i els successius confinaments a utilitzar aquest producte com a font d'entreteniment.

Pel que fa als pòdcasts més escoltats, podem veure la següent llista, que mostra el cinc més escoltats a les plataformes Spotify, Itunes i Ivoox a 20 de maig de 2023:

Spotify<sup>7</sup>:

- *El podcast de Marian Rojas Estapé*, producció pròpia.
- *The Wild Project* de Jordi Wild, producció pròpia.
- *Nadie Sabe Nada*, d'Andreu Buenafuente i Berto Romero a SER Podcast.
- Controversial sitcom, de Dan Renville, producció pròpia.
- *Estirando el Chicle*, de Carlonia Iglesias i Victoria Martín, a Podimo Podcast.

Itunes<sup>8</sup>:

- *The Wild Project* de Jordi Wild, producció pròpia.
- *El partidazo de la COPE* de Juanma Castaño, a COPE.
- *Nadie Sabe Nada*, d'Andreu Buenafuente i Berto Romero, a SER Podcast.
- *Todo Concostrina*, de Nieves Concostrina, a SER.
- *La Ruina*, de Tomás Fuentes i Ignasi Talavull, producció pròpia.

iVoox<sup>9</sup>:

- *Días extraños*, de Santiago Camacho, a iVoox.
- *Nadie Sabe Nada*, d'Andreu Buenafuente i Berto Romero, a SER Podcast.

<sup>7</sup> Dades extretes del rànking oficial de la plataforma Spotify: <https://podcastcharts.byspotify.com/latam> (20 de maig de 2023)

<sup>8</sup> Dades extretes de "ElCronista": <https://www.cronista.com/espana/pc-movil/ranking-apple-estos-son-los-podcast-mas-populares-en-espana/> (20 de maig de 2023)

<sup>9</sup> Dades extretes del rànking oficial de la plataforma iVoox: <https://www.ivoox.com/blog/los-podcasts-mas-escuchados-en-espana/> (20 de maig de 2023)

- *The Wild Project* de Jordi Wild, producció pròpia.
- *Segunda acepción*, de Miguel Maldonado i Ignatius Farray, a SER Podcast.
- *Por si las voces vuelven*, d'Ángel Martín, producció pròpia.

D'aquesta llista podem extreure que tot i que hi ha una clara intenció per part de mitjans tradicionals i noves empreses a invertir per generar contingut de pòdcast per tal d'extreure benefici d'aquest negoci a l'alta, la producció pròpia segueix molt present. Tornant a l'article de *Wired* (Newitz, 2005), podem veure com la seva hipòtesi sobre que el pòdcast podria democratitzar el contingut d'àudio als mitjans ha resultat certa.

Aquesta afirmació queda recolzada per les dades que aporta iVoox en el seu estudi sobre els nous pòdcasts en espanyol entre l'any 2016 i el 2021<sup>10</sup>

Segons aquest estudi d'una de les majors distribuïdores de pòdcast, l'any 2016 se'n van crear 1.292. L'any 2019 van ser 26.866. El 2020 va suposar l'any de major producció i creixement amb un total de 47.463. Veiem, per tant, que aquest nivell de producció només es pot donar si partim de la premissa que hi ha un gran grup de persones que de forma no professional o sense el suport de grans empreses està generant contingut d'àudio per a ser penjat a la xarxa.

Ara bé, el mateix estudi ens afirma que d'aquest total de pòdcast un terç no supera el primer any d'existència. Entenem, per tant, que tot i que hi ha una gran producció a escala amateur aquesta està molt per sobre de la demanda real de contingut que hi ha.

### 8.3 Tipus de pòdcast, gèneres i tendències:

A l'hora de classificar les diferents tipologies de pòdcast existents, trobem diverses propostes en aquest cas considero important destacar dues que són complementàries entre si.

En primer lloc la classificació que proposa Isaac Baltanàs al seu article "*Descubre 4 tipos de podcasts según el contenido, ¿Cuál es el tuyo?*" en aquest cas, es classifiquen segons el seu contingut en els següents apartats (Baltanàs, 2016):

- Entreteniment: el contingut d'aquest tipus de pòdcast busca que el consumidor passi una bona estona, s'evadeixi i rigui, és a dir, que s'entretengui.
- Informatius: tot i tenir aquest nom, no implica que hagin de ser informatius tradicionals. Podem parlar de pòdcasts informatius a qualsevol producte que tingui com a base donar informació sobre algun

<sup>10</sup> iVoox.(2022) Los nuevos podcast en 2021. a Dircomfidencial. Recuperat de <https://dircomfidencial.com/marketing-digital/2021-creacion-30-600-podcasts-en-espanol-20220322-0>

- tema innovador de forma regular. Actualment tenen una gran aflluència.
- **Formatius:** tot i no estar molt estesos, els pòdcasts formatius tenen un alt nivell d'*engagement*. Són productes amb un consum no molt elevat però amb uns seguidors molt fidels.
- **Persuasius:** aquests busquen inculcar un missatge concret al seu oient. Dins d'aquests podríem trobar diverses modalitats, de caràcter religiós o polític per exemple. Avui en dia segueixen sent escassos.

Si ens centrem en l'estructura del pòdcast, trobem la classificació duta a terme per Ivan Patxi, productor i locutor de pòdcast professional, al seu article "*Que tipos de podcast existen?*" Ens proposa una divisió en 10 formats (Patxi, 2019):

**Grup de conversa:** un dels gèneres més estesos, on un grup de persones parlen sobre un tema determinat amb anterioritat. Aquest es pot dur a terme de forma presencial o virtual, i necessita un nivell de producció baix, per tant, és una opció molt utilitzada per aquelles persones que volen generar un contingut propi amb pocs recursos.

- **Entrevistes:** un altre dels formats per excel·lència del pòdcast. Aquest format demana d'una gran preparació prèvia per tal que funcioni bé.
- **Diari:** un pòdcast diari o *daily* és un format on es presenta un nou producte cada dia, normalment seguint l'actualitat. Aquest demanen un gran nivell d'esforç, però també són els que aconsegueixen més fidelització a partir de la creació de comunitat.
- **Monogràfic:** parlar sobre un sol tema des de diversos recursos i punts de vista. Aquest necessita una gran feina de preparació de guió i investigació.
- **Arts narratives:** dins d'aquesta categoria es poden encabir tots els formats com la declamació poètica, els audiollibres o els contes. En molts casos necessiten una feina de preproducció, producció i postproducció molt gran per a generar un producte que agradi al consumidor.
- **Formatius:** cal una gran preparació i tenir un tema i una estructura clara per tal que un pòdcast d'aquestes característiques tiri endavant. Cal tenir en compte que s'intenta ensenyar només amb el suport auditiu.
- **Resolució de dubtes:** aquest format busca ser una extensió humana dels cercadors d'internet. A partir de la interacció amb el públic es busca donar resposta a aquelles preguntes plantejades.
- **Ficcions sonores:** segons Patxi, alguns dels productes d'aquest format són els que han donat més prestigi al món del pòdcast. Cal una gran feina de construcció de guió, de producció i de muntatge. Aquest format està permetent dotar a la ficció narrativa d'un nou suport sobre el qual ser consumida.
- **Periodístics:** parlem de pòdcasts que presenten reportatges o investigacions sobre una temàtica als consumidors. Dins d'aquest format

hi ha hagut una gran explosió de popularitat en la temàtica del *True Crime*.

#### **8.4 Plataformes de distribució o *podcasting*:**

La creixent oferta i demanda de pòdcast també ha generat un augment dels serveis destinats a agrupar aquests productes sota un model de subscripció que doni suport al creador a partir de les visites. A partir d'una cerca a Internet he seleccionat els següents exemples com als serveis amb més aflluència de subscriptors en l'actualitat:

- iVoox: és una plataforma espanyola molt popular per escoltar i descobrir pòdcasts. Ofereix una àmplia selecció de programes en espanyol, tant de producció independent com d'emissores de ràdio reconegudes. iVoox permet als usuaris subscriure's als seus pòdcasts favorits, descarregar episodis per escoltar sense connexió i explorar contingut en diferents categories, com ara notícies, tecnologia, esports, comèdia, educació, entre d'altres.
- Spotify: és una plataforma de transmissió de música coneguda a escala mundial que també ha incorporat un ampli catàleg de pòdcasts. A Espanya, ha esdevingut una de les opcions més populars per escoltar i descobrir programes, ja que la seva subscripció també dona accés al catàleg musical.
- Apple Podcasts: és la plataforma de pòdcast nativa dels dispositius Apple, com ara l'iPhone i l'iPad. És una de les plataformes més utilitzades a tot el món per escoltar pòdcasts. Ofereix una àmplia selecció de programes en diferents idiomes. Els usuaris poden explorar categories, subscriure's als seus pòdcasts preferits i rebre notificacions sobre nous episodis.
- Google Podcasts: és la plataforma de pòdcast de Google, disponible tant a la web com en aplicacions mòbils per a dispositius Android. Permet als usuaris descobrir i escoltar una àmplia varietat de programes en diferents idiomes, inclòs l'espanyol. Ofereix funcions com ara la possibilitat de subscriure's a pòdcasts, descarregar episodis i rebre recomanacions personalitzades basades en els interessos i preferències dels usuaris.
- Podium Podcast: és una plataforma espanyola especialitzada a produir i distribuir contingut original en forma de pòdcasts. Compte amb una àmplia varietat de programes en diferents gèneres i temàtiques, incloent-hi sèries de ficció, documentals, programes d'entrevistes i més. S'ha destacat per la producció d'alta qualitat i col·laboracions amb reconeguts creadors de contingut. Els usuaris poden accedir als programes a través de la seva plataforma web i aplicacions mòbils.
- Podimo: és una plataforma de pòdcast d'origen danès que també està disponible a Espanya. Ofereix una àmplia varietat de programes en

espanyol, incloent-hi contingut exclusiu i produccions originals. Podimo utilitzar algoritmes de recomanació i aprenentatge automàtic per oferir als usuaris continguts personalitzats basats en els seus interessos. A més, també compta amb funcions interactives que permeten als usuaris interactuar amb els programes i els creadors.

Aquestes plataformes ofereixen diferents característiques i enfocaments per satisfer les preferències i necessitats dels oients de pòdcast a Espanya, proporcionant una àmplia selecció de programes en diversos gèneres i temàtiques.

A més d'aquestes plataformes independents, moltes emissores de ràdio tradicionals a Espanya també han incursionat a l'àmbit del podcasting. Algunes de les principals emissores, com Cadena SER, Onda Cero, COPE, RNE (Ràdio Nacional d'Espanya) o Catalunya Radio, tenen les seves pròpies plataformes on els usuaris poden trobar programes de ràdio gravats, així com contingut exclusiu creat específicament per al format . Aquestes plataformes de pòdcast de les ràdios tradicionals permeten als oients escoltar programes populars de ràdio a demanda i ofereixen contingut addicional exclusiu per al format de pòdcast.

### **8.5 Models de finançament i monetització:**

A la vegada que ha crescut aquest tipus de model comunicatiu també s'han generat noves formes de monetitzar o guanyar diners a partir d'aquests. Iván Tenorio al seu llibre *“Tipos de pòdcast según financiación. Manual del podcaster”* ens mostra una forma de classificar els pòdcasts segons el seu finançament, que explica quines són les fonts generals per aconseguir diners per a elaborar-ne un (Tenorio, 2008):

- Comercials: Els desenvolupen empreses de servei i la seva finalitat és monetitzar. Això es duu a terme a partir de la inserció de publicitat, el conegut com a *branded content*. L'autor preveu que hi haurà un creixement exponencial d'aquest format durant els pròxims anys.
- Governamentals: estan produïts a partir de fons públics. En l'actualitat els governs estan destinant cada cop més partides de pressupost a finançar la creació d'aquests productes. És una bona eina per generar contingut cultural sobre una premissa.
- Municipals: Tot i que no hi ha gaire constància d'aquests, alguns ajuntaments han generat projectes de pòdcast destinats a informar a la ciutadania sobre allò que passa al municipi.
- Culturals o comunitaris: S'ofereixen continguts no programats a emissores. Aquests projectes normalment es financen a partir d'aportacions individuals de la comunitat interessada, quotes de soci o micromecenatge.
- Escolars i universitaris: són el resultat de l'aprenentatge i la prova en taller en diferents disciplines d'estudi. Es financen des dels centres educatius.

- Personals o d'autor: segons Tenorio, aquests són els més abundants. Es financen a partir d'una aportació del mateix creador o de l'entitat associada.
- Miralls: aquesta tipologia sorgeix a partir dels programes que s'emeten a la ràdio convencional i que després es penjen per a poder ser consumits com a pòdcast. La font de finançament correspon a les emissores de ràdios i cadenes que els creen.

Quan parlem de monetització, actualment les diferents plataformes de podcàsting ofereixen formes de monetitzar segons subscripció o visites.

- Segons subscripció: els oients poden subscriure's al pòdcast que els interessa. D'aquesta manera donen suport al creador i aquest rep un percentatge d'aquests diners.
- Segons visites: els oients estan subscrits a la plataforma. El creador rep una monetització segons el nombre de visites que rep el seu producte.

Si retornem a Observatorio iVoox, veiem que la tendència a recolzar amb algun mètode de pagament als creadors de pòdcasts està en augment. Sent la primera raó per la qual els oients gasten diners (61,6%), amb un creixement del 3% respecte a l'any anterior. Segueixen el contingut exclusiu i l'eliminació de publicitat.

Davant d'aquest model de pagament per donar suport al creador, les xifres mostren que el 95% de les subscripcions hi ha un contingut es renoven de forma mensual. A més a més, cada cop més pòdcast es decanten per utilitzar aquest model de difusió a partir d'una plataforma (+3.000).

L'altra forma de generar beneficis que cada vegada està prenent més força és la inserció de publicitat dins del contingut, conegut com a *branded content*. L'any 2021, segons dades del mateix estudi, la inversió per part de marques en publicitat als mitjans digitals a Espanya va ser de més de 4.000 milions d'euros, amb un increment respecte a l'any anterior del 62,6%.

Estudis realitzats als consumidors mostren que més del 60% d'aquests no els suposa una molèstia escoltar anuncis abans de començar el pòdcast (l'anomenat *Roll Up*). En aquesta línia, cada cop són més els oients que consideren que presenten més atenció a una marca si ha estat mencionada en un contingut que segueixen habitualment (54%).

En conclusió, podem veure com cada cop es destinen més diners tant al finançament com a la remuneració dels continguts de pòdcast. Podem assegurar que aquest fenomen seguirà creixent i generant noves estructures de negoci al seu voltant que permetran a la vegada generar més ingressos.

## 9. METODOLOGIA



Per definir la metodologia que seguiré en el meu treball cal desglossar tot el procés de creació del projecte de *La caverna de Deimos* en les diferents tasques que caldrà dur a terme per aconseguir l'objectiu final: produir i distribuir el pòdcast. Per tant, a continuació detallaré quines considero que són les tasques principals i quines necessitats s'extreuen de cada una d'elles. Tot i que en aquest llistat es poden trobar en un ordre cronològic aproximat, no descarto que algunes tasques s'acabin avançant o endarrerint per necessitats del projecte.

### **9.1 Generar estètica comunicativa del pòdcast**

Com qualsevol producte comunicatiu destinat a un públic, aquest projecte necessita una estètica determinada que el doti de personalitat. En el cas d'aquest pòdcast, cal definir la temàtica concreta, com es voldrà estructurar el capítol, quina música s'utilitzarà, quin estil de narració i d'interpretació es buscarà per tal d'aconseguir creant l'ambientació desitjada. Aquesta és una feina creativa i conceptual que ja he començat a desenvolupar a mesura que concretava la idea i que segurament anirà patint canvis a mesura que es vagi construint. Tot i això, considero molt important partir d'una base estètica que condicioni la resta de decisions que cal prendre.

### **9.2 Generar guions i multivers**

Un dels aspectes principals per tal que funcioni aquest projecte és aconseguir uns bons guions i emmarcar-los dins d'un multivers que doni sentit i continuïtat a tots els capítols, d'aquesta manera s'aconseguirà una major continuïtat narrativa en el transcurs del pòdcast.

### **9.3 Buscar finançament**

Per tal de dur a terme el projecte caldrà la participació d'un seguit de persones i la utilització d'un material (en els següents punts s'especifica). Tot això s'haurà de definir si es vol fer utilitzant amics i demanant ajuda de forma altruista, o caldrà disposar d'un pressupost. Per tal de fer-ho més realista i adequant-ho més al que seria una experiència professional real, crec convenient estudiar i definir quines són les principals fonts de finançament (públiques i privades) que puc utilitzar per dur a terme aquest projecte.

### **9.4 Aconseguir un equip de producció**

Tot i que considero imprescindible que participi de forma directa en tots els processos relatius al projecte, és important trobar a persones que puguin ajudar-me a cobrir les meves mancances. És per aquest motiu que buscaré a

un petit equip que m'ajudi amb la producció. Per altra banda, també caldrà aconseguir un material específic per a fer la gravació: micròfons, una gravadora i un ordinador amb Protools o qualsevol altre programa d'edició i postproducció de so de l'estil.

### **9.5 Aconseguir un equip artístic**

També caldrà aconseguir un equip artístic que dugui a terme la interpretació, ja que busquem que tingui una bona qualitat. En aquest cas, caldrà comptar amb un màxim de tres intèrprets, segons les necessitats del capítol. Però es buscarà ajustar el nombre de personatges per tal de no complicar la feina de producció i postproducció, sense sacrificar narrativitat en la història.

### **9.6 Generar una estructura comunicativa per a difusió del pòdcast**

Un cop tinguem el nostre producte caldrà mostrar-lo al món. Al cap i a la fi, aquesta és la finalitat última de qualsevol producte comunicatiu. Per tant, caldrà estudiar quines són les principals vies amb les quals el podem difondre, així com generar perfils a les xarxes socials que mostrin el procés que s'està duent a terme.

### **9.7 Finalitzar preproducció/Gravar**

Les primeres fases de preproducció ja estaran fetes, però caldrà generar documents importants que acompanyin el guió com a tal per tal de poder gravar el pilot (escaleta, guió sonor...). Un cop es tinguin totes aquestes tasques completes podrem passar a la gravació. Serà quan caldrà posar en funcionament tota la infraestructura creada fins al moment per aconseguir, amb eficiència, una gravació que s'ajusti als paràmetres de qualitat que marcaré.

### **9.8 Post produir**

Un cop tinguem els bruts de tota la gravació, incloent-hi no només el mateix capítol sinó les falques i caretes necessàries i que es definiran durant la preproducció com a part de l'estètica comunicativa del pòdcast, caldrà fer una de les tasques que poden implicar més feina: postproducció i muntatge dels capítols. En aquest punt serà de vital importància haver seguit amb cura els passos marcats a l'escaleta i al guió sonor perquè tot tingui coherència i no hi hagi errades de ràcord en el so. Per dur a terme aquesta feina intentaré comptar amb una persona que tingui més experiència en muntatge que jo i em pugui ajudar a donar un millor acabat al pilot.

### **9.9 Difondre el pòdcast**

Per últim, i molt lligat amb els aspectes comunicatius que estudiem al grau,

crec molt important generar un pla comunicatiu on es desenvolupi l'estratègia que se seguirà per a difondre el pòdcast. Aquí caldrà lligar aquest punt amb l'estructura comunicativa ja generada anteriorment. Serà important fer una bona feina de community manager per donar notorietat al producte.

## 10. MEMÒRIA DE PRODUCCIÓ

### 10.1 Idea, sinopsi i estructura

La idea darrere d'aquest pòdcast és generar una ficció sonora de capítols autoconclusius. Aquesta parteix d'un capítol "0" en el que s'introduirà a l'oient en un multivers que donarà sentit i cohesionarà la resta de capítols. Per a fer-ho utilitzaré diverses referències històriques que generin un univers aparentment veraç sobre el que desenvolupar la resta d'històries.

Amb aquest plantejament és on apareix la idea de *La caverna de Deimos*. Utilitzant diversos referents de la mitologia hel·lenística per donar forma a aquest multivers on han passat uns fets que s'han anat traslladant fins a l'actualitat. D'aquesta manera, la línia entre el que és veraç i la ficció es difumina i genera una major atracció cap a l'espectador.

La història comença l'any 400 aC, Sòcrates és condemnat a mort. El seu deixeble, Plató, decideix sortir de viatge per tal de demostrar que les acusacions que pengen sobre el seu mestre són falses. En arribar a les terres de Tràcia, veu un carruatge en flames que travessa el cel. El segueix durant dies, fins a arribar a una cova. En entrar en aquesta cova es troba a Caront, que el guia amb la seva barca fins al fons d'aquesta. Allà hi troba a Deimos, la personificació divina del terror a l'antiga Grècia, fill d'Ares i auriga del seu carruatge de batalla. Plató acompanya a Deimos en el descens d'aquella caverna, cap al foc que s'hi amaga a l'interior. Les ombres que projecta aquell foc li mostren històries passades, presents i futures, històries que mostren el pitjor de la condició humana.

Quan Plató surt d'aquella cova, ha pogut veure tot allò que Deimos, guardià intemporal de la por i el terror que hi ha hagut, hi ha i hi haurà guarda allà dins. Anys després, escriuria el mite de la caverna, però mai revelaria quina havia estat la seva veritable inspiració a l'hora de generar aquesta paràbola clàssica de la filosofia. Aquesta experiència el porta a escriure una sèrie de diaris abans de la seva mort. Aquests diaris passen de mà en mà fins a arribar a la gran biblioteca d'Alexandria, on es guarden amb clau, custodiats pels diferents directors de la biblioteca.

250 anys després, quan Ptolemeu VIII es proclama faraó de la dinastia làgida,

comença la gran purga d'intel·lectuals de la gran biblioteca. Aristarc de Samotràcia, director en aquell moment, ha de fugir a l'illa de Xipre pe salvarla vida. Amb ell s'endú un cofre que conté manuscrits que mai han vist la llum. Un d'ells, un conjunt de diaris firmats amb el nom d'Arístocles d'Egina, conegut pel seu sobrenom: Plató. Els textos queden amagats en aquella petita illa fins que són descoberts a finals del s. XIX. Diversos exploradors decideixen buscar aquest lloc del qual parla Plató.

Paolo Desta, en aquell moment un jove antropòleg, forma part d'una de les expedicions. S'endinsa als Carpats, en una zona on els locals li diuen que millor no hi vagi, i troba una petita entrada a una gruta tapada per un despreniment de roca. No se'n sap res més d'ell, tothom el dona per mort, fins que un dia apareix a les costes septentrionals del Mar Egeu. Ja no parla, i quan torna a casa es reclou fins a la seva mort. Quan aquesta arriba, al seu despatx hi troben una pila de textos explicant històries pertorbadores i horripilants. En aquest pòdcast, hem tingut accés a l'arxiu de Desta i hem fet una selecció d'aquestes històries. Us les portem perquè els oients puguin ser testimonis d'allò que, primer el gran savi Plató, i després el jove Desta, van veure dins la caverna de Deimos.

Com es pot observar en aquesta breu sinopsi del multivers sobre el qual giren les històries, apareixen un seguit de dades històriques que són reals (Plató no era a Atenes quan Sòcrates va ser executat, Ptolemeu VIII va purgar la biblioteca, Aristarc de Samotràcia n'era el director i va fugir a Xipre) juntament amb referències mitològiques que apareixen en textos hel·lenístics (Ares i Deimos provenien de les terres de Tràcia, Deimos vivia en una cova feta amb els cranis de tots aquells que havien mort en batalla...), però es juga a interpretar aquestes dades i transformar-les per tal de generar la narrativa del pòdcast. Considero que això pot ajudar a crear un ambient i una estètica narrativa adequada, ja que la utilització de referents coneguts ajuda l'oient a situar-se i a tenir punts en els quals fixar la seva atenció des d'un principi.

L'estructura que vol seguir aquest pòdcast és generar una primera temporada de 6 capítols. Menys el capítol "0", que posa el context, la resta de capítols seran autoconclusius i independents, de manera que es podran escoltar en qualsevol ordre. Tindran personatges diferents, espais diferents i temporalitats diferents.

Vull generar espais que tinguin una certa atemporalitat i una ubicació geogràfica indeterminada. Crec que el fet de no concretar a on passa cada una de les accions fa que es pugui desenvolupar millor la trama sense tenir en compte aspectes propis d'un lloc concret que poden generar idees preconcebudes a l'oient.

Pel que fa a l'estructura dels guions, la intenció és que aquests funcionin a partir del diàleg i el desenvolupament de la història mitjançant la interacció dels

personatges. Per tant, evitar en la mesura de possible l'aparició de veus narratives en tercera persona que no intervinguin directament a la història.

## 10.2 Equip tècnic i artístic

Per tal de dur a terme aquest projecte, i com ja he comentat anteriorment, necessitaré a un grup de persones que puguin cobrir aquells aspectes en els quals jo no tinc tanta experiència i que, per tant, poden donar un valor afegit al pòdcast. A continuació presento l'equip tècnic i l'equip artístic i explico breument quins papers tindrà cada persona dins de *La Caverna de Deimos*:

- Arnau Bonil: guionista, director artístic del projecte i coproductor
- Tolo Albertí: coproductor
- Oriol Veas: músic compositor
- Pau Vinyoles: Tècnic de gravació, a l'estudi So.cat d'Esplugues de Llobregat
- Judith Andreu: muntatge i grafisme
- Roger Vidal: actor, veu masculina adulta
- Alba Aluja: actriu, veu femenina adulta
- Clot Fernández: actriu, veu femenina jove
- Nico Bassó: actor, veu masculina jove

Es tracta d'un equip multidisciplinari, on cadascú duu a terme una funció imprescindible per a la consecució del projecte i l'èxit d'aquest.

## 10.3 Identitat: nom i logo

Com s'ha explicat a l'apartat anterior, aquest nom sorgeix a partir de l'espai que vertebrava la història i d'on sorgeixen la resta de capítols. Considero que és un nom atractiu que a més evoca a un espai. Aquesta evocació ajuda a crear en l'oient la visió d'aquest pòdcast com un espai propi on van apareixent històries. Vull jugar amb la idea del descens a la caverna, de descendir a les parts més fosques de la condició humana. Aquest descens es pot entendre com un viatge, un viatge en què l'oient ens acompanya al fons d'aquesta caverna per veure allò que hi ha.

Pel que fa al logo del pòdcast, he comptat amb la Judit Andreu, que s'encarrega del muntatge i el grafisme, per tal d'elaborar-lo. En ell hem volgut jugar amb el concepte d'una cova, i un ull, fent una mescla que funcioni i que inspiiri un cert terror, que lligui amb la intenció del pòdcast. La idea base de logo, sobre la qual estem treballant, és la següent:



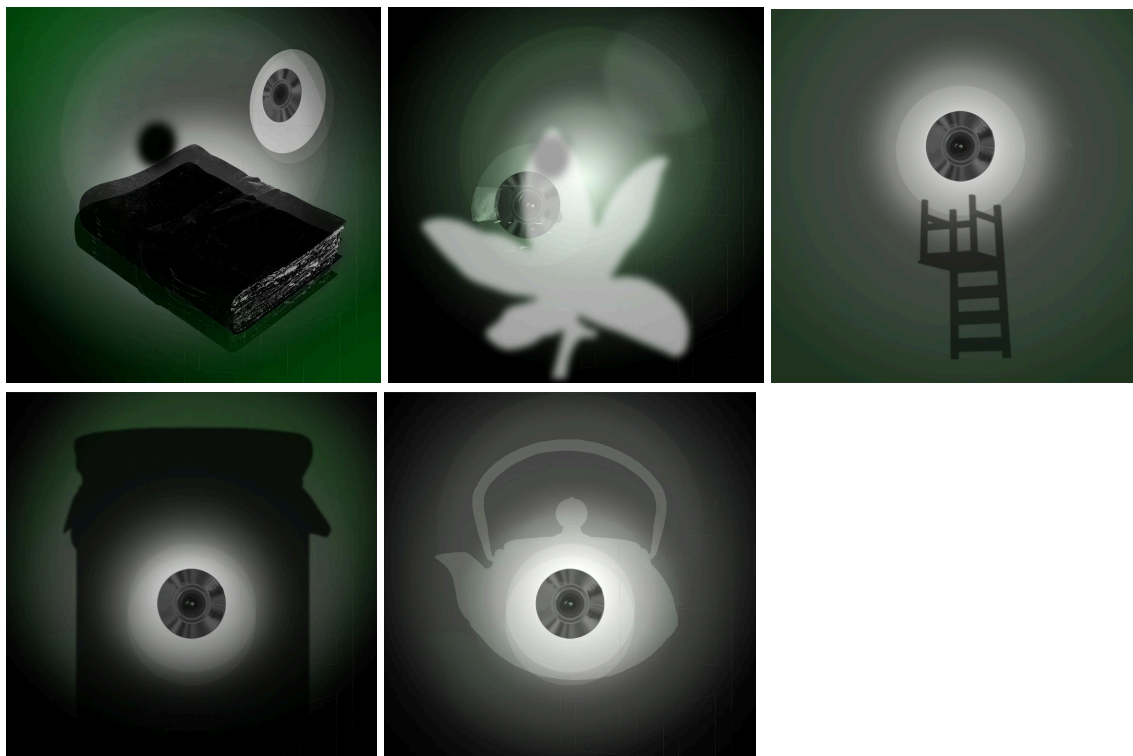
Imatge 1: Idea inicial del logotip. Font: autoria pròpia

Després de provar amb diverses textures per donar-li més personalitat, i de buscar la font que ens convencés més. Vam optar per la proposta següent per tal de deixar tancat el logotip del projecte.



Imatge 2: Logotip final La Caverna de Deimos. Font: autoria pròpia

A més a més, també va sorgir la idea de desenvolupar un petit logotip per a cada un dels capítols, que li doni una personalitat especial a partir d'algun dels elements que apareixen a la narració. Aquests són els següents:



De dalt a baix, i d'esquerra a dreta, Imatge 3: Revolució; Imatge 4: La Casa de les Moires; Imatge 5: El Joc de la Cadira; Imatge 6: Un cabdell de la memòria; Imatge 7: L'amagatall. Font: Autoria pròpia.

#### 10.4 Anàlisi de mercat: competència i referents:

En l'actualitat, el panorama a escala nacional pel que fa a ficcions sonores està en constant creixement. Dins d'aquest gènere, el terror i el misteri és un dels que encapçalen les llistes d'escoltes. Veiem com el ressorgiment d'aquest gènere està atraient cada vegada més oients i a més professionals a participar-hi. Alguns dels principals exponents del gènere de ficció sonora de terror i misteri, dels quals prenc referències directes a l'hora de dissenyar el meu projecte de pòdcast, són els següents:

##### En l'àmbit castellanoparlant:

- *Terrores nocturnos*<sup>11</sup>: en el cas d'aquest pòdcast, tot i utilitzar una figura narrativa que explica la història, concorda pel que fa a la temàtica i a l'autoconclusivitat dels capítols. Considero que, a més a més, la seva producció és bastant elaborada i ressalta molt l'estètica sonora del pòdcast.

<sup>11</sup> Podcastyradios.es (2023) Terrores nocturnos. Recuperat de <https://www.podcastyradio.es/podcast/terrores-nocturnos/>

- *El gran apagón*<sup>12</sup>: aquest és un dels casos que considero s'apropen més a la tipologia i estètica que vull donar al meu producte. Un guió sòlid amb una bona producció i una interpretació que s'allunya dels elements molt teatralitzats.
- *El club del terror*<sup>13</sup>: aquesta producció lliga molt amb el projecte de "La caverna de Deimos" en un aspecte estructural i temàtic. Capítols curts, amb una temàtica molt semblant i auton conclusius.

### En l'àmbit catalanoparlant:

- *Bericid sulfúric*<sup>14</sup>: nascut l'any 2014, aquest pòdcast de producció pròpia compta amb una llarga i regular trajectòria que el converteix en un dels màxims exponents del gènere al territori. Dins de la seva producció destaco i utilitzo com a referència l'estructura de guions i el fet que aquests siguin majoritàriament autoconclusius.
- *La torre de vidre*<sup>15</sup>: Una producció de Catalunya Ràdio que ha triomfat dins l'escena de la ficció sonora. Disposa d'un equip artístic de primer nivell. Amb una producció molt acurada, mostra el que es pot arribar a fer dins d'aquest gènere si es tenen els recursos adequats. Agafo com a referència la qualitat de producció i sonorització dels seus capítols. També cal destacar el guió d'Albert Sánchez Pinyol que mostra un treball impecable.
- *Mix 97*<sup>16</sup>: un pòdcast també de Catalunya Ràdio que mostra un nivell interpretatiu molt realista que considero s'apropa el màxim a allò que m'agradaria aconseguir al meu projecte.

A més a més dels referents dins del mateix gènere que he exposat anteriorment, considero important destacar altres productes literaris o audiovisuals que també entren dins el marc de referència sota el que vull construir el meu projecte:

- *Black Mirror*<sup>17</sup>: La sèrie creada per Charlie Brooker és un referent pel que fa al gènere distòpic de capítols autoconclusius. Els seus capítols i la temàtica que treballen em serveixen de gran referència a l'hora de crear el meu pòdcast. El terror i suspens psicològic, l'atemporalitat i la

<sup>12</sup> PodiumPodcast (2018) El gran apagón. Recuperat de <https://www.podiumpodcast.com/podcasts/el-gran-apagon-podium-os/>

<sup>13</sup> Podium Podcast (2022) El club del Terror. Recuperat de <https://www.podiumpodcast.com/podcasts/el-club-del-terror-podium-os>

<sup>14</sup> Bericid Sulfúric(s.d) Recuperat de <https://bericidsulfuric.com/>

<sup>15</sup> CCMA (2021) La torre de vidre. Recuperat de <https://www.ccma.cat/catradio/la-torre-de-vidre/>

<sup>16</sup> CCMA (2022) Mix97. Recuperat de <https://www.ccma.cat/catradio/mix-97/>

<sup>17</sup> Greig, J (2023) Has the world become too dystopian for Black Mirror? DAZED. Recuperat de <https://www.dazeddigital.com/film-tv/article/59740/1/is-the-world-now-too-dystopian-for-black-mirror-sixth-season-charlie-brooker>



distopia són tres elements que vull que hi siguin molt presents. Una referència clara és el capítol 5 de la primera temporada anomenat *Oso Blanco*.

- *Utopia*<sup>18</sup>: una sèrie creada per Chanel4 a Regne Unit que gira entorn d'una societat secreta i un grup de persones que volen desemmascarar allò que amaguen. D'aquesta sèrie, tot i ser una producció audiovisual, em serveix com a referents l'estètica que s'utilitza. Els diàlegs i el treball que es fa del silenci per tal de generar tensió em sembla un acostament que m'agradaria poder aconseguir en el meu pòdcast.
- *Love, death and Robots*<sup>19</sup>: La sèrie de Netflix fa quan volta al concepte dels capítols autoconclusius utilitzant no només històries diferents sinó que animant-les amb diversos estils. Alguns dels seus guions són un bon exemple d'allò que m'agradaria aconseguir.
- *Edgar Allan Poe*<sup>20</sup>: aquest escriptor i els seus contes han estat per mi un dels grans referents de la literatura de terror. La seva ambientació i descripció són un dels camins que vull explorar dins d'aquest projecte.
- *Mitologia grega*: com a gran aficionat a la mitologia i la història antiga, vull que aquestes històries comptin amb diverses referències a aquest món. No només en el seu capítol zero, sinó de forma més subtil durant la resta de capítols, fet que faci que guanyin encara més cohesió.

## 10.5 Anàlisi DAFO

### Origen intern

- **Fortaleses:**
  - És un producte original i que no segueix la línia majoritària dels pòdcasts actuals, per tant, té lloc en un mercat molt carregat.
  - S'ha treballat molt l'aspecte formal per tal que sigui un producte amb un alt nivell de confecció i presentació, d'aquesta manera es pot aconseguir un major reconeixement per part dels oients.
  - Disposo d'un equip professional, que són persones qualificades en els seus camps i que treballen al màxim nivell.

<sup>18</sup> Sensacine (s.d) Utopia. Recuperat de <https://www.sensacine.com/series/serie-11346/>

<sup>19</sup> Radulovic, P (2022) Breaking down Love, Death and Robots. Recuperat de <https://www.polygon.com/23132611/love-death-robots-season-3-review-shorts-breakdown>

<sup>20</sup> Warley, J (2015) Edgar Allan Poe, el inventor del miedo. EDUC.AR. Recuperat de [https://cdn.educ.ar/dinamico/UnidadHtml\\_get\\_eb19ccc2-9801-461e-bccd-56a082834110/91494/91494/data/efbd468-7a07-11e1-820b-ed15e3c494af/index.html](https://cdn.educ.ar/dinamico/UnidadHtml_get_eb19ccc2-9801-461e-bccd-56a082834110/91494/91494/data/efbd468-7a07-11e1-820b-ed15e3c494af/index.html)

- **Febleses:**

- La majoria dels membres de l'equip, incloent-me a mi, som novells en l'elaboració d'aquest tipus de material audiovisual.
- En ser un producte en llengua catalana es veu molt reduït el volum d'audiència que hi podrà accedir, fen que l'impacte que pugui tenir sigui molt menor que si, per exemple, fos en castellà.
- Hi ha una dificultat evident en trobar finançament per a projectes culturals en l'actualitat. Això obliga a justar molt els pressupostos i, en alguns casos, a no poder disposar dels mitjans necessaris per a poder fer tot allò que es vol.

**Origen extern**

- **Amenaces:**

- La quantitat de pòdcasts que es fan en l'actualitat fan complicat que un producte despunti per sobre dels altres. Això pot portar al fet que, sense la difusió necessària, i si no tens una mica de sort, el teu producte acabi dissolt en el gran mar de material audiovisual a la carta actual.
- En ser un gènere que encara no està gaire instaurat, trobar finançament i vies de distribució que el facin arribar a un públic general pot ser complicat.

- **Oportunitats:**

- Tot i que en l'actualitat sigui complicat produir i distribuir un material com aquest, els serveis de distribució i els organismes públics cada cop estan apostant més per la ficció als pòdcasts, oferint finançament i facilitats de distribució.
- Al no haver-hi tant de material disponible pel que fa a pòdcast de ficció en comparació amb altres gèneres, genera més espai de mercat.

**10.6 Públic objectiu:**

A partir dels estudis d'audiències mencionats en l'anàlisi de mercat, podem acotar aquesta audiència en els següents paràmetres:

- Persones d'entre 24 i 60 anys.

- Amb una major tendència entre la població amb estudis superiors.
- De parla catalana.
- Que ja siguin consumidors de pòdcasts.
- Interessats en relats de ficció i d'altres productes similars.
- Interessats en el gènere del terror psicològic, thriller, distòpic.

### 10.7 Durada i periodicitat:

La primera temporada d'aquest pòdcast conté 6 capítols. Aquests tindran una durada aproximada de 15 minuts el capítol que serveix de pròleg i d'entre 30 i 40 minuts els altres cinc. Es planteja distribuir tots els capítols a la vegada, de manera que l'oient els pugui consumir en l'ordre que vulgui i quan vulgui, sense haver d'esperar al fet que en surti un de nou per seguir amb el pòdcast.

### 10.8 Planificació capítols i temporada:

La primera temporada està formada per 6 capítols, que són els següents:

- *El mite de la caverna*: capítol "0", que explica l'univers que emmarca la resta de capítols i serveix d'entrada al món de *La caverna de Deimos*.
- *El joc de la cadira*: l'Elba entra en una habitació, allà hi troba un home, l'Òscar, assegut en una cadira elèctrica, que li explica les normes d'un joc pertorbador. Ella haurà de decidir que fer a contrarellotge. **(Aquest és el capítol pilot)**
- *L'amagatall*: quatre desconeguts es troben dins d'una cova enmig d'una persecució. Caldrà que busquin una forma de sortir d'una mort segura, encara que això impliqui trair-se entre si. A més, a fora els espera un perill que no imaginem, i res és el que sembla.
- *Un cabdell de la memòria*: l'Aletia i la Lara arriben a una ciutat en ruïnes, fa un any que la invasió d'unes bèsties va arrasar el planeta. Segueixen juntes, però els records del que va passar les persegueixen, i amaguen secrets molt difícils de digerir.
- *Revolució*: en una ciutat on les castes són l'ordre social i establert, esclata una revolta, esperonada pels qui es fan dir "ciudadans lliures". L'Aurus, cap del consell de la ciutat, i el seu fill Ores, un noi malcriat, hauran de desplaçar-se fins als barris més marginals per conèixer a la líder d'aquesta revolució. Una reflexió sobre el poder on el passat i els vincles de sang marquen un final inesperat.
- *La Casa de les Moires*: la Malia és comprada com a esclava. En arribar a la casa on haurà de servir, es troba en una situació inesperada, que la porta a forjar aliances basades en la confiança cega. El seu passat li ha ensenyat a desconfiar de tot i de tothom, però un cop més, vol ser lliure pot ser la seva perdició.

## 11. PRODUCCIÓ DEL CAPÍTOL PILOT

### 11.1 Contingut, tema i convidats:

#### Fitxa tècnica del capítol:

- Títol: *El joc de la cadira*
- Durada: 28:50 minuts
- Direcció: Arnau Bonil
- Producció: Arnau Bonil i Tolo Albertí
- Personatges: Elba, interpretada per Clot Fernández i Òscar, interpretat per Roger Vidal.
- Guió: Arnau Bonil

#### Sinopsis:

L'Elba arriba a una casa. Una carta li diu que allà hi trobarà un benefactor que la pot ajudar amb els seus problemes econòmics. Quan hi entra, es troba en una sala tancada. Enmig, només un home, l'Òscar, assegut en una cadira elèctrica.

Després d'entrar en pànic, entén que l'única forma de sortir d'allà implica fer cas a l'estrany home de l'habitació. Quan comença a parlar amb ell descobreix que també havia rebut aquella carta, i de la mateixa manera altres abans que ells. L'Òscar li explica que el que està passant és un joc macabre que algú ha creat, i que ells són uns dels molts participants que hi ha hagut.

Les normes són senzilles. La porta no s'obrirà fins que l'Elba pitgi un dels dos botons. El primer alliberarà a l'Òscar, quan això passi, l'Elba haurà de seure a la cadira, i aquesta s'activarà. Un cop l'Elba sigui morta, el joc s'acabarà, ningú més haurà de morir, ningú més rebrà la carta. L'altre botó matarà a l'Òscar. Quan això passi, si l'Elba vol sortir, haurà de seure a la cadira i esperar al següent participant, i intentar convèncer-lo perquè es canviï per ella i acabi el joc.

L'Elba sap que l'Òscar ha pres la segona opció, ha decidit matar, i ara, si vol acabar el joc, ella ha de morir també. A través d'un llarg diàleg ella anirà valorant les diverses opcions fins a prendre una decisió final, que l'obligarà a afrontar les conseqüències.

### 11.2 Guió literari:

El guió és original i desenvolupat per mi. Per a aquest capítol he adaptat un text que vaig escriure l'any 2022 i que em va semblar que podia encaixar en el contingut del projecte. Per a fer-ho he utilitzat la tipologia de guió anomenada "americana".

En el següent document annex (Annex 1) podeu accedir al guió literari del capítol pilot:

 **ANNEX 1: GUIÓ EL JOC DE LA CADIRA.docx**

### 11.3 Escaleta tècnica:

L'escaleta tècnica, juntament amb el guió literari, han estat els documents base des dels quals ha treballat l'equip tècnic i de producció per al muntatge dels capítols. Aquests documents han permet poder treballar de forma asíncrona i no presencial sense que hi hagués problemes de comunicació.

En el següent document annex (Annex 2) podeu accedir a l'escaleta tècnica del capítol pilot:

## ANNEX 2: ESCALETA TÈCNICA EL JOC DE LA CADIRA

### 11.4 Mitjans tècnics (hardware i software)

Els diferents equips tècnics que s'han utilitzat per a l'enregistrament i edició del pòdcast són:

- Els equips de l'estudi So.cat, d'Esplugues de Llobregat, que compta amb:
  - MacBook Air Pro com a ordinador, amb monitors Sony
  - ProTools com a programa d'enregistrament i edició.
  - 3 micròfons AKG C414 XLII
  - 3 auriculars Senheisser
  - Targeta de so Lynx Aurora 16 TB3
  - Tractament acústic.
  
- Els equips de l'estudi Urigami, que compta amb:
  - Ordinador HP Omen amb monitor Sony.
  - Ableton com a programa d'enregistrament i edició.
  - Micròfon Edge Solo d'Antelope
  - Targeta de so Antelope
  - Teclat Casio.
  
- L'estudi de la Judit Andreu, que compta amb:
  - MacBook Air Pro, amb monitors Panasonic.
  - Protools com a programa d'edició.
- 

Per al treball d'enviament i organització dels arxius hem utilitzat tant Google Drive com WeTransfer.

### 11.5 Sintonies, separadors i efectes sonors.

La sintonia principal del pòdcast ha estat composta per l'Oriol Veas, membre de l'equip que des del seu estudi *Urigami* ha creat tant aquesta com tota la banda

sonora que apareix durant els capítols. D'aquesta manera m'he pogut assegurar de què la música encaixi a la perfecció amb la narració i reforci el caràcter d'aquesta. L'Alba Aluja, una de les actrius que dona veu als personatges del projecte, també ha gravat les entradetes i títols.

En la següent carpeta annexa (Annex 3), podeu trobar-hi les sintonies, entradetes i títols:

### ▣ ANNEX 3: SINTONIES DEIMOS

Pel que fa als efectes sonors, les persones encarregades del disseny d'aquests, Judit Andreu i Oriol Veas, han utilitzat principalment el banc de sons Splice o bé han fet elles mateixes la composició dels diferents folleys, gravant-los dins del seu estudi.

## 11.6 Enregistrament i edició.

L'enregistrament del capítol es va dur a terme a l'estudi So.cat d'Esplugues de Llobregat, de la mà de Pau Vinyoles. Es van enregistrar els 6 capítols que conformen el projecte en un període de 3 dies.

L'edició d'aquest projecte es va dur a terme en un període de 32 dies a partir de la data de finalització de l'enregistrament. Per tal de dur a terme aquesta edició vaig establir un sistema de treball en cadena en el qual els diferents membres de l'equip anaven rebent, treballant i passant informació simultàniament. Com a director i productor vaig estar present en tot el procés de postproducció, sigui de forma presencial o fent un retorn de les propostes que cada membre m'enviava. A continuació detallo la forma de treball:

**1r pas - Neteja de l'enregistrament:** Un cop acabats els enregistraments, i encara a l'estudi So.cat. El Pau i l'equip de producció agafem els bruts i eliminem totes aquelles parts que han estat repeticions, errades dels actors i actrius, o canvis interpretatius que s'han demanat des de la direcció. Per tal d'aconseguir un únic fitxer amb totes les veus bones seguides en una mateixa pista per a cada una.

**2n pas - Muntatge i folleys:** Aquest fitxer amb les veus es passa a la Judit Andreu, qui fa una primera proposta en la qual neteja els espais entre veus per adequar-ho al ritme del capítol, i afegeix els sons que s'indiquen als guions. Aquest aspecte es treballa de forma telemàtica, ja que aquesta membre de l'equip viu lluny d'on jo visc. Es fa una primera entrega i una contraproposta indicant el minutatge i els canvis desitjats. La Judit o torna a ajustar i ho envia per al següent pas.

**3r pas - Banda sonora:** L'arxiu muntat i amb els efectes de so i folleys passa a l'Oriol Veas, que compon la banda sonora per al capítol. Per tal de fer aquest procés més àgil abans que l'arxiu arribi a ell fem algunes sessions de treball del guió literari per detectar punts d'inflexió, moments de tensió i motius concrets per als personatges, i d'aquesta manera facilitar la feina al compositor. Un cop la banda sonora del capítol està composta fem una sessió d'escolta en la qual s'acaba de polir. Abans de passar a l'últim pas, l'Oriol fa una primera mescla en la qual equilibra volums i agrupa les pistes per a deixar l'arxiu més llegible.

**4t pas - Mescla i màster:** l'arxiu torna a l'estudi So.cat, on el Pau, juntament

amb l'equip de producció, fa la mescla. Primer es du a terme el tractament de veu, en el qual es creen espais sonors per a cada una de les veus del capítol, després s'acaben de modificar els volums i s'accentuen o suprimeixen alguns elements que no acabin de convèncer fins a tenir el producte final llest. Finalment, s'apliquen compressors i portes de decibels a cada pista per a fer el màster.

Després d'aquest últim pas, obtenim l'arxiu .wav i .mp3 final del capítol, llest per a ser distribuït.

En el següent enllaç annex (Annex 4) podeu escoltar el capítol pilot, titulat "El Joc de la Cadira" (recomanable escoltar amb auriculars):

### ■ ANNEX 4: CAPÍTOL PILOT "EL JOC DE LA CADIRA".mp3

## 12. DISTRIBUCIÓ I DIFUSIÓ

### 12.1 Plataformes de distribució del pòdcast.

Per tal de distribuir aquest pòdcast, he triat 4 plataformes principalment, a continuació llisto quines són i els motius principals pels quals les he triat:

- Spotify: aquesta plataforma està molt estesa entre el públic i és d'accés general inclús per a les persones que no són aficionades als pòdcasts. A més a més, la seva eina *Spotify for Podcasters* (Abans coneguda com a *Anchor*) permet carregar i utilitzar de host els seus servidors i ofereix un sistema de visualització de mètriques molt complet que ajuda a fer un seguiment de l'evolució en l'audiència del pòdcast.
- iVoox: aquesta plataforma és una de les de major creixement en l'actualitat, a més, també ofereix un sistema de hosting excel·lent que cobreix totes aquelles plataformes que no cobreix Spotify. En ser una plataforma dedicada exclusivament a pòdcast, ofereix serveis de subscripcions i suport al creador que poden servir com a font d'ingressos.
- Podimo: l'altra gran plataforma només dedicada als pòdcasts i que, com a tal, ofereix bastants avantatges en matèria de subscripcions i fonts d'ingressos. Per aquest motiu, i ja que un cop el pòdcast està penjat a iVoox, només calen uns minuts per tenir-lo a Podimo, crec que és una molt bona opció per a sumar ingressos complementaris.
- Youtube: per últim, hi ha un públic que segueix utilitzant Youtube com a gran font de contingut audiovisual a Internet. Pujar-hi contingut és senzill i, per tant, considero que és una bona opció per arribar a aquelles persones que estan en aquest nínxol.

Totes les plataformes que he triat per a penjar-hi contingut no necessiten cap mena de despesa econòmica per a pujar-hi el teu material. Això em sembla una cosa a tenir en compte, ja que davant d'un projecte nou i produït de forma independent i sense una gran infraestructura de difusió i publicitat, cal escurçar algunes despeses.

A continuació afegeixo els enllaços a les diferents plataformes d'escolta on està penjat el pòdcast:

- Spotify: [La Caverna de Deimos - Spotify](#)
- iVoox: [La Caverna de Deimos - iVoox](#)
- Podimo: [La Caverna de Deimos - Podimo](#)
- Youtube: [La Caverna de Deimos - YouTube](#)

## 12. 2 Pla de comunicació (xarxes socials, web o blog).

Per a la gravació i muntatge del material que posteriorment he utilitzat per al pla de comunicació he fet servir:

- Una càmera Sony a7 II.
- Una òptica Samyang 35 mm f.2.8
- Un iPhone 13 Pro i un Oppo Reno 8 Lite.
- Els programes d'edició de vídeo ShotCut i Canva.
- El programa d'edició d'àudio Audacity.
- El programa d'edició de foto LightRoom.

El pla de comunicació per a aquest pòdcast és el següent, desglossat a partir del dia que comença la campanya de difusió (4 de desembre), la idea és que aquest duri 3 setmanes aproximadament, fins al llançament del projecte (abans que acabi l'any):

### Setmana 1: Preparant el Terreny

#### Dia 1: Anunci del Projecte

Publicació a Instagram

- Imatge teaser del projecte amb el logotip i un breu text intrigant.
- Hashtags: #LaCavernadeDeimos #Podcast #FiccióSonora

#### Dia 3: Presentació de l'equip

Publicació a Instagram

- Collage d'imatges dels integrants de l'equip amb descripcions breus.
- Breu teaser de l'entrevista amb el director.
- Hashtags: #Equip #DarrereDeLasCámaras #Podcasters

#### Dia 5: Desvelar la Sintonia

Publicació a Instagram

- Breu fragment de la sintonia original del pòdcast.
- Preguntar a l'audiència quines emocions els evoca.
- Hashtags: #MúsicaOriginal #Sintonia #PodcastTeaser



## **Setmana 2: Creant Expectació**

### **Dia 8: Entrevistes**

Publicació a Instagram

- Extractes de l'entrevista en vídeo.
- Hashtags: #Guionista #DarrereDelMicròfon #Entrevista

### **Dia 10: Darrere d'Escena - Producció de So**

Publicació a Instagram

- Imatges de l'estudi de so i el procés de postproducció.
- Breu vídeo del tècnic de so explicant el seu treball.
- Hashtags: #ProduccióDeSo #DarrereDeEscena #PodcastLife

### **Dia 12: Enquesta de Gènere Favorit**

Publicació a Instagram

- Preguntar a l'audiència quin és el gènere favorit entre misteri, terror, thriller, etc.
- Convidar a compartir les vostres expectatives per al pòdcast.
- Hashtags: #Enquesta #GènereFavorit #Expectatives

## **Setmana 3: Últims Preparatius**

### **Dia 15: Avanç del Primer Capítol**

Publicació a Instagram

- Breu descripció sense spoilers del primer capítol.
- Menció del dia i hora de llançament.
- Hashtags: #Avanç #PrimerCapítol #EstrenaPròxim

### **Dia 17: Revelació de la Sintonia Completa**

Publicació a Instagram

- Llançament complet de la sintonia.
- Preguntar a l'audiència com els fa sentir.
- Hashtags: #SintoniaCompleta #MúsicaOriginal #PodcastTeaser

### **Dia 19: Compte enrere final**

## Publicació a Instagram

- Recordatori del dia i hora de llançament.
- Animar l'audiència a subscriure's per no perdre's l'estrena.
- Hashtags: #Countdown #EstrenaInminent #Subscriu-te

## **Dia 21:** Llançament Oficial

### Publicació a totes les plataformes

- Publicació simultània a Instagram i Twitter anunciant el llançament.
- Agraïment a l'audiència pel suport.
- Hashtags: #LlançamentOficial #Estrena #LaCavernaDeDeimos

A més a més, aniré compartint històries del desenvolupament del projecte i de les parts que ja s'han fet en fals directe (per exemple, històries durant la gravació com si estiguéssim duent-la a terme en aquell moment).

Totes les publicacions del pla de comunicació es poden trobar en la següent carpeta annexa (Annex 5):

## **ANNEX 5: PLA DE COMUNICACIÓ**

Es pot accedir a l'Instagram del projecte, on es pot veure el pla de comunicació implementat, a partir del següent enllaç o el següent codi QR:

### [INSTAGRAM - LA CAVERNA DE DEIMOS](#)



Imatge 8: QR La Caverna de Deimos. Font: Instagram

## 13. PRESSUPOST

### 13.1 Previsió de despeses i ingressos:

La previsió de despeses i ingressos es fa d'acord amb dos elements, per una banda, els honoraris acordats amb els diferents membres de l'equip per tal que duguin a terme la seva feina dins del projecte. Per altra, la previsió d'ingressos es fa tenint en compte els diners que s'han aconseguit en la subvenció de l'IEC i que cobreix una gran part del pressupost. La part que no està coberta per aquesta subvenció l'he assumit de la meua butxaca.

A continuació podeu accedir al full de càlcul annex (Annex 6) on hi ha un desglossament de les diferents partides:

### ANNEX 6: PRESSUPOST LA CAVERNA DE DEIMOS

### 13.2 Vies de finançament i monetització:

En l'actualitat, la via més gran de finançament que contemplo, és la subvenció per a la creació de pòdcasts en català i occità de la Generalitat de Catalunya. Es tracta d'una subvenció pública que s'adequa molt a les necessitats d'ingrés que tinc per tal de tirar endavant el projecte.

En concret, i arran de començar a pensar en aquest projecte, vaig dur a terme tots els procediments per a demanar-ne una, i se'm va concedir. En aquest punt, per tant, estic treballant sobre diners reals, que se m'han concedit des de la Generalitat, i amb els quals penso desenvolupar aquesta temporada del pòdcast. La quantia total han estat 2.355 euros.

Per tant, aquest projecte ja es troba en gran part finançat. Els diners que em falten per cobrir totes les partides de despesa s'assumeixen a mitges entre jo i Saïm Edicions, l'editorial del meu coproductor, Tolo Albertí, que a canvi de coproduir aquest projecte també ha cedit una part de la seva infraestructura i contactes en aquest món, ja que té experiència prèvia en la creació de pòdcasts.

Per altra banda, i parlant de la monetització, així com de les formes de crear un pla de sostenibilitat econòmica que ens permeti generar ingressos a partir del llançament d'aquest pòdcast, considero que hi ha 3 possibles vies de finançament:

- Venda del projecte: Aquesta primera via de finançament es basaria en la venda del projecte a alguna productora o distribuïdora que volgués afegir-la al seu catàleg de forma exclusiva a canvi d'una compensació econòmica. Per tal de dur aquesta via a terme caldrà contactar amb diferents empreses o corporacions que es dediquin al món de l'audiovisual i el pòdcast i que puguin estar interessades a adquirir aquest producte.
- En segon lloc, podem utilitzar les mateixes vies de monetització de les plataformes en les quals hem penjat el pòdcast. La gran problemàtica que

veig en aquest cas és la necessitat d'aconseguir un nombre elevat de visualitzacions abans de començar a generar ingressos, i que els ingressos que es generen per escolta o per subscripció no són gaire elevats. De totes maneres, aquesta via queda oberta perquè, mitjançant la campanya de comunicació i fent una bona feina de difusió, pugui anar fent els números necessaris per a començar a monetitzar.

- Per últim, hi trobem el micromecenatge. Aquesta via me la vaig plantejar a l'hora d'iniciar el projecte, però vaig pensar que demanar diners a mecenes sense tenir un producte tangible a oferir podia jugar a la meva contra. Per tant, vaig creure que era una millor via de finançament de cara a fer una segona temporada del pòdcast un cop la primera ja està penjada i és accessible perquè tots aquests possibles mecenes puguin escoltar i fer-se a la idea que és allò en què estan contribuint.

## 14. CONCLUSIONS FINALS

Ha estat un any de molta feina. De descobrir i aprendre molt d'altres persones que m'han acompanyat en la realització d'aquest projecte. Dia a dia, des de la conceptualització de la idea, fins a tenir el primer capítol enllestit, s'ha anat forjant el que ara és La Caverna de Deimos.

Entenc un TFG com una cursa de fons. Una feina d'aprenentatge constant que t'ajuda a, a poc a poc, anar construint el que serà un projecte amb el qual culminar els aprenentatges duts a terme durant tot el grau. I crec que no hagués pogut escollir una millor idea perquè aquesta realitat es materialitzés.

La feina duta a terme durant tots aquests mesos, les decisions preses i els riscos assumits han fet que avui en dia, el meu projecte sigui una realitat. Mentre escric aquestes últimes línies els 6 capítols que formen aquest pòdcast ja han estat escoltats per més de 500 persones. Crec que això es deu al fet que ha estat un projecte que ha anat molt més enllà d'un TFG, per buscar convertir-se en una primera experiència professional en el món de l'audiovisual. Aquest fet m'ha afegit un extra de motivació a l'hora de dedicar-hi hores i esforç, probablement moltes més de les que li he dedicat a qualsevol altra feina en la meva vida.

Com apuntava a la introducció, en l'actualitat, el món del pòdcast està vivint un creixement exponencial. Davant d'això, és necessari buscar elements que puguin servir de factor diferencial a l'hora d'elaborar el teu producte. Considero, doncs, que seguint la metodologia que he explicat en aquest treball, he aconseguit un contingut de qualitat amb uns recursos limitats i que, per tant, he complert els principals objectius d'aquest treball: crear un pòdcast original de ficció sonora. A més, crec el resultat final obtingut ha superat les meves expectatives.

Tal com he exposat durant el treball, considero que per tal d'elaborar un producte audiovisual amb una certa magnitud és necessari primer de tot conèixer les teves limitacions. En aquest punt ha estat on trobar un equip de persones expertes en el seu camp a les quals dirigir ha suposat una part immensa del resultat final d'aquest projecte. En primera instància veia aquest TFG com quelcom que havia de sortir íntegrament de mi, però amb el temps he vist que es poden aconseguir molts millors resultats si t'envoltes de persones amb coneixements diversos, que cobreixin les teves carències, i aprens a gestionar un equip per a treballar en una mateixa direcció.

I és en aquest punt on considero que està el factor diferencial intern. Crec que l'aprenentatge més gran que he dut a terme durant aquests mesos ha estat el de la gestió i direcció. Aconseguir que 8 persones creguin en la teva visió i treballin (a vegades, amb recursos insuficients) generant una sinergia que condueixi a un resultat satisfactori. El paper de direcció i producció és complex i costa entendre'l fins que no t'hi poses al davant, i vas aprenent, provant i fallant, fins que aconsegueixes allò que buscaves.

Com mostren els estudis referits dins d'aquest TFG, el panorama del pòdcast encara té molt per oferir. La ficció sonora, que amb l'aparició de la televisió va passar a ser un producte en un cert desús, està vivint una nova expansió. Les noves tecnologies i mitjans, juntament amb les infraestructures comunicatives actuals, estan permetent que aquest gènere torni a agafar força. Davant d'això, considero que poder aportar un gra de sorra, per petit que sigui, a aquest creixement, és una oportunitat que m'omple de satisfacció.

Les xarxes socials i les noves formes comunicatives, que ja han aconseguit situar-se en una posició molt elevada dins la societat, obliguen a prendre nous enfocaments pel que fa a la difusió de qualsevol producte. En el cas de *La Caverna de Deimos*, he vist com una de les claus per a aconseguir audiència és un plantejament a xarxes que compleixi les necessitats i objectius que aquestes demanden. A partir de l'estudi i anàlisi de la competència que he desglossat anteriorment, he pogut veure quines coses funcionen i quines no tant, i he desenvolupat un pla comunicatiu intentat aprofitar al màxim les meves finestres d'exposició virtual.

Per altra banda, el fet que l'accés als mitjans de producció d'aquests tipus de productes s'hagi democratitzat, i la gran quantitat d'aquests, també m'ha fet notar les dificultats per aconseguir un bon finançament per a dur-ho a terme. Actualment, si no comptes amb el suport d'una productora o mitjà de comunicació, la principal font de finançament que he vist com a factible són els fons públics, i aquests moltes vegades no són els suficients. Aquest fet ha provocat que em trobés en situacions de precarietat econòmica, però també m'ha obligat a ser creatiu i a buscar solucions que no impliquin pagar o invertir més diners. La sostenibilitat econòmica a la llarga d'un projecte com aquest és una incògnita, ja que un bon resultat no t'assegura una bona acollida i llavors no es tradueix en una font d'ingressos.

En conclusió, la realització d'aquest projecte m'ha servit per posar la clau a 4 anys d'aprenentatge i posar en pràctica, d'una forma professional, tots aquells coneixements que he anat adquirint. Al llarg del camí he pogut anar desenvolupant una idea primerenca a partir d'un estudi i anàlisi de l'entorn en el qual volia situar el meu producte. Els resultats han estat molt satisfactoris personalment i han superat les meves expectatives. Puc dir que he aconseguit assolir els objectius que m'havia marcat per a aquest TFG i arribar més enllà d'on creia que arribaria.

Només em queda dir: us dono la benvinguda a La Caverna de Deimos.

## 15. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Antecedentes e història de la radio en España. (2011). Universidad de Murcia. Recuperat de:  
[https://ocw.uma.es/pluginfile.php/1924/mod\\_resource/content/0/Tema1\\_01\\_doc.pdf.pdf](https://ocw.uma.es/pluginfile.php/1924/mod_resource/content/0/Tema1_01_doc.pdf.pdf)
- Baltanás, I. (2016). Descubre 4 tipos de podcasts según el contenido, ¿Cuál es el tuyo? Recuperat de:  
<https://isaacbaltanas.com/tipos-de-podcasts>
- Estado del pòdcast en español. (2022). Observatorio Ivoox.  
Disponible sota descàrrega a: <https://g25b9wmr.sibpages.com/>
- García Matilla, A. (2000). *La radio en España: historia y géneros*. Ediciones Cátedra.
- Gutiérrez Porlán, I. (2010). *Haciendo historia del podcast: referencias sobre su origen y evolución*. DIGITUM. Recuperat de  
[https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/37469/1/capitulo2\\_historia\\_podcasts.pdf](https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/37469/1/capitulo2_historia_podcasts.pdf)
- Hammersley, B. (2004). Audible revolution. *The Guardian*. Recuperat de:  
<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- INTEF. Los antecedentes de la radio. Ministeri d'Educació. Media radio. Recuperat de:  
<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/pag2.html>
- INTEF. La primera emisora española. Ministeri d'Educació. Media radio. Recuperat de:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/pag3.html>

- iVoox. (2022) Los nuevos podcast en 2021. a *Dircomfidencial*. Recuperat de [:https://dircomfidencial.com/marketing-digital/2021-creacion-30-600-podcasts-en-espanol-20220322-0402/#:~:text=En%202021%2C%20se%20crearon%2030.600.excepcional%20pico%20del%20a%C3%B1o%20anterior.](https://dircomfidencial.com/marketing-digital/2021-creacion-30-600-podcasts-en-espanol-20220322-0402/#:~:text=En%202021%2C%20se%20crearon%2030.600.excepcional%20pico%20del%20a%C3%B1o%20anterior.)
- Sellas,T. (2011) *El podcasting: La(r)evolución del podcast*. Barcelona. UOC.
- Patxi, I. (2019). ¿Qué tipos de podcast existen? Recuperat de <https://www.ivanpatxi.es/tipos-de-podcast>



## 16. ANNEXOS

A continuació, deixo un llistat amb els diferents annexos que té el projecte, agrupats per a un millor accés.

- Guió literari del capítol pilot:

### ANNEX 1: GUIÓ EL JOC DE LA CADIRA.docx

- Escaleta tècnica del capítol pilot:

### ANNEX 2: ESCALETA TÈCNICA EL JOC DE LA CADIRA

- Sintonia, títols i entradetes del capítol pilot:

### ANNEX 3: SINTONIES DEIMOS

- Arxiu d'àudio del capítol pilot (recomanable escoltar amb auriculars):

### ANNEX 4: CAPÍTOL PILOT "EL JOC DE LA CADIRA".mp3

- Pla de comunicació del projecte:

### ANNEX 5: PLA DE COMUNICACIÓ

- Balanç d'ingressos i despeses del projecte:

### ANNEX 6: PRESSUPOST LA CAVERNA DE DEIMOS