

# **Treball de Fi de Grau**

Títol

Autoria

Professorat tutor

Grau

Tipus de TFG

Data

## Full resum del TFG

### Títol del Treball Fi de Grau:

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

**Autoria:**

**Professorat  
tutor:**

**Curs:**

**Grau:**

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:**

**Castellà:**

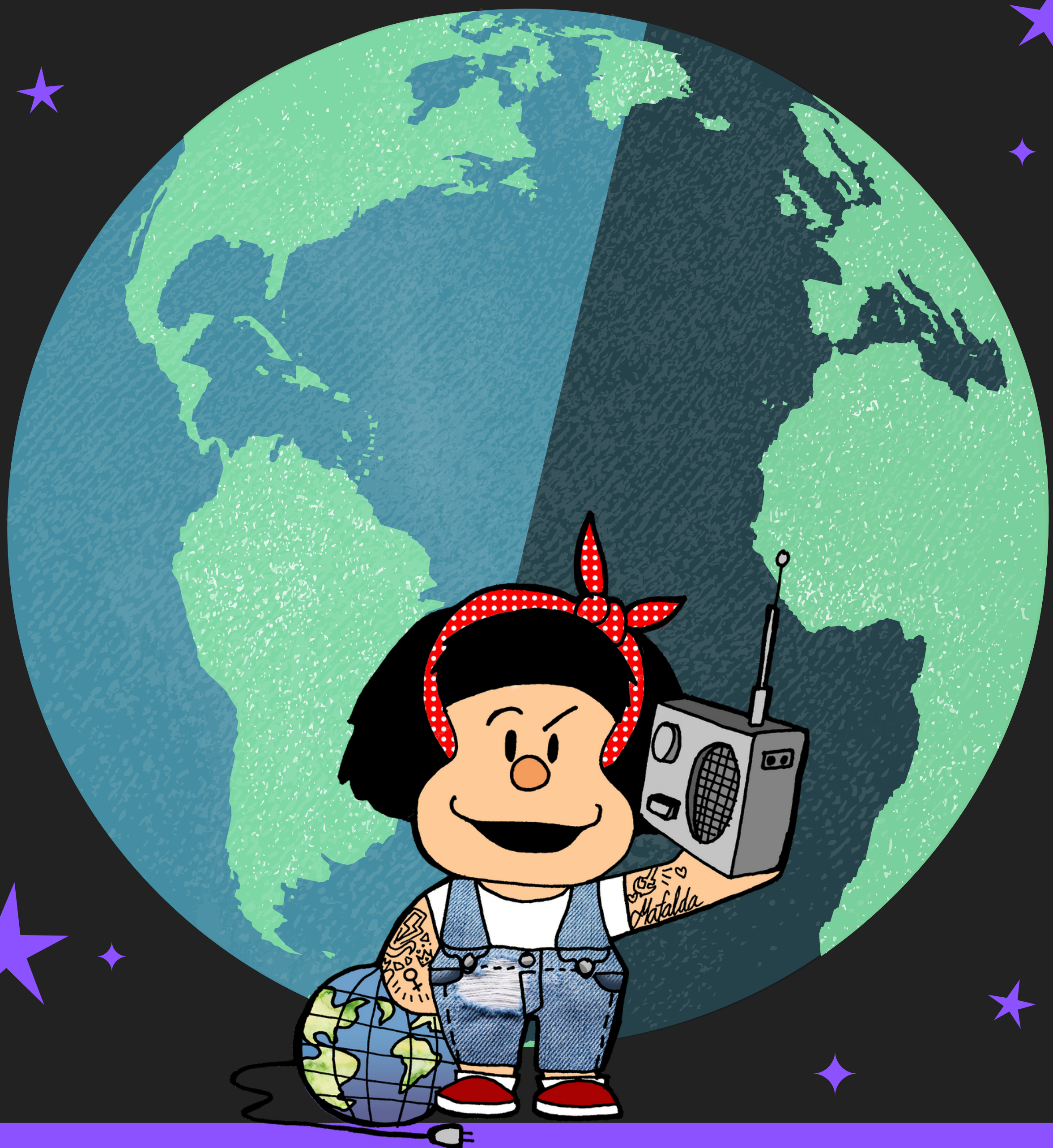
**Anglès:**

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**



PARA EL MÓN I ENCÉN LA RÀDIO

MAFALDA

**LAURA ROVIRA GONZALEZ**

Treball fi de grau periodisme

Curs 2018-2019

**1 BENVINGUTS/ES**

Breu introducció al projecte de Mafalda

Pàgina 1

**2 ANTECEDENTS**

En què es pot inspirar Mafalda?

Pàgina 3

**3 MARC TEÒRIC**

*Estudis, informes i dades que justifiquen el naixement de Mafalda*

Pàgina 7

**4 QUÈ ÉS MAFALDA?**

*Com sorgeix Mafalda? Més enllà d'un programa*

Pàgina 19

**5 OBJECTIUS**

*Un somni ple de reptes per aconseguir*

Pàgina 23

**6 L'EQUIP**

*Les veus que hi ha darrere d'aquest projecte*

Pàgina 25

**7 EL PROGRAMA**

*Què escoltaràs a Mafalda?*

Pàgina 30

**8 L'EMISSORA**

*La cerca de l'espai adequat per a Mafalda*

Pàgina 35

**9 CONCLUSIONS**

*Un projecte de futur*

Pàgina 42

**10 BIBLIOGRAFIA/  
WEBGRAFIA****11 ANNEXOS**

*Para el món i encén la ràdio*

**BENVINGUTS I BENVINGUDES...**

**COMENÇA LA REVOLUCIÓ!**

MAFALDA, para el món i encén la ràdio.

Un espai radiofònic diferent, és un projecte de futur, una aposta ambiciosa per complir un somni i entrar en el món laboral dels mitjans amb una creació pròpia, molt cuidada i motivada pel descobriment d'una vocació, d'allò que realment et fa feliç.

Tots els passos que seguirem acabaran amb una mostra pràctica d'allò que es vol fer, la millor manera d'entendre un programa de ràdio no es llegint, sinó escoltant. Mafalda és la construcció de tot l'aprenentatge de quatre anys de carrera, el contacte amb el món professional a través de pràctiques i en especial, l'experiència viscuda durant sis mesos a Argentina, on vaig cursar un taller radiofònic i on vaig descobrir la popular obra de Quino.

En primer lloc, analitzarem quins antecedents a aquest projecte podem trobar en un marc autonòmic i en un marc nacional i si Mafalda té alguna línia a seguir o punt de partida. El marc teòric ens servirà per determinar l'àmbit acadèmic en el qual s'emmarca aquest projecte i delimitar el seu àmbit d'acció. En aquest punt, ens endinsarem en molts números, percentatges, estadístiques, en definitiva, en dades recents que ens serviran de justificació per tirar endavant aquest projecte. Una radiografia del panorama actual de la ràdio .

En segon lloc, passarem a un apartat que encara que sembli fàcil i que no tingui importància, és essencial i alhora complex. Explicar que és Mafalda més enllà d'un treball de fi de grau, transmetre que és un projecte de futur i quin paper pot jugar. Seguidament, també marcarem els principals objectius del projecte. Ambiciosos, clars i contundents.

En tercer lloc, parlarem d'un aspecte essencial: qui forma Mafalda? Presentarem a l'equip d'aquesta aventura i seguirem amb les possibles emissores a les quals vendre aquest projecte i la simulació del salari de l'equip. Acabarem aquesta part amb una provisional graella de continguts en un horari d'emissió on explicarem cada secció.

Per últim, la realització del pilot anirà acompanyada amb unes conclusions a mode de reflexió. Una última oportunitat per defensar la necessitat d'un espai radiofònic diferent i com Mafalda pot canviar les regles del joc i revolucionar la ràdio.

Tots/es hem volgut parar el món i baixar, encara que fos només per uns instants. Les noves generacions tenen la clau del futur i el seu paper és fonamental. Però per canviar el món es necessita esperit crític i reivindicatiu i en una societat constantment connectada, són els mitjans els que poden transmetre aquests valors.

La finalitat d'aquest projecte és que aconseguim que al arribar al final d'aquest treball vulguis parar el món i encendre la ràdio. Vulguis escoltar més de Mafalda.



## Antecedents

Tot i que el tipus de programa que Mafalda suposa és innovador, podem trobar formats similars que trenquen l'esquema radiofònic de les ràdios generalistes i que estan dirigits a un públic jove.

L'exemple més clar és **La Vida Moderna**, un programa de ràdio presentat i dirigit per David Broncano pertanyent a la Cadena Ser que ha guanyat el Premi Ondas 2018 a la categoria de "Millor programa de ràdio".

És un programa d'humor basat en la sàtira i la ironia i que s'emet de dilluns a dijous a les 04.00 h de la matinada i que té una duració d'entre 30 min i 50 min. Les xarxes socials i el canal de Youtube juguen un paper fonamental en el seu èxit i repercussió social.



Imatge extreta de la web de Cadena Ser

El programa va néixer el 2014 de forma especial i programat per només uns mesos però es va consolidar a la graella com a programa setmanal de la Cadena Ser. El 2016, va passar d'una emissió setmanal a diària i a emetre's per Youtube totes les tardes. Actualment, La Vida Moderna va per la seva cinquena temporada i a més del reconeixement del Premi Ondas, la seva repercussió social va en augment.

La Vida Moderna és un programa trencador i va suposar una aposta arriscada de Cadena Ser que tot i que va començar com una prova, l'oportunitat d'introduir un format diferent de la seva graella va fer possible que actualment gaudeixin de l'èxit d'audiència i de repercussió social. Aquesta oportunitat és la que busca Mafalda per poder demostrar que un nou espai radiofònic és possible.



**En què pot inspirar a Mafalda?** Del programa presentat per David Broncano, Mafalda s'inspira en la seva aparent espontaneïtat i en el seu humor crític basat en sarcasme i ironia tot i que amb una estructura molt més definida i, per descomptat, canviant les veus masculines per veus femenines.

Un altre exemple pot ser **YU, No te pierdas nada**, un magazín presentat i dirigit per Dani Mateo a Los 40 Principales. Tot i que està dins d'una ràdio musical i l'horari és de 14h a 16h, està destinat a un públic jove i l'entreteniment amb diferents seccions és l'essència del programa, dissenyat per a les noves generacions.

Les xarxes socials i el canal de Youtube juguen, de nou, un paper vital pel programa i és on generen tota la repercussió social. L'èxit de Yu recau en l'eficàcia que va tenir en arribar a un públic jove i aconseguir la seva fidelitat. A més, amb el pas del temps ha anat sumant múltiples col·laboradors entre els quals es troben moltes cares famoses.



*Imatge extreta de la web de Los 40 Principales*

### **En què pot inspirar a Mafalda?**

L'estructura de magazín és un tret comú i el fet de comptar amb col·laboradors eventuais i que no tenen per què ser del món periodístic també. En definitiva, Yu és un exemple a seguir a l'hora de treballar per arribar a una audiència jove tot i que Mafalda tindria un esperit més crític amb seccions amb més profunditat.





En conclusió, aquests dos programes són els formats més similars a Mafalda en l'actualitat radiofònica i les dues apostes més rellevants per aconseguir un públic jove.

Tant La Vida Moderna com Yu es fan a Madrid i són d'àmbit nacional. A Catalunya no hi ha cap format amb característiques similars a Mafalda. A més, tampoc presenten un esperit reivindicatiu ni una pronunciada crítica social, les veus femenines només són visibles com a suport, ja que la representació és totalment masculina. Els dos exemples ens serveixen com antecedents d'una nova aposta radiofònica i els dos amb resultats molt bons on han garantit la seva repercussió social i la fidelitat de l'audiència més difícil d'aconseguir demostrant que no es tracta d'una indiferència per part dels joves cap a la ràdio sinó de la falta de noves propostes.

Per altra banda, també cal esmentar la nova proposta televisiva de Movistar estrenada recentment i presentada per Thais Villas: **Las que Faltaban**. Tot i tractar-se d'un format televisiu i amb regles diferents de la ràdio, l'essència del programa és molt similar a la que aspira Mafalda i per tant, és rellevant parlar-ne.

Un programa d'humor fet per dones en el qual només participen dones (a excepció d'un únic noi).

Amb aquesta base es construeix la idea de Mafalda, a més, també

comparteixen idees pel que fa a la estructura del programa. Una presentadora que condueix i que compta amb un grup de col·laboradores per tractar tota mena de temes però sempre amb una vessant feminista i amb un discurs reivindicatiu. L'humor és el



*Imatge extreta de la web de Movistar+*

pilar bàsic però acompanya al mateix nivell a l'esperit crític, un tret característic de Mafalda.

Per tant, aquest nou format serveix com inspiració, encara que sigui a través d'una pantalla, de la construcció del programa i poder veure com es desenvolupa i com funciona pel que fa a l'audiència.

## MARC TEÒRIC

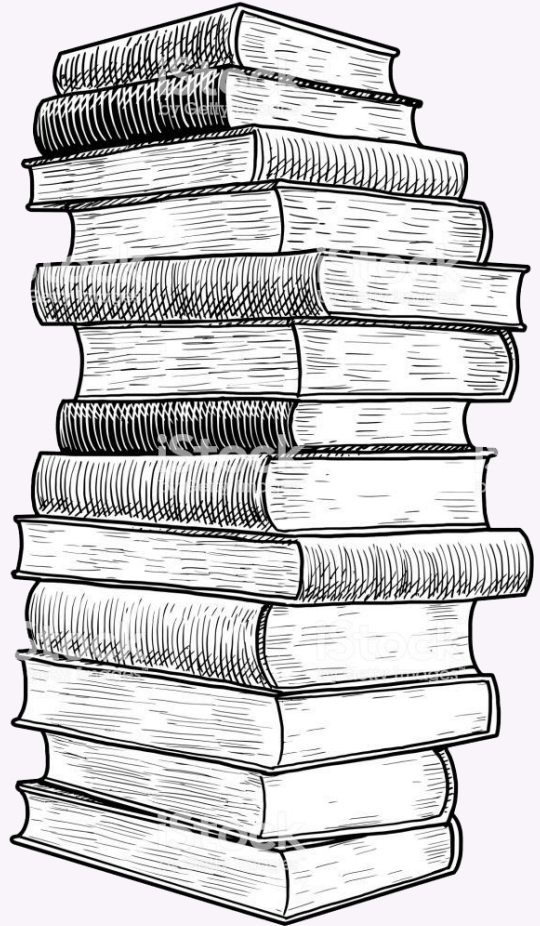
### 1. PANORAMA/CONTEXT RADIOFÒNIC A CATALUNYA

- 1.1 Edat i gènere
- 1.2 Era digital
- 1.3 Franja horària
- 1.4 El camí cap a la nova r@dio

### 2. NOVES FORMES DE CONSUM.

- 2.1 Xarxes socials

### 3. FUTUR DE LA RÀDIO



## 1.1 EDAT I GÈNERE

Per tal de delimitar un marc teòric a aquest projecte, cal posar-nos en context del panorama radiofònic català. Partim d'una premissa principal: el consum de ràdio ha disminuït de manera notable entre els joves i aquesta pèrdua ha estat molt més accentuada entre les dones.

Ens fixem amb l'Estudi General de Mitjans (EGM i EGM Ràdio Catalunya) on segons el seu últim informe, el consum radiofònic dels joves d'entre 14 i 34 anys patit un decreixement progressiu en els últims deu anys a Catalunya però també afecta la resta de l'Estat espanyol.

Si dividim la franja comprovem que les xifres varien tot i que la pèrdua és generalitzada.

- Dels 14 als 19 anys, disminueix el grau de penetració del 66,9% del 2012 al 58,5% del 2014, una pèrdua de 31.000 oients.
- Dels 20 als 24 anys, la pèrdua és encara més significativa amb 40.000 oients. Es passa del 68,9% al 60% de penetració.
- Dels 25 als 34 anys, és on trobem el decreixement més accentuat, s'ha produït una pèrdua de 134.000 oients en tres anys. Passem del 70,4% al 63,2%.

Aquests resultats són el reflex de la irrupció de les xarxes socials i de l'era digital amb un context d'aparent immobilitat i poca efectivitat a l'hora de resoldre aquesta pèrdua i apostar per un públic radiofònic jove.

Per altra banda, una dada també significativa és la diferència de gènere en aquest decreixement de consum. La dona presenta una major pèrdua de penetració en comparació a la de l'home. Passat a la pràctica, la dona ha perdut 125.000 oients mentre que l'home 87.000, en el període 2012-2014.

Podem concloure que no existeix en l'actualitat un tipus de ràdio pensada per joves ni que potenciï el públic femení. No hi ha una aparició sòlida de formats destinats per parar aquest decreixement i pèrdua d'oients en la ràdio generalista catalana ni espanyola.

## 1.2 ERA DIGITAL

L'anomenada era digital i la irrupció de la tecnologia en tots els aspectes de la nostra vida han canviat per complet la forma de consumir, produir o valorar la informació. Un dels exemples més clars dins del sector dels mitjans de comunicació són els diaris digitals i la progressiva decadència del paper. Internet i les xarxes socials dominen la societat i qualsevol factor que vulgui formar-ne part o poder arribar de forma efectiva a aquesta societat necessita aquestes eines digitals.

Un estudi de l'EGM ha mostrat l'evolució del consum de mitjans en línia d'entre l'any 2016 i el 2018. Els resultats són molt clars i previsibles.<sup>1</sup>

- El consum de televisió per internet es duplica del 20% al 40% en els últims tres anys.
- Els diaris, revistes i la ràdio digitals també presenten un consum en augment, cada vegada amb una major freqüència.
- El smartphone es proclama un dispositiu imprescindible per accedir a la ràdio i als continguts televisius mitjançant internet.

A més, aquest informe també aporta dades específiques de l'evolució del consum de la ràdio per internet amb xifres que deixen molt clar cap a on s'està encaminant el futur radiofònic:

---

<sup>1</sup> Madrid, 27 de junio de 2018. AIMC (Asociación para la investigación de medios de comunicación). Resultados de la 2a Ola del Estudio General de Medios (EGM)

ÚLTIMA VEZ DEL ACCESO POR INTERNET A RADIO			
% vertical	2016	2017	Acu 2ª 2018
<b>Base: Oyentes Radio Internet últ. mes (000)</b>	<b>4.247</b>	<b>4.724</b>	<b>4.670</b>
<b>Ayer</b>	33,4	35,5	36,4
<b>De 2 a 7 días</b>	9,9	10,6	9,7
<b>De 8 a 30 días</b>	56,6	54,0	53,8

Taula extreta de l'informe de la 2a Ola del Estudio General de Medios (EGM).

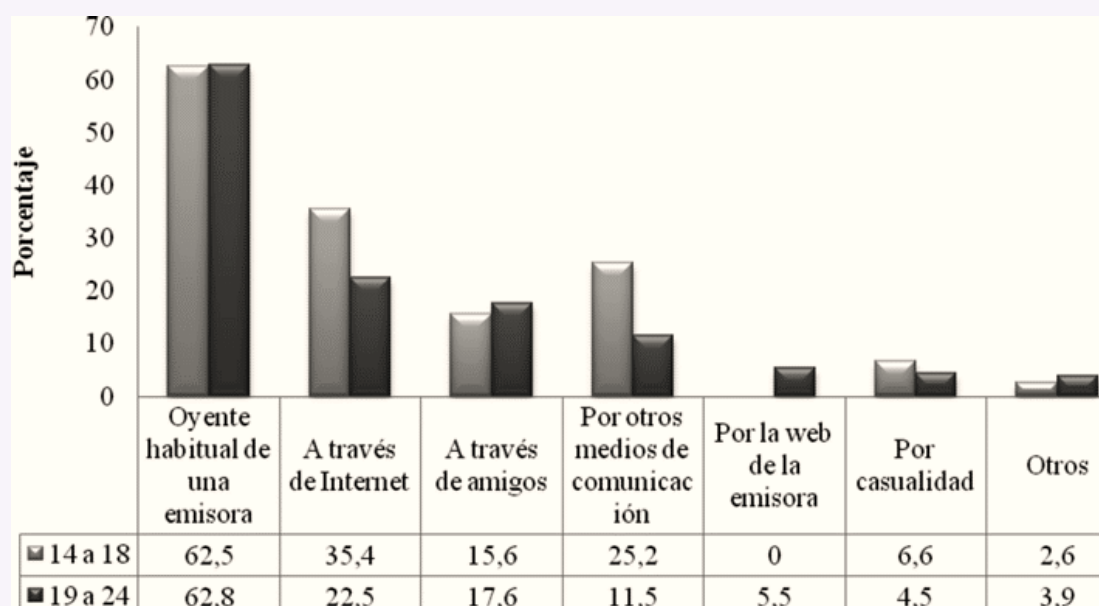
La ràdio s'escolta cada cop més des dels dispositius mòbils però és el telèfon mòbil l'aparell preferit pels oients, ja que guanya quota de mercat respecte els ordinadors o les tablets. El smartphone és elegit el dispositiu més utilitzat per escoltar ràdio el 2018 per un 56% dels enquestats, un augment del 17,6% respecte a l'any 2016.

DISPOSITIVOS ESCUCHA RADIO POR INTERNET ÚLTIMOS 30 DÍAS			
% vertical	2016	2017	Acu 2ª 2018
<b>Base: Oyentes Radio Internet últ. mes (000)</b>	<b>4.247</b>	<b>4.724</b>	<b>4.670</b>
<b>PC/Portátil</b>	51,0	46,4	41,0
<b>Tablet</b>	11,8	10,9	9,7
<b>Smartphone</b>	47,6	52,6	56,0
<b>Otros</b>	1,7	1,6	2,0

Taula extreta de l'informe de la 2a Ola del Estudio General de Medios (EGM).

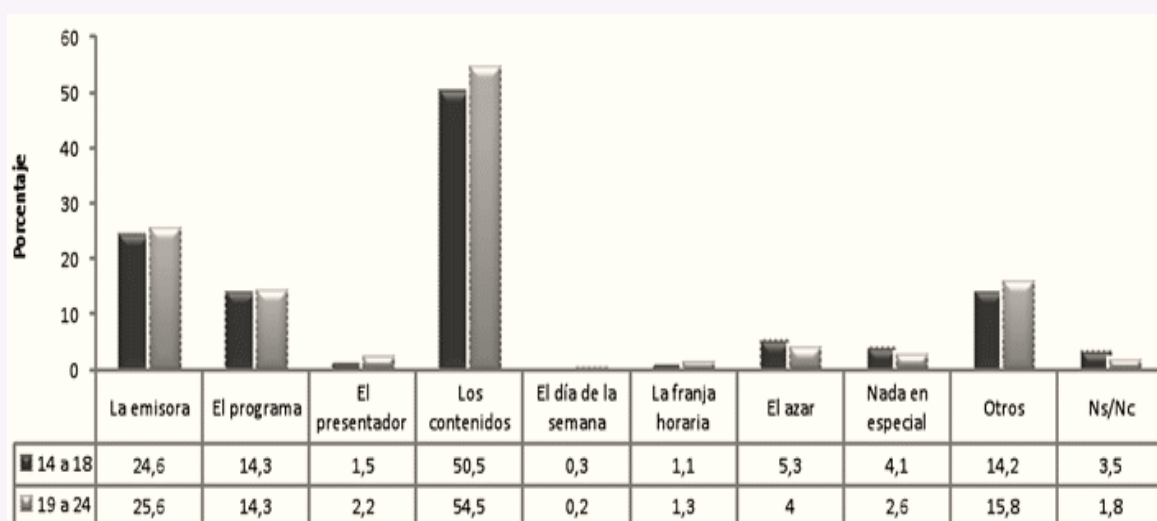
Per altra banda, també és important saber a través de quins medis el públic jove coneix els nous programes de ràdio. Segons, un estudi de la Universitat de Navarra <sup>2</sup> i com podem veure en la següent taula, dos dels motius principals i més significatius pels quals els joves coneixen nous programes de ràdio és a través d'internet o d'amics/es. Per tant, podem concloure que les xarxes socials són l'eina més recomanable per tal de potenciar i promocionar un nou programa radiofònic destinat a un públic juvenil.

<sup>2</sup> GUTIÉRREZ, M., RIBES, X. & MONCLÚS, B. (2011). The youth audience and the access to conventional broadcasting music radio through Internet. *Communication & Society* 24(2), 270-305.



Font: Enquesta Ràdio i Joves (L'OBS y ODEC, 2009). (La suma de valors és superior a 100% perquè una mateixa persona pot elegir dos o més opcions).

El següent pas al coneixement i accés a un nou programa de ràdio és l'elecció voluntària de la seva escolta i la seva posterior fidelitat. Per tant, també cal analitzar els criteris que el públic jove té en compte per tal d'elegir un programa. Segons aquest mateix informe, el contingut és l'element principal que influeix en la seva decisió seguit de l'emissora i el tipus de programa. Per tant, a més de presentar una aposta respecte al programa i el seu contingut, també cal tenir en compte el marc on volem situar el nou producte, ja que les característiques d'una emissora de ràdio condiciona de forma directa qualsevol programa que en formi part.



Font: Enquesta Ràdio i Joves (L'OBS y ODEC, 2009). (La suma de valors és superior a 100% perquè una mateixa persona pot elegir dos o més opcions).

### 1.3 GÈNERES I PROGRAMES. LA FRANJA HORÀRIA.

Després d'analitzar les variables del gènere i l'edat en el context radiofònic català, passem a revisar l'estructura de la franja horària a la ràdio a Catalunya i del tipus de gèneres i programes que la formen. Concretament, ens centrarem en l'espai en el qual està destinat el programa, és a dir, la franja horària de la nit, de 23:00 a 00:00h.

Distribució de gèneres programàtics segons franja horària a les emissores generalistes de dilluns i divendres (temporades 2012-2014):

De 06.00 a 10.00h	Informació
De 10.00 a 14.00h	Infoentreteniment
De 14.00 a 16.00h	Infoentreteniment i Esport
De 16.00 a 19.00h	Infoentreteniment
De 19.00 a 00.00h	Informació i Esport
De 00.00 a 01.30h	Esport

Taula elaborada arrel de l'informe: La crisi del consum radiofònic juvenil a Catalunya.



Distribució de gèneres programàtics segons franja horària a les emissores generalistes als caps de setmana (temporades 2012-2014):

De 10.00 a 13.00h	Infoentreteniment
De 13.00 a 16.00h	Informació
De 17.00 a 00.00	Esport
De 00.00 a 02.00h	Esport

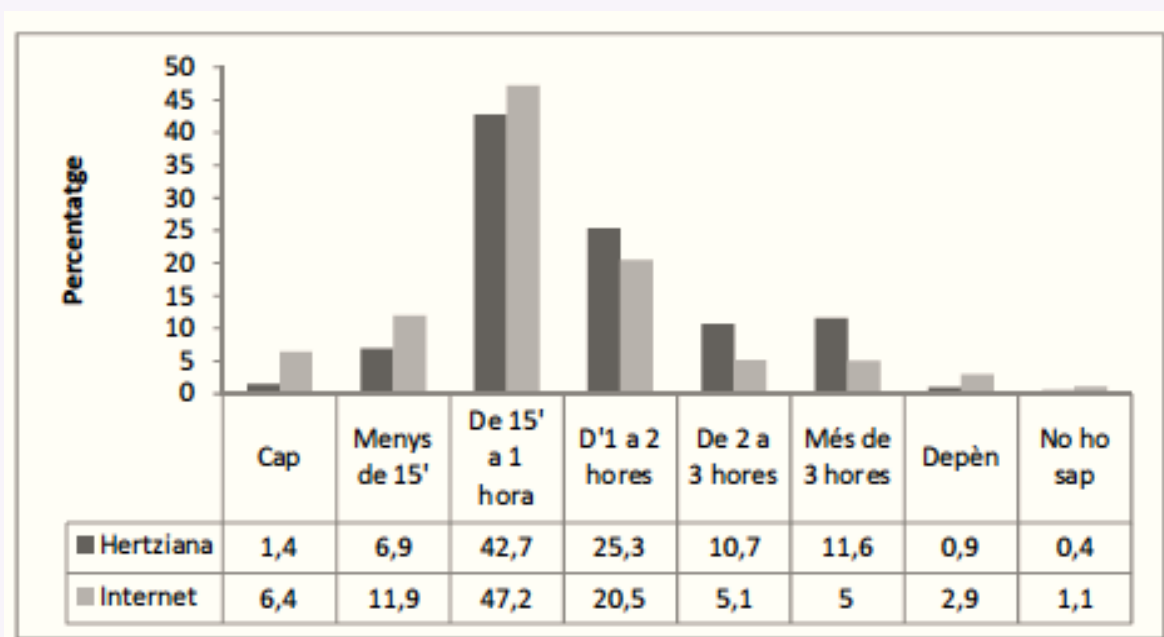
*Taula elaborada arrel de l'informe: La crisi del consum radiofònic juvenil a Catalunya.*

Aquestes dades són una radiografia general de la distribució de les ràdios generalistes a Catalunya. Tot i ser una anàlisi de les temporades 2012-2014, aquesta estructura segueix vigent i la majoria d'emissores segueixen aquesta pauta.

Com podem veure, la franja assignada per Mafalda, està ocupada bàsicament per informació esportiva, tant entre setmana com els caps de setmana. No existeix cap programa o format similar a la graella catalana en aquest horari ni tampoc a la resta de dies, per tant significaria la irrupció d'un producte innovador en una estructura convencional i poc flexible, una arriscada aposta per potenciar un públic jove nou.

#### **1.4 EL CAMÍ CAP A LA NOVA R@DIO**

Temps d'audició radiofònica dels joves catalans de 14 a 24 anys segons modalitat de recepció durant els dies feiners, 2009:



Font: Enquesta Ràdio i Joves (L'OBS i ODEC 2009).

En aquest gràfic podem observar el temps que els joves d'entre 14 i 24 anys dediquen a escoltar la ràdio. L'opció de 15 minuts a 1 hora és la més votada, seguida d'un màxim de dues hores. Per tant, aquest públic no mantindria l'escolta d'un programa de més de dues hores. Aquests resultats demostren que el temps d'escolta és molt reduït.

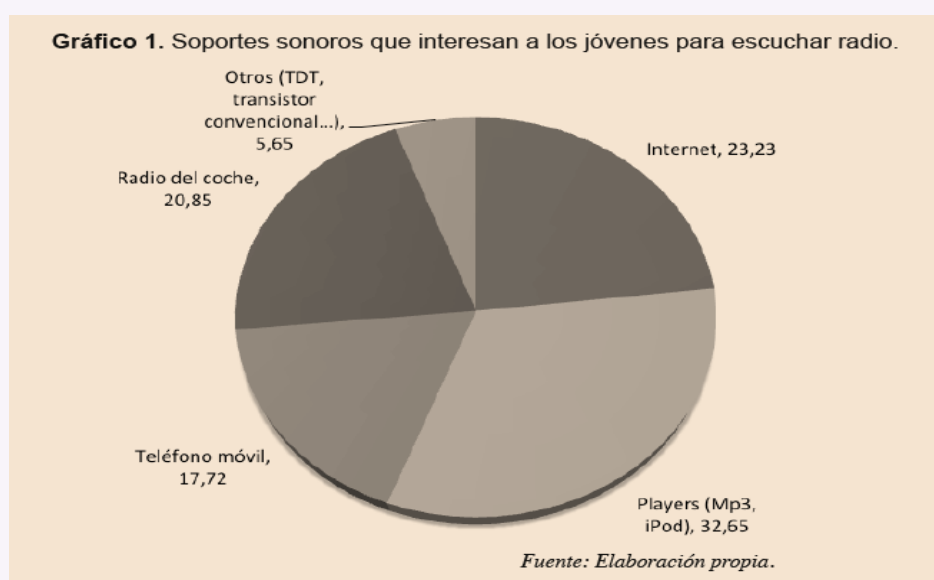
L'informe de la crisi del consum radiofònic a Catalunya reflexiona en les seves conclusions sobre la desvinculació emocional a la ràdio dels joves de 14 a 24 anys afirmant que repercutirà a curt termini en els índexs generals d'audiència. La ràdio té un llarg camí per recórrer, però no gaire temps per articular estratègies de producció de nous elements de servei i d'identificació. L'esperança rau en la xarxa, però la fusió amb internet és una via que cal omplir de propostes programàtiques que despertin interès i satisfacin les expectatives de les noves generacions i, des d'aquesta perspectiva, el gènere i el factor de l'edat esdevindran fonamentals<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> J. M. MARTÍ, La crisi del consum radiofònic juvenil a Catalunya Quaderns del CAC 34, vol. XIII (pàg.75) - juny 2010

## 2. NOVES FORMES CONSUM. INTERNET I XARXES SOCIALS

En aquest punt, partim de l'estudi "La radio de los jóvenes del siglo XXI", de l'Observatori de l'Oci i l'Entreteniment Digital, que ha analitzat els hàbits i preferències respecte als continguts radiofònics dels joves d'entre 18 i 25 anys i en el qual la comunitat autonòmica més representada és Catalunya.

En aquest informe, la primera conclusió clara és que els joves prefereixen suports digitals per accedir a contingut radiofònic.



Per altra banda, la visió i valoració dels joves respecte a la ràdio convencional deixa molt clara la rigidesa en la innovació i el canvi d'aquest mitjà. En els resultats d'aquest estudi, un 40,6% considera la ràdio convencional com un mitjà entretingut i només el 1,6% considera la ràdio com un mitjà amb propostes noves i pensades per a ells.

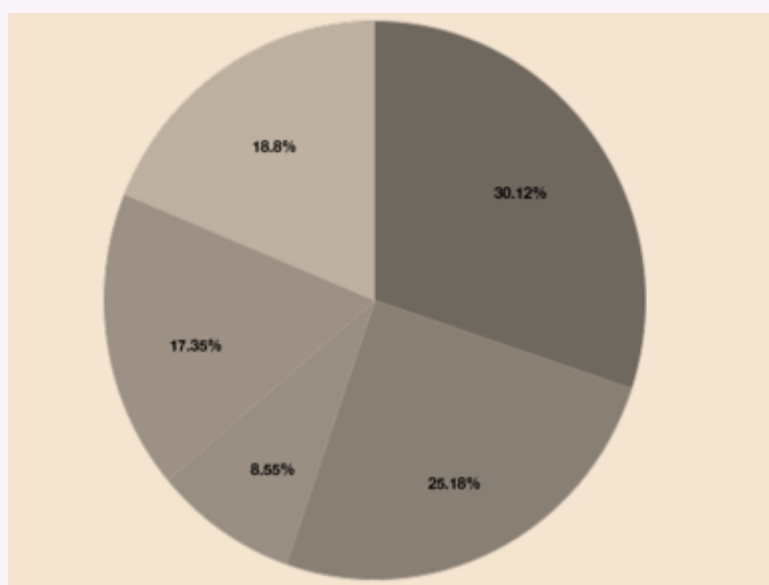
La nova actitud en el consum de mitjans es basa en la rapidesa en accedir al contingut i d'una manera multimèdia, una assimilació instantània i apte per compartir, característiques que encaixen de forma perfecta en la ràdio i per tant que la converteixen en un recipient perfecte per transmetre el contingut que busca aquest públic. Però tenim un model heretat sense cap modificació ni adaptació significativa de les noves tecnologies ni dels nous públics. La gairebé inexistència de novetats

programàtiques a les principals graelles radiofòniques i la por a arriscar-se per un nou model fan possible que aquesta situació avanci.

### Valoració juvenil de l'entreteniment en ràdio.

Província: Totes Participants segons gènere: 460 H / 496 D Edat: 18-25 anys

Nº total participants: 946



**30,12%** - No té res d'entreteniment **25,18%** - No és gens divertida **18,8%** - És l'únic de la ràdio que escolto **17,35%** - No té en consideració als joves **8,55%** - Només tracten temes d'adults

(Gràfics extrets de de l'estudi "La radio de los jóvenes del siglo XXI", de l'Observatori de l'Oci i l'Entreteniment Digital)

## 2.1 XARXES SOCIALS

El 91% de la població internauta a Espanya té comptes actius a Facebook i el 32% a Twitter, les dues xarxes socials amb un major nombre d'usuaris, segons l'últim estudi de l'Observatori de Xarxes Socials. Per tant, qualsevol mitjà que vulgui accedir a una audiència potencial ha de tenir en compte les xarxes socials com una eina molt valuosa i de vital necessitat.

Segons l'últim informe de l'EGM (febrer - novembre 2018) el lloc web més visitat és Youtube, seguit de Facebook i en cinquena posició Twitter. Aquests primers llocs també estan ocupats per l'espai digital de diaris o de televisions. En posicions més baixes, també trobem emissores de ràdio en línia.

Youtube, Facebook i Twitter és el trident més adient per tal de consolidar qualsevol producte i per tal de fer-ne una difusió i transmissió efectiva. Tot i que serveix per a qualsevol àmbit en el qual l'objectiu sigui arribar a una audiència rellevant, en el cas dels mitjans, es basa en un procés de retroalimentació. I més concretament, en el cas de la ràdio, que és una eina indispensable per tal d'adaptar-se a una nova era i a una nova generació.

### 3. EL FUTUR DE LA RÀDIO

El terme online és l'entorn del futur radiofònic i una bona oportunitat per frenar la desafecció dels joves vers el mitjà. La web 3.0 i el context multimèdia potenciat per internet han generat una nova dimensió dels mitjans de comunicació de masses i en els quals es troba la ràdio. Els tres mitjans principals, televisió, ràdio i internet, estan separats per una línia molt fràgil i difusa. Ens trobem en un escenari de convergència i revolució tecnològica que ha arribat també als models de negoci dels mitjans de comunicació.

“En definitiva, una nova concepció multimèdia i transmèdia de la comunicació de masses i individual, en la qual, el paper de la comunicació es fonamenta en una hibridació dels formats i suports i que determinarà el consum, la producció i l'oferta dels continguts en els pròxims anys.”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> La ràdio, model de negoci en transició: estratègies d'oferta i de comercialització en el context digital. Quaderns del CAC 41, vol. XVIII

Les primeres innovacions i transformacions en ràdio les podem trobar amb el “streaming” o el “podcasting”, el canvi més significatiu de la convergència amb internet i que ha suposat un trencament amb el model tradicional.

Aquests projectes són dos exemples clars d'aquesta transformació radiofònica de la ràdio espanyola:

- **Radio 3 Extra**

Emissora destinada a un públic jove que consolida la seva emissió per internet i s'està adaptant a les noves narratives digitals a més de comptar amb altres eines com per exemple una APP.

- **Podium podcast, de la Cadena Ser.**

Aquesta proposta va néixer l'estiu del 2016 com un espai global de podcast amb múltiples propostes sonores a la carta de producció pròpia. Es tracta de contingut pensat exclusivament per ser consumit per internet i per tant aposta per noves narratives radiofòniques.

“Estem, per tant, davant d'un nou escenari que reclama formats de programació innovadors i que tinguin en compte tant els consums de l'audiència tradicional de la ràdio generalista, com també a la dels nadius digitals, la dels millenials”.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> MORENO, E. (2005). The “radios” and the models of programming. *Communication & Society* 18, 61-111.

## Què és Mafalda?



Mafalda sorgeix d'un conjunt d'experiències i descobriments en els quals la ràdio té un paper protagonista. Mafalda neix d'un viatge que sona a tango. Mafalda és un projecte de futur, una aposta plena d'entusiasme per complir un somni. Mafalda és les ganes de canviar el món a través de veus femenines. Mafalda és una reivindicació sense bandera ni idioma però amb molta cultura. Mafalda és entreteniment.

### **Mafalda és parar el món i encendre la ràdio.**

Podem definir aquest projecte com un espai radiofònic diferent que aposta per innovacions inèdites en les seves característiques. Un programa de ràdio per a joves, un dels públics més desconnectat d'aquest mitjà i que cada cop va allunyant-se més enfront de la immobilitat del sector per innovar.

Un programa d'entreteniment a través d'informació d'actualitat format íntegrament per veus femenines on la cultura i l'esperit crític tindran un paper fonamental. A més, la franja horària pensada per la seva emissió també trenca estructures, ja que de 23.00h a 00.00h regna la informació esportiva. La combinació i l'equilibri entre el català i el castellà també és un tret característic i poc habitual en les principals emissores però que pot reflectir una de les possibles formes de comunicar-se de molts joves actualment a Catalunya.

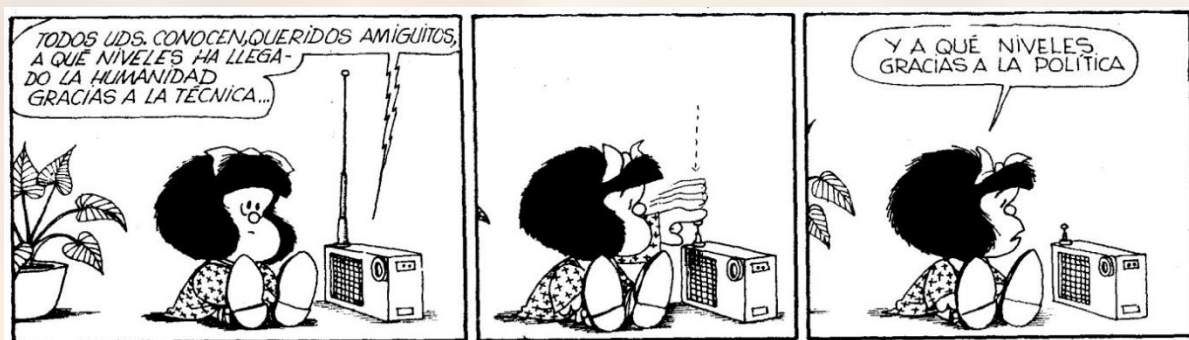
Així doncs, en l'àmbit professional, Mafalda és una aposta per canviar les regles del joc i perdre la por al canvi per tal d'arribar a un públic atractiu i necessari per a l'èxit i supervivència del mitjà.

### *Per què Mafalda?*

El personatge de Mafalda és conegut mundialment i representa els valors fonamentals que es volen transmetre. Les tires còmiques de Quino tractaven tota mena de temes atemporals i que molts d'ells continuen estant ara d'actualitat com el feminisme, la religió, l'educació o el racisme. A més, la ironia i el sarcasme eren el llenguatge de la protagonista, una nena petita que va popularitzar una frase que tothom coneix i que resumeix a la perfecció la visió del món i l'esperit d'aquest programa:

### **¡PAREN EL MUNDO QUE ME QUIERO BAJAR!**

Així doncs, aquest personatge és ideal per posar imatge i dotar de significat aquest projecte, sens dubte, qualsevol persona que conegui Mafalda relacionarà allò que el personatge transmet amb el programa de ràdio i és una manera molt efectiva i atractiva d'explicar de què va el programa sense necessitat de moltes paraules.



Imatge extreta de [TodoMafalda.blogspot.com](http://TodoMafalda.blogspot.com)

El 29 de setembre de 1964 va néixer Mafalda, una nena rebel que parlava l'idioma de la ironia a través de missatges reivindicatius. Aquesta petita va donar una visió crítica



del món disfressada d'humor però que a través de les múltiples vivències en les seves històries va deixar missatges molt clars i va representar uns ideals dels quals encara és abanderada, com és el cas del feminisme.

Durant la votació de la Llei per a despenalització de l'avortament a Argentina l'any passat, es va fer viral la imatge de Mafalda amb els mocadors representatius de les dues postures. Tot i que, Quino, el seu autor, va defensar que Mafalda no es posicionava en aquest debat, també va deixar clar que “el seu personatge sempre estarà a favor dels drets de les dones”. Una idea que es deixa bastant clara en els llibres.

A més del feminisme, Mafalda també defensava altres reivindicacions com els drets humans i la democràcia, dos conceptes amb els quals sovint ironitzava per destacar el pèssim nivell en el qual es troben. Per altra banda, les coses que més odia aquest personatge també es poden apreciar de forma clara: el racisme, les guerres o les convencions dels adults són els temes més tractats i pels quals Mafalda sempre tenia un discurs amb molt d'enginy en contra.

Mafalda compta amb una consciència social excepcional que intenta transmetre en cada tira còmica i representa l'aspiració utòpica de la consolidació d'uns ideals a la societat i de l'esperança que un món millor és possible.

Tot i que el context del seu naixement s'emmarca en els anys 60, molts dels temes tractats són perfectament transferibles en l'actualitat i és que per molt que Mafalda aconseguís remoure moltes consciències arreu del món, es necessitarien moltes més nenes com ella per a canviar de veritat les coses. L'inconformisme i l'esperit rebel són els que per molts anys que hagin passat, Mafalda estigui més present que mai.



Imatge extreta de Wikipedia

Mafalda és argentina com el seu autor, més concretament del barri de San Telmo, on la seva petita estàtua segueix sent l'atractiu turístic més visitat del barri.

Joaquín Salvador Lavado Tejón o com és mundialment conegut, Quino, va néixer a Mendoza, el 17 de juny del 1932 i és un humorista gràfic argentí. Sens dubte, la seva obra emblemàtica i per la qual tothom l'identifica és Mafalda, que després de tants

anys continua donant-li moltes recompenses i reconeixements. A partir de l'1 d'abril d'aquest any 2019, Mafalda arribarà a més parts del món, ja que els seus llibres seran venuts a Israel. Un fet significatiu que demostra la importància d'aquest personatge i els seus missatges.

Per tant, Mafalda està més viva que mai, és molt difícil oblidar una figura com la que va crear i no relacionar molts dels ideals que va defensar. Almenys a Argentina, sempre hi haurà un cartell o una identificació d'aquest personatge durant la manifestació del 8M. És per això que Mafalda és una figura perfecta per representar l'esperit d'aquest programa de ràdio i un símbol atemporal vàlid per qualsevol lluita inconformista per canviar el món.



Imatge extreta de [TodoMafalda.blogspot.com](http://TodoMafalda.blogspot.com)



## OBJECTIUS

L'objectiu principal d'aquest projecte és començar un canvi significatiu en la rígida estructura de la ràdio per arribar a penetrar en un públic jove per tal de transmetre un missatge reivindicatiu a través de l'entreteniment on es parli de feminisme, igualtat o diversitat cultural a la vegada que s'analitzi amb esperit crític però sempre amb humor, l'actualitat informativa.

Encara que aquest sigui l'objectiu fonamental i el motiu d'impuls de naixement d'aquest projecte, també poder mencionar altres objectius importants:

- Poder vendre aquest projecte de programa a una ràdio privada rellevant d'àmbit autonòmic i programació generalista. És a dir, aconseguir l'espai de difusió en el qual encaixaria Mafalda per tal d'aconseguir el principal objectiu. Si una emissora d'aquestes característiques fes una aposta pel projecte seria el millor impuls de sortida, tant pel nivell de confiança de l'equip en el projecte com per l'oportunitat de visibilitat i reconeixement i la possibilitat real de poder arribar a una audiència significativa. Aconseguir la plataforma desitjada i que el programa arribi a les estructures més rígides per poder canviar-les.
- Un altre objectiu conseqüent a la realització de l'anterior és poder consolidar-se en la graella i tenir una audiència òptima que confirmi l'èxit de la proposta del projecte. Aconseguir el que La Vida Moderna va fer a Cadena Ser, rebre una bona resposta del públic i una gran repercussió social que convenci a l'emissora de reafirmar o inclús apostar més pel programa. Es tracta d'aconseguir arribar al públic jove i guanyar-se la seva fidelitat. Parlant en dades, poder tenir una xifra rellevant d'oients i mantenir una corba exitosa en les dos vessants del programa, tant per les xarxes socials com pel directe.

- Per últim, servir com a model i precedent per a noves propostes i ajudar a l'increment de nous espais radiofònics diferents i amb una major participació de veus femenines. Aquest últim objectiu és possible si es compleixen els anteriors, ja que és necessari una certa confiança en el projecte i repercussió per a ser un model real d'altres propostes que potser només estan en pensament i que necessiten una dosis de motivació per tirar-les endavant. Per poder canviar les coses calen moltes més veus i per aconseguir-les hem de generar la confiança de què no estaran soles i que una altra ràdio és possible.

Aquests són els objectius més importants que formen Mafalda i pels quals es construeix la seva estructura i contingut. Cada objectiu pot generar-ne de molts més si es compleixen però aquests quatre són, pel moment, el motor de Mafalda i el futur a aconseguir.

## L'EQUIP DE MAFALDA

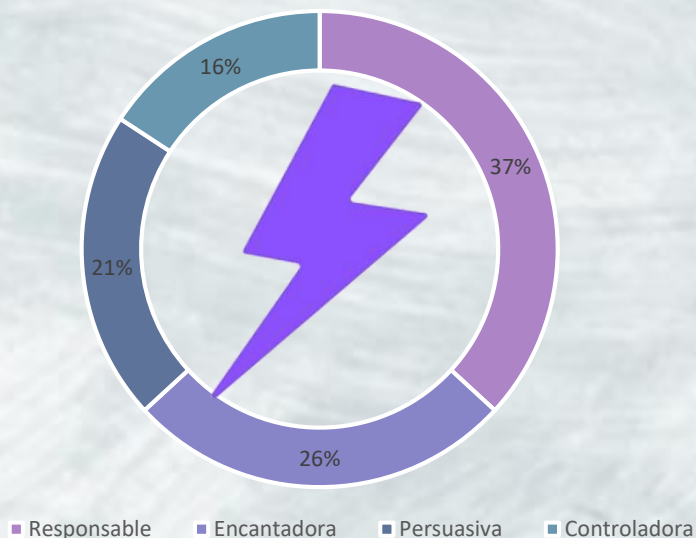
El programa comptarà amb col·laboradores a la redacció fixes i també eventuals amb seccions diàries o bé setmanals. L'equip estarà format íntegrament per noies per reivindicar el feminisme i passar de la teoria a la pràctica un dels valors de Mafalda i ser exemple del convenciment de què les dones podem tenir un paper protagonista en un mitjà de comunicació i en tots els rols. Una dona dirigint i conduint un programa d'entreteniment radiofònic amb un equip totalment femení. Un projecte inèdit i necessari.



Llicenciada en Periodisme a la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona. Compta amb un curs realitzat a la Universitat del Salvador, a Buenos Aires, Argentina. Amb experiència en el sector dels mitjans digitals i radiofònics, ara forma part de l'equip del Catalunya Diari com a redactora de continguts.

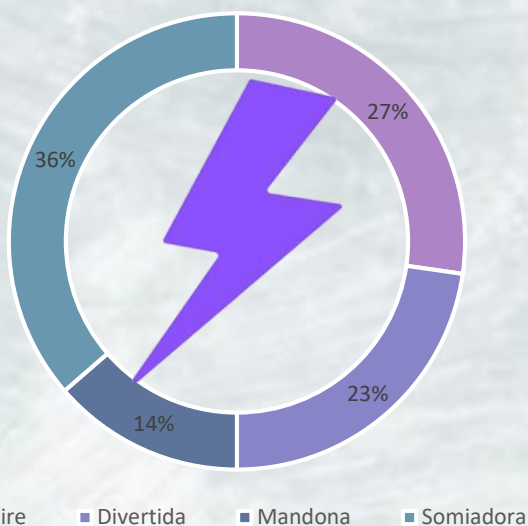
### “La gran hermano de la ràdio”

Laia Molné, la nostra productora.



## "Té una foto amb Mafalda a Buenos Aires"

Laura Rovira, direcció i conducció

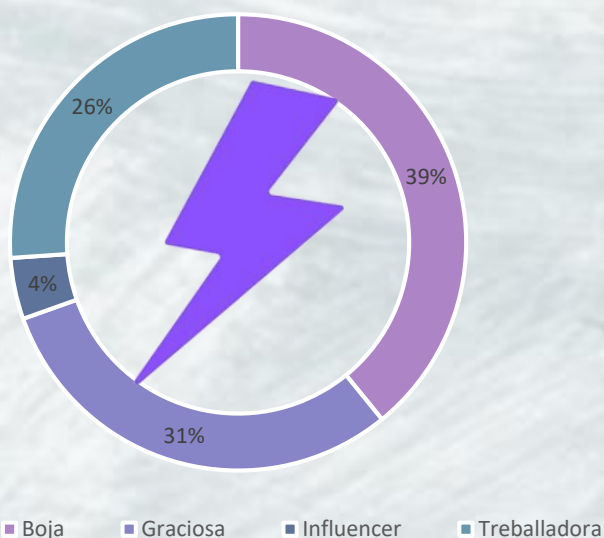


Cursant 4t de Periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona. Compta amb un grau superior en Realització de projectes audiovisuals i espectacles. Actualment treballa com a col·laboradora al Diari de Tarragona. Experiència a través de pràctiques a RAC 1 i Tarragona Ràdio.



## "Projecte d'influencer i de persona"

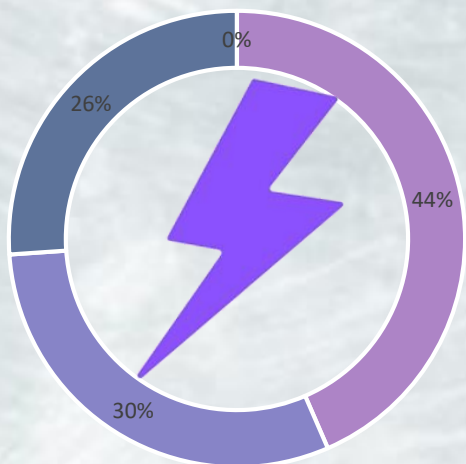
Miriam Gómez, secció #L4L



Compta amb un grau superior en Guia, informació, assistència turística amb perfil d'animació. 3 anys d'estudi de fotografia. Experiència laboral a Port Aventura i també com a *au pair* a Irlanda. Nivell d'anglès alt.

## “Ni fiministi ni michisti”

Beth Travesset, secció Ultravioleta



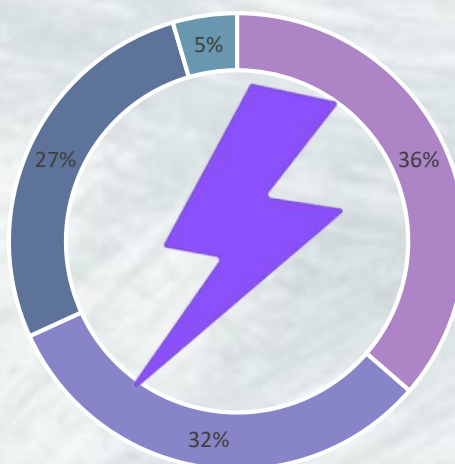
■ Feminista ■ Extrovertida ■ Pesada ■ Votant de VOX

Grau mitjà de Laboratori d'Imatge (fotografia), Grau Superior d'Arts Gràfiques, Grau superior de Realització de projectes audiovisuals, i actualment estudiant de Grau de Comunicació i Periodisme Audiovisuals a Lleida. Com a experiència professional: 10 mesos de Realitzadora a Canal Reus TV i 3 mesos d'Operadora de càmera per 8TV.



## “No consulta sense cervesa prèvia”

Elena Martín, secció El Consultorio

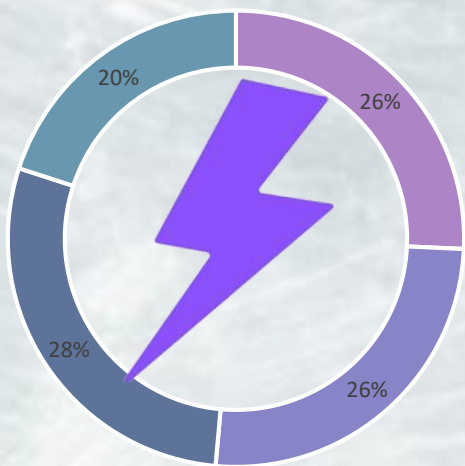


■ Empàtica ■ Espiritual ■ Pacient ■ Seriosa

Actualment cursant 3r de Periodisme a la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona. Compta amb un grau superior en Realització de projectes audiovisuals i espectacles.

## “No va al cine per les crispetes”

Nassira El Morabit, secció de cine i sèries



■ Cinèfila ■ Friki de sèries ■ Fan de Doctor Who ■ Crítca



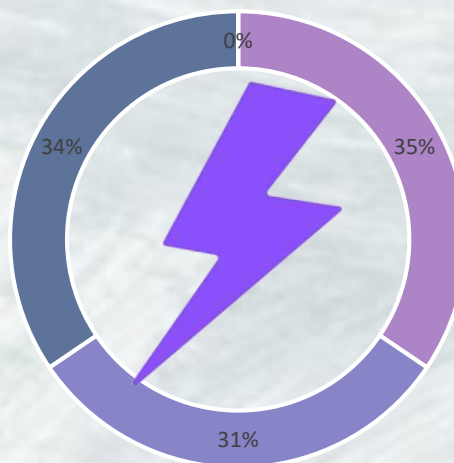
Llicenciada en Periodisme a la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona. Compta amb un curs realitzat a la Universitat del Salvador, a Buenos Aires, Argentina. Experiència laboral a través de pràctiques al diari digital de Tarragona, La Ciutat. Parla cinc idiomes: català, castellà, àrab, anglès i francès.



## “Controladora però simpàtica”

Alba Jiménez, la nostra tècnic.

Cursant 4t de Periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona. Compta amb experiència a la ràdio i com a tècnic gràcies a la realització del programa “Alma Cultural” a la ràdio de la UAB durant dos anys.



■ Bona oïda ■ Experta en mímica ■ Adicta al cafè ■ Fan del reggaeton



## CRITERIS D'ELECCIÓ

- Un dels criteris principals per a la seva elecció és poder comptar amb persones catalanoparlants i castellanoparlants per tal que al programa es pugui escoltar de forma equilibrada els dos idiomes.
- Per altra banda, la seva formació o experiència en el món audiovisual o periodístic també és un aspecte important a tenir en compte i que totes compleixen.
- Per últim, les seves aptituds i la seva capacitat d'expressió i de desenvolupament en un mitjà també són condicionants rellevants



*Fotografia del vídeo realitzat per presentar l'equip.*

## EL PROGRAMA

### • PAUTA/ESQUEMA

Programa MAFALDA - **Exemple Dilluns** (*varia cada dia de la setmana, veure la graella*)

SECCIÓ	CONTINGUT	LOCUCIÓ	DURACIÓ	TEMPS TOTAL
<b>Sintonia programa</b>			20''	23:00:20
<b>Presentació</b>	Inici del programa. Benvinguda als oients.	Conductora (Laura Rovira)	3'	23:03:30
<b>Separador musical</b>	Separador secció		10''	23:03:40
<b>Repàs actualitat</b>	Comentari de l'actualitat del dia amb humor	Conductora + col·laboradores fixes (Beth i Miriam)	15'	23:18:40
<b>Cançó</b>	Tema musical amb justificació o breu introducció		3'20''	23:21:00
<b>El reportatge</b>	Breu reportatge d'un tema d'interès.	Peça gravada prèviament.	15'	23:36:00
<b>Separador musical</b>	Separador		10''	23:36:10
<b>Cortina musical</b>	Presentació secció		20''	23:36:30
<b>El consultorio</b>	Escolta d'àudios enviats pels oients amb dubtes de tot tipus, en clau d'humor. Posterior resposta de l'encarregada de la secció.	Encarregada de la secció (col·laboradora eventual, Elena Martín) <ul style="list-style-type: none"> <li>participació conductora i col·laboradores fixes</li> </ul>	20'	23:56:30
<b>Xarxes Socials</b>	Recull de missatges per part dels oients a les xarxes socials del programa.	Conductora + col·laboradores fixes	3'30''	23:59:00
<b>Comiat</b>	Comiat del programa	Conductora	1'	00:00:00

## GRAELLA

DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES
Sintonia + Presentació	Sintonia + Presentació	Sintonia + Presentació	Sintonia + Presentació	Sintonia + Presentació
Repàs Actualitat	Repàs Actualitat	Repàs Actualitat	Repàs Actualitat	Repàs Actualitat
CANÇÓ	CANÇÓ	CANÇÓ	CANÇÓ	CANÇÓ

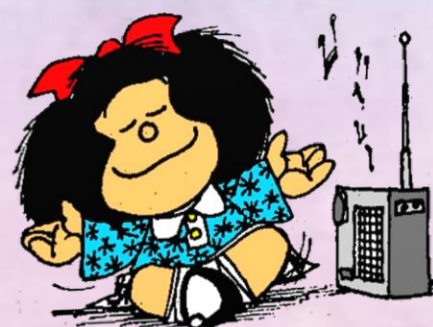
DILLUNS	
15'	Reportatge
20'	El consultorio
5'	Reaccions oients, xarxes socials + COMIAT

DIMARTS	
20'	Micro obert. Debat social
15'	#L4L
5'	Reaccions oients, xarxes socials + COMIAT

DIMECRES	
20'	L'entrevista
15'	Ultravioleta
5'	Reaccions oients, xarxes socials + COMIAT

DIJOUS	
15'	Ultravioleta
20'	#L4L
5'	Reaccions oients, xarxes socials + COMIAT

DIVENDRES	
20'	Cine + sèries
10'	Eventos. Avisa a Laura si assistirás...
10'	L'àudio de whatsapp de festa + Cançó + COMIAT



MAFALDA tindrà una duració d'una hora, de 23.00h a 00.00h, la millor forma d'acabar un dia.

La primera part del programa seguirà sempre una mateixa estructura tot i que l'actualitat mana i estarem al servei del contingut.

**La presentació:** Inici de programa i benvinguda a tots els oients.

**Repàs actualitat:** Amb dues col·laboradores fixes es comentarà l'actualitat del dia centrant-nos ens els temes més rellevants i dedicant un espai diari a les últimes notícies sobre violència de gènere.



**Cançó:** Com a separator i per començar amb la segona part del programa i de les seccions s'utilitzarà una cançó.

La segona part del programa canviarà depenent del dia de la setmana i consistirà en diferents seccions.

### DILLUNS

- **El reportatge: (català)** Reportatges de tota mena on la temàtica serà elegida pels oients o bé un tema considerat d'interès o d'actualitat.
- **El Consultorio: (castellà)** Simulació d'un consultori on els oients envien a través d'àudios de whatsapp o missatges a través de les xarxes socials els seus dubtes o problemes i on l'Elena junt amb la resta de l'equip donarà resposta amb molt enginy i humor. A càrrec d'ELENA MARTÍN.

### DIMARTS

- **Micro obert: (català)** Es tracta d'una secció dedicada als oients i on es donarà veu a persones anònimes però amb una història interessant darrere. Com també es portaran a terme debats on el tema serà elegit pels oients. A càrrec de LAURA ROVIRA.



- **#L4L, Like for Life: (castellà)** Espai basat en l'humor on entra tota classe de temàtica i on es pot parlar de tot, **l'important és riure**. A càrrec de MIRIAM GÓMEZ.

### DIMECRES

- **L'entrevista: (català/castellà)** Entrevista a una persona d'interès. A càrrec de LAURA ROVIRA.
- **Ultravioleta: (català)** Secció dedicada al feminisme i que pot englobar tota mena de contingut, des de les històries de les figures femenines invisibilitzades històricament com un repàs crític de les últimes notícies sobre el tema i de com es publiquen fins a un contingut més divertit com petits reportatges que tractin amb humor el feminisme. Tot hi pot entrar, un espai dedicat al moviment feminista amb respecte i amb un to crític i reivindicatiu com a base. A càrrec de BETH TRAVESSET.

### DIJOUS

- **Ultravioleta**
- **#L4L**

### DIVENDRES

- **Cine i sèries: (català)** Secció basada en la informació d'actualitat de sèries o pel·lícules, tant de televisió com de plataformes com Netflix com també el repàs de les estrenes de cinema de cara al cap de setmana. S'intentarà fer especial esment a aquelles obres en les quals hagin participat dones en la seva direcció, producció o que tinguin un paper protagonista. A càrrec de NASSIRA EL MORABIT.

**Avisa a Laura si assistirás...:** Secció que informarà sobre els esdeveniments més destacats de les principals ciutats de Catalunya.



AVISA A LAURA  
SI ASISTIRÁS...



**Àudio whatsapp + Cançó:** Per acabar el programa i donar pas al cap de setmana, cada divendres escoltarem un àudio graciós de festa del cap de setmana anterior enviat per algun dels nostres oients.

- 
- Cal tenir en compte que en el contingut del programa es pot incloure publicitat i espais musicals i que l'estimació del temps pot variar segons el ritme del programa.
  - També cal pensar en la incorporació entre els diferents espais de cortines musicals o separadors i la sintonia per començar i acabar el programa.
  - La indicació de l'idioma en cada secció fa referència a l'idioma predominant i principal de la secció, ja que en cap moment serà exclusiu i si alguna col·laboradora vol participar en català o en castellà no hi hauria cap problema, aquesta és l'essència del programa.

Per altra banda, les seccions que no tenen cap idioma marcat són les que no van a càrrec de cap persona en concret i per tant es faran de forma conjunta amb les dues col·laboradores fixes del programa, que com hem dit anteriorment, cadascuna parlarà en una llengua diferent.



## ***A qui volem vendre* MAFALDA ?**

El sistema del programa serà de coproducció respecte a l'emissora que compri el projecte, és a dir, l'equip de treballadores de Mafalda serà propi però l'estudi i els recursos de producció tècnica així com els aspectes més administratius o publicitaris es faran des de l'empresa de l'emissora.

Les principals característiques de l'emissora a la qual es vol vendre el projecte de Mafalda són les següents:

- **Emissora privada**
- **Àmbit autonòmic (Catalunya)**
- **Paper important de l'emissora a internet**
- **Programació generalista**

Dins d'aquests paràmetres, les emissores que encaixen són:

- RAC 1
- CADENA SER. Catalunya
- Onda Cero Catalunya

A continuació, farem un breu resum informatiu de cada emissora i el plantejament pel qual s'hauria d'incloure Mafalda en la seva programació i per quin programa es podria substituir.

Rac 1, segueix sent l'emissora de ràdio líder a Catalunya i el programa "El Món a Rac 1", el més seguit amb 642.000 oients, segons l'EGM de l'abril del 2019. És propietat del Grup Godó i és una ràdio relativament jove, amb 19 anys de trajectòria. És una emissora generalista que compta amb tota mena de programes però on l'entreteniment i l'actualitat esportiva tenen un paper clau. La seva programació s'emet íntegrament en català. Es pot escoltar a Catalunya, la franja d'Aragó, Andorra, Pirineu i a punts de les Illes Balears. A la resta de territoris es pot seguir únicament per internet.



Les veus més representatives i conegudes de la ràdio són Jordi Basté, Toni Clapés, Albert Hom o els Òscars. Tot i que també hi ha veus femenines importants al capdavant d'un programa, són espais de poca duració i en una franja horària allunyada al prime time radiofònic, com és el cas del Tot és possible de l'Elisenda Camps (15.00-16.00h) i No ho sé d'Agnès Marquès (20.30-22.30h). Per tant, la falta de veus femenines en la conducció i direcció d'un programa pot ser una oportunitat per incloure Mafalda i apostar per una graella més igualitària.

Per altra banda, RAC 1 no presenta cap espai similar a Mafalda i seria una aposta innovadora i que podria suposar una injecció d'aire fresc i una diferenciació amb la competència. A més, podria suposar una aproximació real i eficaç amb un públic més jove. L'espai que ocuparia Mafalda podria ser després del programa No ho sé, a les 22.30 i acabar a les 23.30 i per tant, treure una hora al programa Tu diràs de Roger Saperas. Una reestructuració que podria funcionar, ja que suposaria un canvi radical per l'oient i una forma de trencar la monotonia i l'estructura i poder pujar l'audiència en una hora en què la majoria de competència no té una oferta similar. Per altra banda, també podria ubicar-se de 00.00 a 01.00h de la matinada i treure la part final de Tu diràs i apostar per acabar la jornada amb un plat fort, dinàmic i juvenil, que de la mateixa forma que en l'anterior horari, no tindria competència pel que fa a l'oferta.





Cadena Ser pertany al Grup radiofònic Prisa Radio tot i que tenen accions també el Grup Prisa i el Grup Godó. A diferència de la joventut de RAC 1, aquesta ràdio va fer la seva primera emissió el 15 d'octubre del 1924. És de caràcter generalista i d'àmbit nacional tot i que compta amb programació pròpia per a Catalunya.

Aquesta emissora és la que més s'aproxima al perfil de Mafalda i la que més ha demostrat apostar per innovacions i nous espais radiofònics com va ser el cas de La Vida Moderna. Tot i tenir una programació més trencadora, tampoc hi trobem un espai similar a Mafalda i per tant suposaria una nova incorporació d'un format reivindicatiu i diferent i podria servir per consolidar la imatge de Cadena Ser com una emissora per als més joves que aposta per reinventar la ràdio.

Més enllà de Pepa Bueno, les veus femenines són molt escasses, per tant, Mafalda també suposaria un reequilibri en la igualtat i la cadena sumaria punts pel que fa al feminisme.

L'horari de Mafalda (23.00-00.00h) el situaria just abans del Carrusel Deportivo i trauria temps a Moguts per l'espanyol. Sens dubte, trencar amb la programació esportiva i donar a l'oient una pausa amb un contingut molt diferent podria aportar un millor ritme a més d'una major competitivitat en comparació a la resta de cadenes. Es mantindria la informació esportiva però a més, comptarien amb un espai diferent i únic en la programació.

Onda Cero pertany al grup radiofònic Atresmedia Radio i té una trajectòria de 29 anys, ja que la seva emissió es va realitzar l'any 1990. És generalista i d'àmbit nacional i igual que Cadena Ser, també compta amb programació pròpia per a Catalunya.



Julia Otero és una de les veus més representatives de l'emissora i de les poques femenines que es poden escoltar en la seva programació. Novament, la incorporació d'un espai radiofònic format totalment per dones aportaria un major equilibri.

Onda Cero Catalunya aposta per una ràdio més participativa basada en l'entreteniment i amb veus joves, trets que s'ajusten al perfil del format de Mafalda i pels quals podria tenir una bona oportunitat en la seva programació.

Mafalda s'enfrontaria, novament, contra l'actualitat esportiva i substituiria el programa El Transistor. Seria complicat la reestructuració, ja que és un espai potent i un perfil molt reconegut a l'emissora. Per tant, es podria ubicar entre La Brújula (20.00-23.30h) i El Transistor (23.30-01.30h) i treure una mica de cada programa. Aquesta incorporació suposaria una aposta de la cadena per aproximar-se a una línia més trencadora i destinada a un públic més jove i revitalitzar la ràdio i a més guanyar competitivitat amb un programa diferent. També hi hauria la possibilitat de passar Mafalda a la franja horària de matinada i fer com el format de La Vida Moderna de Cadena Ser i funcionar principalment a través de xarxes socials i podcasts.

Sens dubte, Mafalda suposaria un canvi important a Onda Cero però també necessari i que donaria a l'emissora un perfil més actualitzat.

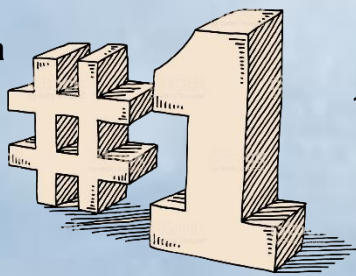
## El nostre equip

El salari i coordinació de l'equip serà intern i es vendrà conjuntament amb el programa. Mafalda també és el resultat del treball d'un equip que ho fa possible.

A continuació, s'exposa el corresponent salari de les treballadores de l'equip, segons l'article 27 del BOE es determinen a través del Conveni Col·lectiu Estatal de Radiodifusió Sonora Comercial. Aquests són els diferents grups professionals i el seu respectiu salari base mínim de grup a l'any que ha de ser distribuït en 14 pagues (2 pagues extraordinàries).

Grup 1. Directors d'àrea	19244,75
Grup 2. Caps i responsables	17732,22
Grups 3. Tècnics	16980,78
Grup 4. Administratius	14194,26
Grup 5. Assistents i auxiliars	11537,05

- **Laura Rovira**



Direcció i conducció del programa.

$19244,75 / 14 = \mathbf{1374,62\text{€}}$

(2 pagues extraordinàries)

En aquest grup professional s'inclouen totes aquelles activitats que per analogia són equiparables a tasques d'organització, coordinació, planificació i supervisió de treballs de les diferents seccions, de l'edició i emissió informativa.

- Laia Molné



Producció.

17732,22 / 14= **1266, 59€**

(2 pagues extraordinàries)

En aquest grup professional s'inclouen totes aquelles activitats que per analogia són equiparables a labors d'integració, ordenació i supervisió de les tasques del conjunt de treballadors de cada àrea d'activitat de l'empresa i funcions de coordinació i supervisió dels recursos humans i tècnics de l'àrea d'explotació per a atendre les necessitats de producció.

- Miriam Gómez

- Elisabeth Travesset

- Alba Jiménez



Redacció i tècnic.

16980,78 / 14 = **1212, 91€**

(2 pagues extraordinàries)

En aquest grup professional s'inclouen totes aquelles activitats que per analogia són equiparables a treballs de redacció i d'emissió de la informació, ja sigui per mitjà de l'edició. També l'adaptació de materials elaborats a través de mitjans tecnològics, audiovisuals i/o informàtics. Així com la realització i locució de programes i anuncis. En aquest grup també s'inclouen tasques dirigides cap als/les tècnics com el control de sortida en antena.

La classificació dels grups professionals i les característiques que els delimiten han estat extrets del Conveni Col·lectiu Estatal de Radiodifusió Sonora Comercial.

Mafalda també compta amb dues col·laboradores eventuais, Elena Martín i Nassira El Morabit, que tindrien una secció setmanal cadascuna. Arran de l'assessorament amb

direcció de l'emissora RAC1, establím un estàndard no escrit però comú al panorama radiofònic del pagament de **100€ per hora per les col·laboradores**.

Cadascuna comptaria amb un espai de 20 minuts aproximadament a la setmana. Ja que es tracta d'una decisió interna que no es regula pel conveni, el càlcul és aproximat.

Es podria arrodonir a 30 minuts cada secció per tal que en un mes cada col·laboradora faci un total de dues hores, és a dir, **200€**.

## UN PROJECTE DE FUTUR

Mafalda és només l'esborrany d'un somni. Una idea per entrar al món de la ràdio i poder utilitzar aquest històric mitjà com una possible eina a través de la qual puguem canviar algunes coses. Arribar a les noves generacions a través de veus diferents que presenten estructures i continguts diferents. Apostar per l'entreteniment amb un discurs crític i reivindicatiu i servir com a model o antecedent d'un canvi social que ha de començar de forma mediàtica. És la responsabilitat dels nous comunicadors i comunicadores irrompre en els mitjans amb noves idees, amb noves visions. Renovar-se per avançar i sobretot seguir aprenent sempre.

Després d'haver realitzat aquest projecte, la confiança personal per tirar endavant aquesta idea ha augmentat. A través d'un petit i general anàlisi del panorama radiofònic estatal i autonòmic, hem comprovat que la desconexió dels joves amb aquest mitjà no és una suposició, sinó que les dades ho confirmen. Per altra banda, l'escassetat d'antecedents o d'idees innovadores que hagin tingut l'oportunitat de tenir un lloc en una graella reconeguda també parla molt de la rigidesa de l'estructura radiofònica actual i la falta de formats que trenquin amb una convencionalitat que ha d'evolucionar.

Mafalda és una petita combinació de les exigències d'un context social reivindicatiu on el feminisme està ocupant el protagonisme social que es mereix i on front un món tan connectat i malauradament, també intoxicat d'informació, generar consciència crítica és clau per assegurar que les noves generacions tinguin un pensament crític. Per altra banda, Mafalda també és entreteniment, humor absurd tot i que sempre amb una base crítica. En resum, a Mafalda et pots trobar de tot, des d'una secció on et riuràs de les històries i gairebé monòlegs de la Miriam, un reportatge del 8M amb veus del moviment feminista Argentí, l'actualitat de les últimes sèries i pel·lícules, especialment les de segell femení fins a la informació dels esdeveniments més destacats a la teva ciutat de cara al cap de setmana. Mafalda és això i molt més, un reflex de la societat i un altaveu sempre obert i accessible a les minories i a les lluites socials. Un espai radiofònic innovador per parlar el món i encendre la ràdio.

De moment, Mafalda és un projecte en paper amb moltes hores de treball i planificació darrere. Una idea per explotar i donar-li forma que compta amb el suport de companyes que també volen canviar les coses i amb el convenciment i seguretat d'una estudiant de periodisme que té clar que aquest és el seu projecte de futur que va néixer fa poc més d'un any a un banc del barri de San Telmo d'Argentina.



*San Telmo, Buenos Aires, 2018*

## BIBLIOGRAFIA i WEBGRAFIA

- Daniel Torras i Segura (2018). La ràdio. Barcelona. Editorial UOC. Col·lecció Manuals.
- Josep M. Martí (2016). 51 ideas para hacer una buena radio. Barcelona. Editorial UOC. Col·lecció Manuals.
- Nereida LÓPEZ, Leire GÓMEZ y Marta REDONDO (2014): “La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: Hacia un consumo on line de música y entretenimiento”.
- Montse Bonet Bagant (2007): “Nuevos caminos para la radio. Un proceso productivo digital para un negocio analógico”. Telos: cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad, Núm. 73
- M Gutiérrez, JM Martí, I Ferrer, B Monclús, X Ribes (2014): “Los programas radiofónicos españoles de prime time en Facebook y Twitter: Sinergias entre la radio convencional y las redes sociales”. Revista Latina de Comunicación Social, 69, pp. 418 a 434.
- BONET-BAGANT, M. (2017): “¿Qué hay de nuevo, radio? Claves para un análisis sobre el futuro de la radio española desde el constructivismo social de la tecnología”. En Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, vol. 4, número 7, pp. 14-21.
- J. M. MARTÍ (2010): “La crisi del consum radiofònic juvenil a Catalunya”. Quaderns del CAC 34, vol. XIII.
- MARÍA GUTIÉRREZ, XAVIER RIBES Y BELÉN MONCLÚS (2011): “La audiencia juvenil y el acceso a la radio musical de antena convencional a través de internet. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD. Vol. XXIV, Núm. 2.
- Universitat Autònoma de Barcelona, coordinadors: Josep Maria Martí i Belén Monclús: “Informe sobre la Ràdio a Catalunya, 2012-2014”.
- Toni Sellas (2014): “La ràdio a les xarxes socials. Informe final per al consell de l'audiovisual”



- ORTIZ-SOBRINO, M. A. (2017): “De la post-radio convergente a la radio híbrida”. En Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, vol. 4, número 7, pp. 1-5.
- Estudi General dels Mitjans (EGM) 2018: 2ª Ola del Estudio General de Medios.
- AIMC (2018): Resumen General EGM de febrero a noviembre de 2018.
- BOA. Resolució del 27 de novembre de 2017 de la Direcció general de Empleo. Conveni col·lectiu estatal de radiodifusió sonora i comercial.
- Pàgina web oficial de RAC1. <https://www.rac1.cat/>
- Pàgina web oficial de Cadena Ser. <https://cadenaser.com/>
- Pàgina web oficial Onda Cero. <https://www.ondacero.es/>
- Pàgina web oficial RNE. <http://www.rtve.es/radio/>
- Pàgina web oficial de Las que faltaban del canal Cero de Movistar+. <http://www.movistarplus.es/cero/lasquefaltaban>
- Pàgina web oficial de Yu, no te pierdas nada de Los 40 Principales. <https://yu.los40.com/>
- Pàgina web oficial de Quino, creador de Mafalda. <https://www.quino.com.ar/>

## **ANNEXOS**

1. Formulari amb les respostes de l'enquesta: "Què t'agradaria escoltar?"
2. Reportatge radiofònic: #8M las voces de la revolución
3. Escaleta i guió del pilot del programa
4. Xarxes socials

## 1. QUÈ T'AGRADARIA ESCOLTAR?

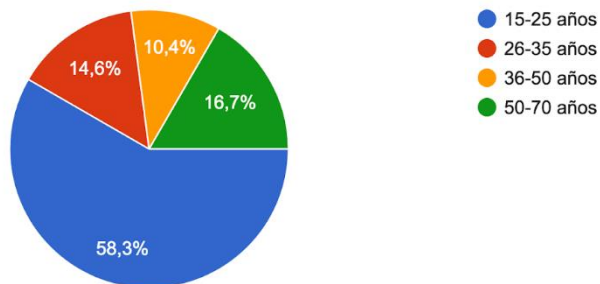
Aquesta és la pregunta clau i necessària que qualsevol projecte radiofònic hauria de fer als que vol que siguin els seus futurs oients.

Aquest és el breu qüestionari que Mafalda va realitzar i els seus resultats:



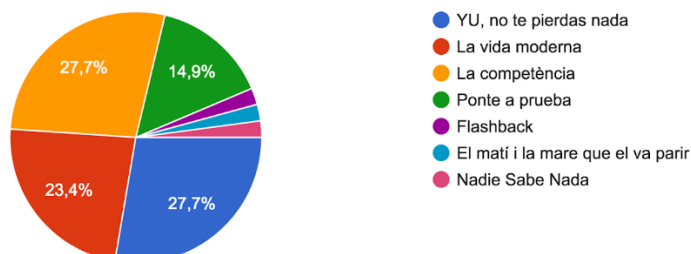
### Quina és la teva edat? / Cuál es tu edad?

48 respostes



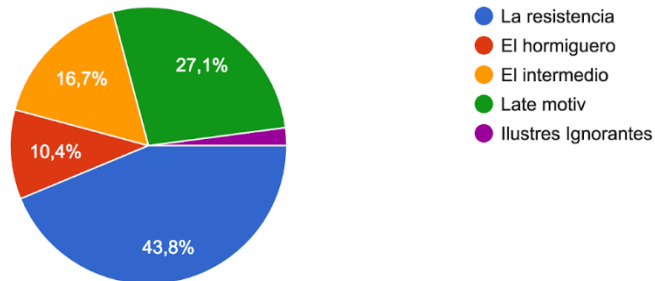
### Quin programa de ràdio t'agrada més? / Qué programa de radio te gusta más?

47 respostes



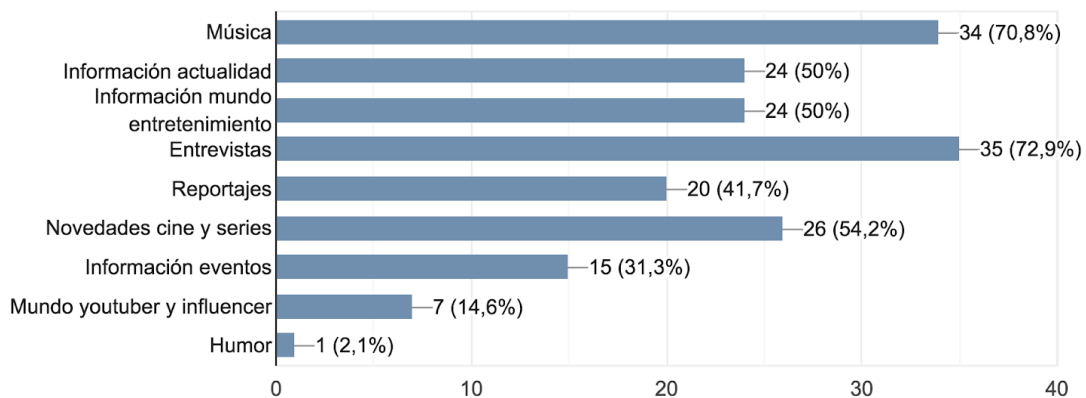
## Quin programa de televisió t'agrada més? / Qué programa de televisión te gusta más?

48 respostes



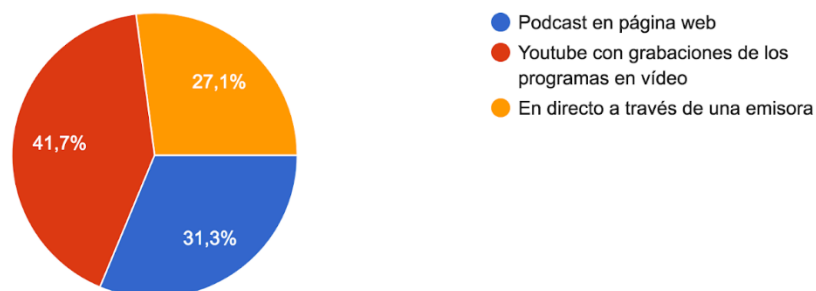
## Quin tipus de contingut t'agradaria trobar? / Qué tipo de contenido te gustaría encontrar? (mínimo dos opciones)

48 respostes



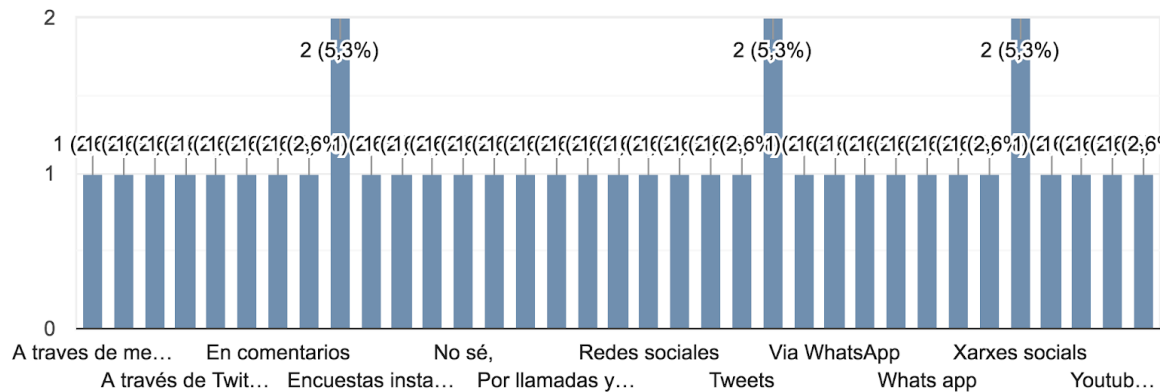
## Com t'agradaria seguir Mafalda? / Cómo te gustaría seguir Mafalda?

48 respostes



## De quina forma t'agradaria poder interactuar amb el programa? / De qué manera te gustaría interactuar con el programa?

38 respostes



## Quin tipus de secció t'agradaria escoltar? / Qué tipo de sección te gustaría escuchar?

31 respostes

- Historias de gente real, que puedan ayudar al resto. Tratado con respeto y si se puede, con un poco de humor. Buscar frases de mafalda que vayan con dicha historia...etc..
- Conversaciones absurdas
- Podria estar bé una secció només al activisme (social, artístic, ambienta,...). En general, qué s'està movent, QUI protesta i QUÉ es fa, on i com.
- Música
- Esports
- Entrevistas
- La millor pel·lícula de la setmana / recomanacions de cine
- Novetats musicals
- Món de la actualitat i entreteniment
- Informal y divertida
- Propostes i oferiments dels radio oients
- Debates sobre diferentes temas
- Informatiu/musica
- Entrevista
- Sección de música antigua de cualquier género
- Entreteniment
- La cultura crida bastant l'atenció, però ficar també alguna part relacionada amb la societat
- Una sección informativa con humor

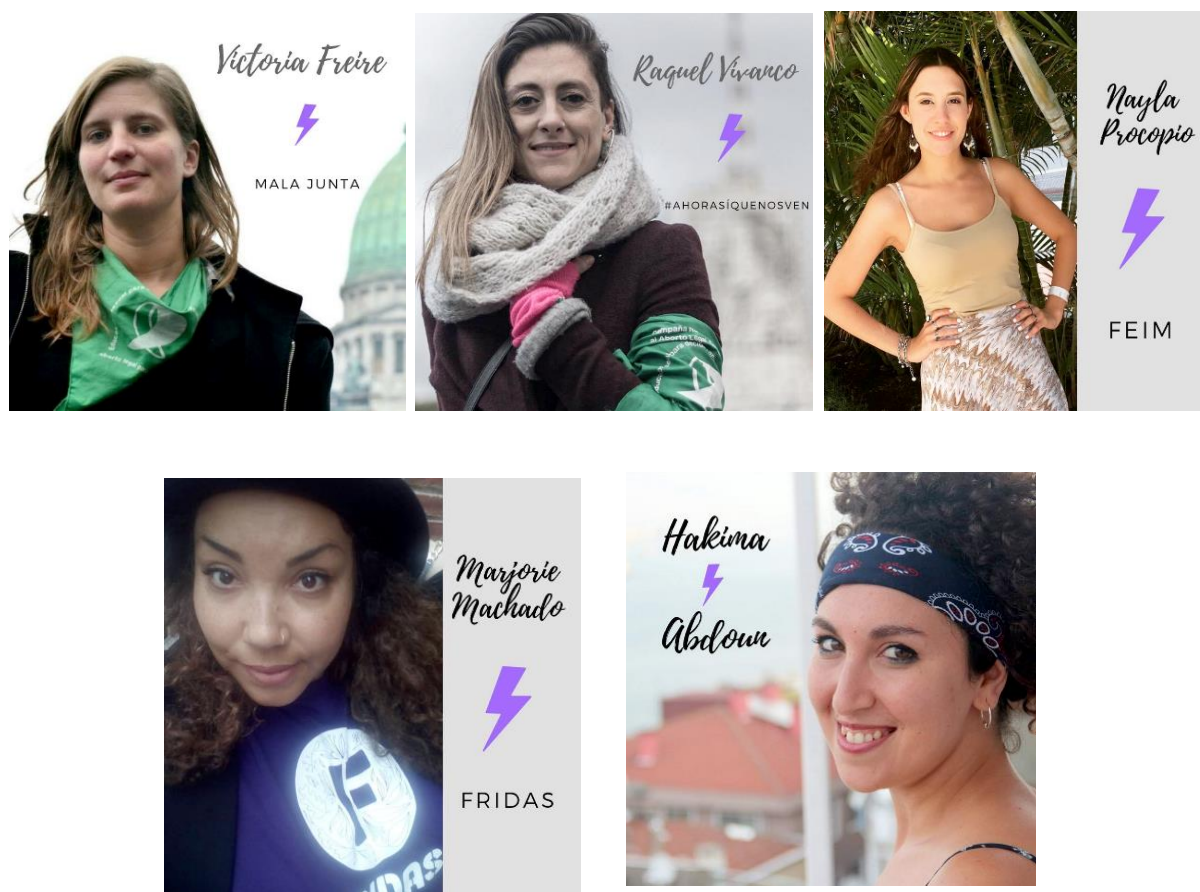
## 2. #8M las voces de la revolución

Amb motiu del #8M, Mafalda va realitzar el seu primer projecte en forma de reportatge radiofònic. A més, ja que al pilot trobem la part més humorística i d'entreteniment del programa, també era necessari poder mostrar l'altra cara del programa i la seva essència més feminista i reivindicativa.

Quina millor manera de celebrar el Dia Internacional de la Dona i reivindicar la vaga general que a través de les veus de la revolució feminista. En aquest reportatge hi participen **tres dirigents d'associacions feministes argentines** el col·lectiu **Fridas Feministas** de Tarragona i la **Hakima Abdoun**, una treballadora social entregada al activisme i al feminisme. Perquè és important el #8M? Perquè és important el feminisme? Val la pena dedicar 15 minuts del vostre temps a veus molt especials que ens expliquen com s'escriu la història.



Aquestes són algunes de les veus que formen part de la història de la lluita feminista. Del verd esperança del feminisme argentí, el tradicional lila de la lluita a Espanya i amb una veu rebel des del Marroc que reivindiquen que la revolució serà feminista o no serà.



El procés per contactar amb les tres dirigents argentines va ser a través de les webs oficials de cada organització amb un correu de contacte i també per les pàgines oficials de Facebook. En el cas de Fridas i Hakima, en canvi, una amiga em va passar el contacte per poder parlar amb elles personalment. La comunicació amb Victoria, Raquel i Nayla va ser telefònica i amb Marjorie i Hakima vaig tenir l'oportunitat de quedar presencialment. L'experiència personal ha estat excel·lent, continua tenint contacte amb Hakima i l'associació Fridas i totes van quedar molt contentes del resultat del reportatge.

### 3. El primer programa de Mafalda als estudis de RAC1. Escaleta i guió.

No podria ser un treball de fi de grau de projecte sense un pilot, una mostra del que és Mafalda però sobretot del que pot arribar a ser. En aquest pilot hem gravat tres seccions diferents, dues d'elles mostren la part més divertida del programa i l'altra l'essència reivindicativa més feminista però Mafalda és molt més.

El pilot es va gravar el dissabte 11 de març pel matí a un petit estudi cedit per RAC1. En aquesta ocasió, no va poder participar la Beth Travesset però en el seu lloc ho va fer molt bé Cristina Garceran, companya de carrera. Laia Molné, a més de tasques de producció també va ser la nostra tècnica ja que Alba Jiménez tampoc va poder venir. Per últim, mencionar que Paula Bautista, ens va acompanyar per gravar aquesta gravació i poder fer un petit muntatge a més d'un record inoblidable per tot l'equip.

En el pilot vam gravar la presentació amb un breu repàs de l'actualitat, la secció **#L4L** de la Miriam Gómez, la secció **El Consultorio** de l'Elena Martín, la secció **Ultravioleta** amb Cristina Garceran i per últim, un petit comiat a càrrec de la conductora Laura Rovira.



A continuació, podreu veure l'escaleta i el guió:



## MAFALDA

### 11 de Maig del 2019

#### SINTONIA

#### PRESENTACIÓ

Equip + xarxes socials

#### REPÀS ACTUALITAT

- Eleccions
- Violència de gènere
- Cartellera Cine

♪ **Cançó del Dia:** El Relámpago, Amaia Romero

#### EL CONSULTORIO - Elena Martín

1. David
2. María
3. Núria
4. Julia
5. Andrea

#### #L4L - Miriam Gómez

- ¿Por qué te quedan dos puntos del carnet?
- ¿Cómo sobrevivir siendo Miriam Gómez?

Consejos para sobrevivir a un festival:

1. La maleta
  2. El ukelele
  3. La salud, no siempre es lo primero
  4. Los imprescindibles
- Repaso de los mejores festivales del verano

#### #FEM - Kristina Garceran

#### CULTURA FEMINISTA

- Sèrie VIDA PERFECTA de Leticia Dolera
- Sèrie LES DE L'HOQUEI de TV3
- Nou disc de Lola Índigo: AKELARRE
- TRES VOLTES REBEL

#### COMIAT

## MAFALDA 11/05

### PRESENTACIÓ

#### 001 Sintonia MAFALDA

##### LAURA

I tant que és nostra, ho és i ho serà! Benvingudes i benvinguts a l'estrena d'aquesta bojeria, d'aquest nou programa... comença la màgia, la diversió, la lluita... això és MAFALDA, un espai radiofònic diferent, prepara't per PARAR EL MÓN I ENCENDRE LA RÀDIO

#### 001 Sintonia MAFALDA

##### LAURA

Abans de començar m'agradaria explicar molt ràpid que us trobareu, que escoltareu la pròxima hora... aquelles que hagueu rebut una sol·licitud de Mafalda Ràdio ja sigui per instagram, facebook o twitter ja us podreu fer una idea...

##### MIRIAM, ELENA, KRISTINA

Es que eres un poco pesada.... pero las redes sociales guay eh....

##### LAURA

Moltes gràcies, per sort se m'havia oblidat que estaveu aquí... aprofitaré per presentar part del meu equip o dit d'una altra manera las moscas cojoneras que sentireu durant tot el programa...

##### KRISTINA

Cojoneras nada, que aquí totes tenim ovaris...!

##### LAURA

A la meua esquerra la dona amb més ovaris de València. Li encanta anar al gym, el sushi i vestir de desigual... amb totes vosaltres, Kristina Garceran!!!

#### 002 APLAUDIMENTS

##### KRISTINA

Gràcies....

##### LAURA

A la meua dreta, una persona que no podía faltar en este programa como tampoco puede faltar en mi vida, porque aunque sea merengue es de las personas más geniales que he conocido...Elena Martín!!

#### 002 APLAUDIMENTS

##### ELENA

-----

**LAURA**

I per últim, en el centro y pa dentro como las incalculables cervezas que nos hemos tomado juntas, con dos puntos del carnet y con más chartrese que sangre en el cuerpo, un proyecto de influencer y de persona... amb totes vosaltres, Miriam Gómez!!!

**002 APLAUDIMENTS**

**MIRIAM**

Gran presentación mejor persona

**LAURA**

Aquestes personatges m'aniran acompanyant durant tot el programa, espero que les escolteu molt més, m'han ajudat a construir Mafalda i cadascuna té una secció que val la pena descobrir...

**MIRIA, ELENA i KRISTINA**

.....

**LAURA**

També vull presentar, abans de continuar, a una persona que no escoltareu però que està present durant tot el programa, ella és la pelirroja más sexy de Torredembarra, la millor productora que podria tenir i per avui, també la tècnic encarregada de que tot això tingui una mica de ritme, ella és Laia Molné!!! Moltes gràcies per estar aquí!

**002 APLAUDIMENTS**

**MIRIAM**

¡Brava, Mastodonta....!

**LAURA**

Encara no he explicat res de Mafalda però ja que hem començat i una vegada comencen, aquestes no callen, millor que ho aneu descobrint vosaltres mateixes poc a poc... de nou BENVINGUTS i BENVINGUDES!

**KRISTINA**

Recorda que ens poden seguir a les nostres xarxes socials, que necessitem followers nena!

**LAURA**

Totalment cert. Ens podreu trobar a Facebook, Twitter i Instagram amb el nom de Mafalda Ràdio, on anirem pujant cosetes... com el making off d'aquest pilot gràcies a Paula Bautista que també ens acompanya avui i que sin saberlo ni quererlo se ha convertido en nuestra realizadora.

**ELENA**

.... Oye y que además, nos pueden escribir que yo lo voy cotilleando y así sabemos que os parece el programa y si tenéis alguna propuesta o sugerencia...

**LAURA**

Exacto, ja anireu descobrint que a Mafalda vosaltres sou una més i que elegireu molts dels temes de les nostres seccions.

**MIRIAM**

Oye y tu no te presentas o qué? PREGUNTO

**ELENA**

Va que te presentamos nosotras....

**LAURA**

Gràcies per tantes paraules boniques... en fi, em tindreu conduint aquest espai i intentaré que mereixi la pena. Gràcies a totes per escoltar-nos i sobretot a aquelles que encara no s'han cansat i segueixin aquí. Ara sí que sí, **COMENCEM!**

**003 REPÀS ACTUALITAT**

**REPÀS ACTUALITAT**

**LAURA**

Comencem el repàs de l'actualitat fent menció a una trista notícia, la mort d'Alfredo Pérez Rubalcaba als 67 anys després de què el dimecres fos ingressat d'urgència a causa d'un ictus. Un històric del partit socialista va ser una figura molt rellevant en el canvi de rumb del partit i molt afí a Pedro Sánchez qui ha cancelat el seu viatge a Barcelona pel Saló del automòvil.

Aquest tràgic succés marca el punt de partida de la campanya electoral per les eleccions municipals i europees del pròxim 26 de maig.

Campanya que també comença amb el CIS que preveu una clara victòria de l'esquerra arreu d'Espanya i que també guanyaria a la Comunitat de Madrid. Aquí a Barcelona, les enquestes revaliden l'alcaldia a Ada Colau per la mínima i parlen d'un empat tècnic amb ERC.

**ELENA**

Hablemos de la inusual campaña que les ha tocado hacer a Manuela Carmena e Íñigo Errejón. Recordemos que la Junta Electoral prohibió a los líderes de Más Madrid realizar la campaña prevista. Y aunque, finalmente, van a permitir que Manuela Carmena participe en debates, su compañero sigue vetado.

**KRISTINA**

Des del PP parlen de remuntada i basen el seu discurs de campanya en polítiques moderades i en un constant atac a Ciudadanos que després de les eleccions generals semblen ser el nou enemic a batre.

## **MIRIAM**

Por su parte, Rivera seguiría demostrando la fortaleza de Ciudadanos con unos resultados poco alejados a los del PP. La fuerza naranja empieza la campaña con optimismo esperando mejorar sus resultados y con la atención de su discurso en Europa.

## **LAURA**

Per últim, el PSOE arranca la seva campanya amb un homenatge a Rubalcaba, que segueix ingressat després d'haver patit un ictus. El partit de Pedro Sánchez es torna a alçar com el clar guanyador de les eleccions.

Ens queden dues setmanes molt intenses d'actualitat política. Des de Mafalda esperem que la participació torni a ser un èxit, així que ja ho saps, no t'ho pensis, informa't i vota.

## **004 RÁFAGA**

### **LAURA**

El suprem ha fixat pel 21 de juny la vista pública per revisar la sentència de "La Manada". Els magistrats han de decidir si l'atac a la jove va ser abús o agressió sexual.

### **MIRIAM**

Dos detenidos por difundir mensajes contra Laura Luelmo en Instagram. Los arrestados, que se alegraban de la muerte de la profesora, llegaron a utilizar cinco perfiles distintos.

### **ELENA**

El número de asesinatos por violencia de género en lo que va de año duplica al de 2018. Entre el primero de enero y el uno de mayo de este año, las víctimas por esta violencia ascienden a 22, prácticamente el doble de las registradas en el mismo período de 2018 que ascendió a 12, según fuentes oficiales.

## **004 RÁFAGA**

### **LAURA**

Per acabar amb aquest petit repàs i aprofitant que estem a dissabte, repassem la cartellera i les estrenes de la setmana... i comencem parlant de Pókemon, un dels animes de més èxit mundial que arriba a la pantalla gran amb l'estrena de la pel·lícula: **Pokémon: detective Pikachu**, una adaptació del mític videojoc que espera triomfar en taquilla gràcies als seus milions de seguidors.

## **005 PIKACHU**

### **ELENA**

Seguimos con uno de los estrenos más destacados: **Los Hermanos Sisters**, un western ambientado en plena fiebre del oro y que se convertirá en un viaje que pondrá a prueba el vínculo entre los dos hermanos protagonistas.

#### **MIRIAM**

Vamos con **Timadoras Compulsivas**, una comedia americana que ha conseguido unir a Anne Hathaway y Rebel Wilson, un carismático dúo dispuesto a hacerse con todo el dinero de aquellos hombres "de mente pequeña".

#### **006 TIMADORAS**

#### **KRISTINA**

Y per últim: **De la India a París en un armario de Ikea**, és una comèdia romàntica basada en el viatge no desitjat de Aja i que sense voler-ho li canviarà la vida per sempre.

#### **004 RÁFAGA**

#### **LAURA**

Acabem aquesta primera part del programa amb la cançó del dia i aquesta setmana no podia ser un altra que no fos ella. Després d'haver guanyat Operación Triunfo 2017 i de convertir-se en tot un fenomen, per fi sembla que el disc de Amaia Romero està més aprop que mai, ja ha presentat algunes de les cançons a un festival de Murcia i la gent s'ha tornat boja.... la mateixa bojeria que va despertar amb la cançó que escoltarem ara, un tema que transmet totalment l'essència de l'Amaia.

Això és El Relámpago, el nou single de l'Amaia Romero.

#### **007 AMAIA**

## **EL CONSULTORIO 11/05**

<b>TEMA: GENTE RARA</b>
-------------------------

#### **008 Sintonia Consultorio**

#### **LAURA**

Tengo que decir que la música de tu sección es la que más me gusta... Qué ganas de decir esto... por fin abrimos el consultorio de Elena!!

#### **ELENA**

.....

#### **LAURA**

Pero sabes que he pensado que le podríamos dar una vuelta al nombre... porque el consultorio me suena que ya está pillado...

**ELENA**

(Propuesta para que los oyentes elijan el nombre de la sección)

**LAURA**

A través de nuestras redes sociales publicaremos próximamente una encuesta para que nos digáis vuestras propuestas...

**ELENA**

(A ver, no valen nombres absurdos o feos hacía mi persona eh...)

**LAURA**

Bueno, ¿qué nombre le ponemos el consultorio de hoy?

**ELENA**

“GENTE RARA”

**LAURA**

Así, tal cual, me encanta... pero esto da para mucho...

**DAVID, MALA OLOR CACA COMPAÑERO DE PISO**

**ELENA**

Nuestra primera consulta es de David que tiene problemas de olores con su nuevo compañero de piso y nos pide consejo...

**009 CONSULTORIO 1 (40'')**

**ELENA**

Respuesta

**COMENTARIOS LOCUTORAS**

**MARÍA Y SU OBSESIÓN CON LAS LAVADORAS**

**ELENA**

Hay gente limpia y luego está María que tiene una obsesión especial por la lavadora...

**010 CONSULTORIO 2 (42'')**

**ELENA**

Respuesta

**COMENTARIOS LOCUTORAS**

**NÚRIA, INCONTINENCIA FIESTERA**

**ELENA**

Seguimos con Núria, que no se presenta ni tampoco me pregunta nada pero bueno, yo ayudo a todo el mundo...

**011 CONSULTORIO 3 (26'')**

**ELENA**

Respuesta

**COMENTARIOS LOCUTORAS**

JULIA, LA DE LOS SIETE PIJAMAS

**ELENA**

Este audio en concreto me genera más preguntas que respuestas pero vamos a escucharlo y a ver si entre todas me ayudáis...

**012 CONSULTORIO 4 (28'')**

**ELENA**

Respuesta

**COMENTARIOS LOCUTORAS**

ANDREA, UNA PISCIS CON UNA MANÍA "MUY" GRACIOSA

**ELENA**

Acabamos con uno de mis preferidos y es que por audios como este hago yo este consultorio...

**013 CONSULTORIO 5 40''**

**ELENA**

Respuesta

**COMENTARIOS LOCUTORAS**

**014 RÁFAGA CONSULTORIO**

**LAURA**

Bueno después de este consultorio, doy fe de que hay gente muy rara pero creo que somos la mayoría, entonces... ¿qué es lo normal? Que viva la RAREZA Y LA CERVEZA....! Lo siento pero es que la rima era necesaria... ¿qué te ha parecido este estreno?

**ELENA**

.....

**LAURA**

Us recordem que a través de les nostres xarxes socials, **Mafalda Radio** a Facebook, Twitter i Instagram podreu proposar noms per aquesta secció. I ja sabeu, si teniu algun dubte o problema o simplement els vostres amics s'han cansat dels vostres audios de whatsapp, el consultorio és un espai per vosaltres!

**ELENA**

Y por favor, audios de no más de 2 minutos.....

**LAURA**

Fins aquí la secció, muchas gracias Elena por estar aquí, espero que te vuelvan a escuchar muy pronto.



## #L4L (las cosas de Miriam) 11/05

**TEMA: Cómo sobrevivir a un festival by Miriam Gómez**

### 015 Sintonia Miriam

#### LAURA

La verdad que tenía muchas ganas de este momento pero ya con esta música para empezar, las expectativas se disparan... estrenamos la sección más loca y divertida del programa. Ella no sabe si es influencer, cómica, una cuchara, una tetera o un tenedor... pero lo que yo sí sé es que lo va a petar... AMIGAAAA...!

#### MIRIAM

Gracias, yo no sé cómo va a salir esto, pero vamo' a intentarlo... hemos venido a jugar...

#### LAURA

Quiero que la gente sepa que no nos hemos preparado casi nada para esta sección y que hemos apostado todo a nuestro ingenio e improvisación, así que si nos sale fatal ya sabeis porque...

#### MIRIAM

LA VIDA ES UNA. Yo sigo pensando que no sé si nuestro humor va a ser compartido...

#### LAURA

Y sino pues que bien lo pasemos no? A ver, hemos pensado algunos temas pero yo creo que es necesario que antes de empezar la gente te conozca. Para saber quién es Miriam Gómez, te tengo que hacer esta pregunta...

- **Por qué te quedan 2 puntos del carnet?**

### 016 ROSALÍA

#### MIRIAM

.....

#### LAURA

La gente que te conocemos sabemos el maravilloso caos de persona que eres pero yo creo que si algo te define es tu filosofía de vida...

- **¿Cómo es sobrevivir siendo Miriam Gómez?**

## **MIRIAM**

Me alegra que me hagas esa pregunta porque el tema de la sección de hoy va muy relacionado y es que para sobrevivir siendo yo, primero tienes que sobrevivir a un buen *festivalaco* y hoy daré algunos consejos para no morir en el intento....

## **CONSEJOS PARA SOBREVIVIR A UN FESTIVAL**

### **017 FESTIVAL**

## **LAURA**

Vale osea que vas a hacer como las youtubers que cuelgan un video súper currado explicando su festival que parece eso una serie americana de adolescentes y después cuando vas te das cuenta que realmente se parece más a The Walking Dead...

## **MIRIAM**

Efectivamente... pero yo voy a dar consejos reales y que a mi me han ayudado a sobrevivir que no es poco

## **LAURA**

Claro porque quiero recordar que en la pasada Santa Tecla, la fiesta mayor de Tarragona, esta persona se hizo un esguince, casi se queda ciega porque le saltó una espurna en el ojo y siguió saliendo y bebiendo hasta el final... la foto finish és lo más espectacular que podéis ver... la podrías subir...

## **MIRIAM**

Bueno ya me lo pensaré... empezamos con los consejos

### **018 CONSEJOS**

## **1 LA MALETA**

## **MIRIAM**

.....

### **COMENTARIOS LOCUTORAS**

## **2 EL UKELELE**

## **MIRIAM**

.....

### **COMENTARIOS LOCUTORAS**

## **3 LA SALUD, NO SIEMPRE ES LO PRIMERO**

## **MIRIAM**

.....

### **COMENTARIOS LOCUTORAS**

## **4 LOS IMPRESCINDIBLES**

**MIRIAM**

.....

**COMENTARIOS LOCUTORAS**

### **019 RÁFAGA MIRIAM**

**LAURA**

Creo que si con estos consejos tu has podido sobrevivir a un festival, cualquier persona puede hacerlo.... por cierto, quiero decir que voy a ir con esta persona al Arenal Sound este año... podríamos hacer un programa especial para contar nuestra experiencia no?

**MIRIAM**

.....

**LAURA**

Ya que has sacado el tema de los festivales, quiero aprovechar y repasar los principales festivales que vienen este verano...

### **020 FESTIVALES**

- Empezamos con **Aguasella**, uno de los festivales de música electrónica más famosos del país y que se celebra del 16 al 19 de agosto en Cangas de Onís, Asturias.
- Seguimos con el que lo vamos a petar tu y yo, el **Arenal Sound**, que se ha convertido en un festival de referencia en el país y que este año celebra el 10 aniversario. Es en Burriana, Castellón del 31 de julio al 5 de agosto.
- Otro más de música electrónica, el **Medusa SunBeach**, también en Valencia, más concretamente en Cullera del 12 al 18 de agosto y que este año cuenta con David Guetta como cabeza de cartel.
- Pasamos al rock porque también hay festivales de este estilo, como es el caso de del **Rock Fest** de Santa Coloma de Gramanet del 5 al 7 de julio
- Y seguimos con el rock con el **Bilbao BBK Live** el 11, 12 y 13 de julio
- Por último, me gustaría acabar con una que tenemos muy cerquita, el **Cruïlla** en el Parc del Fòrum de Barcelona del 3 al 6 de julio

Estos son solo algunos ejemplos pero hay infinidad de festivales de todo tipo de música repartidos por toda España. **Vais a ir alguno??**

**COMENTARIO LOCUTORAS**

**LAURA**

Bueno ahora sí, hasta aquí tu sección amiga, qué te voy a decir? que muchas gracias por estar aquí por el apoyo y por las cervezas que nos vamos a beber después

**MIRIAM**

.....

## ULTRAVIOLETA (Kristina) 11/05

**TEMA: Cultura feminista**

### 021 Sintonia FEM

#### LAURA

Ha arribat la secció amb més ovaris de la ràdio i que avui estarà a càrrec d'una bona amiga que ve des de València. És considera feminista, li posa cachonda que li diguin feminazi i et pots emportat una bona ostia si li dius femenina... estic encantada i molt agraïda de presentar a Kristina Garceran!!

#### KRISTINA

Hola hola molt bon dia a tothom, estic molt contenta d'estar aquí a Mafalda amb la meua companya Laura i be be m'alegra que nomenes que la meua secció és la més canyera perquè ho és ho és. Explica, explica el nom de la secció als nostres oients

#### LAURA

El títol de la secció és "**Cultura feminista**" i es que ens portes les novetats del món de les sèries, música o del món artístic on les dones juguen un paper molt important....

### VIDA PERFECTA de Leticia Dolera

#### KRISTINA

EFFECTIVAMENT! ..... Comencem per una de les sèries que està sent un èxit inclòs abans de ser estrenada. Es tracta de la nova sèrie creada i dirigida per Leticia Dolera: **VIDA PERFECTA!!** Una serie que va triomfar als premis Cannes d'aquest any guanyant el guardó a millor sèrie i a millor repartiment. Fa poc que es va publicar el tráiler que ja anunciava la seva data final d'estrena serà el 18 d'octubre.

### 022 VIDA PERFECTA

#### KRISTINA

És una sèrie que té com a base el feminisme i que explica la història de tres dones, María, Cristina i Esther que un dia, amb els trenta es donen compte que les seves vides no són tan de color de rosa com elles havien planificat. En plena crisi vital, les tres amigues decideixen embarcar-se en un projecte amb un únic objectiu: ser lliures i trobar la felicitat.

#### LAURA

He de dir que jo sóc molt fan de Leticia Dolera des de que em vaig llegir el seu llibre Morder la manzana, que aprofito per recomanar-lo a tothom i he vist el trailer i crec que es una aposta molt potent i m'alegro que poc a poc les dones siguin més protagonistes.

## KRISTINA

La crítica preveu que Vida Perfecta sigui un èxit i sens dubte, la repercussió mediàtica que està tenint és molt positiva. La sèrie es podrà veure a Movistar Plus a partir del 18 d'octubre. ¿Podrém esperar tot l'estiu per veure-la? Quin remei no?

## LES DE L'HOQUEI de TV3

### KRISTINA

I bueno Laura, si deies que t'agradaven les sèries protagonitzades per dones, t'encantarà la nova aposta de ficció de TV3: **Les de l'Hoquei**. Tot i ser una sèrie juvenil basada en les històries de set adolescents jugadores de hoquei, el discurs feminista que hi ha darrere és molt potent.

### 023 HOQUEI

### KRISTINA

La seva estrena va ser un èxit d'audiència a TV3, ja s'ha confirmat que aquesta serie lidera la seva franja d'audiència amb un 14,8% de la quota. i molts ja diuen que és la successora de Merlí. La personalitat pròpia de la sèrie i el discurs fresc que dona veu a noves generacions poden ser una de les claus del seu èxit, un èxit que ja ha atret a la plataforma Netflix per poder-la tenir en el seu catàleg.

### LAURA

Vaig veure el primer capítol de la sèrie i la veritat que em va agradar molt, tot i ser una sèrie adolescent, el missatge crític i reivindicatiu que té crec que és molt necessari.

### KRISTINA

Doncs ja sabeu, cada dilluns a les 22.00h a TV3 un nou capítol de Les de l'hoquei i esperem que pròximament també a Netflix.

## LOLA INDIGO - DISC AKELARRE

### 024 MUJER BRUJA

### KRISTINA

Canviem de las sèries a la música. Acabem d'escoltar Mujer Bruja del grup **Lola Índigo** que estrenen el seu nou disc el proper 17 de maig.

### 025 MALDICIÓN

### KRISTINA

El grup liderat per Mimi Doblas, l'ex-concursant de Operación Triunfo 2017 i que, com a curiositat va ser la primera expulsada en aquella edició, va sorprendre amb la seva aposta feminista, amb lletres reivindicatives i combinant el cant i el ball. Després de l'èxit dels seus *single* Yo ya no quiero ná es normal l'expectació en la que se espera el seu nou disc "**Akelarre**", la trajectòria d'aquest artista ha superat tota expectativa i es que és una de les concursants del programa que més està

triomfant. Segons ha dit ella mateixa, Akelarre és un cant a les dones, a la llibertat i a la revolució.

#### **LAURA**

Jo sóc molt fan de Mimi i no m'ho esperava... crec que és una tia que s'ho curra molt, que li posa un parell d'ovaris i que aposta per allò que vol i no per allò que li imposen. Tinc ganes d'escoltar el nou disc i estic segura que serà un *exitazo*.

#### **KRISTINA**

A més del nou disc, Lola Índigo ja ha fet una crida al seu "Akelarre" amb l'inici de la seva gira. De moment, el 17 de maig actuarà al WiZink Center de Madrid, al Primavera Pop, per celebrar l'estrena del disc.

### **TRES VOLTES REBEL**

#### **026 MÚSICA FEM**

#### **KRISTINA**

Per acabar... art i feminisme en tots els sentis amb **Tres Voltes Rebel**. Un missatge reivindicatiu, feminista i socialment compromès fusionant la il·lustració i la música. Darrere d'aquest projecte està **Ame Soler**, graduada en Belles Arts i especialitzada en Il·lustració. I el més important, és veïna meva, compartim el mateix poble, les dos som d'Almussafes!!

#### **LAURA**

M'encanta la il·lusió que et fa... i la veritat és que és normal, és una autèntica crack i *ojalá* més gent compartís el seu missatge...

#### **KRISTINA**

Converteix tot en art, us animo a visitar la seva pàgina web on trobareu la gran varietat de productes que té. A més, fa poc, va publicar un llibre d'il·lustracions on explica la seua història personal "Somos las nietas de las brujas que no pudisteis quemar" que crec que mereix molt la pena i pròximament també estarà en Català.

#### **LAURA**

Jo la segueixo a Instagram i totes les fotos que puja de les seves il·lustracions són una meravella, així que jo també recomano que si algú no la coneix que faci un cop d'ull al seu instagram i s'enamori.

#### **KRISTINA**

Doncs fins aquí arribe Laura, ja us he portat a tots una bona llista de recomanacions de dones que estan triomfant i espere que la llista segueixca augmentant.

### **027 RÀFAGA FEM**

#### **LAURA**

Bueno i fins aquí la secció d'avui... per aquells que us penseu que no hi ha cultura feminista, només cal voler trobar-la i per aquelles que us ha agradat la secció, us

recomano que no ens deixeu de seguir perquè seguirem visibilitzant que el feminisme també és cultura.

Moltes gràcies Kristina per estar aquí, per fer-ho tan bé i que visca valència!

### **KRISTINA**

Moltes gràcies a tu Laura per convidar-me a participar en aquest meravellós programa. Espere tornar pronte. Visca el País Valencià. Adeeeu!

## **MAFALDA 11/05**

### **COMIAT**

#### **028 CANT DE LLUITA ROBA ESTESA**

### **LAURA**

Abans de despedir-nos recordeu que a través de les nostres xarxes socials, Mafalda Radio, anirem informant de totes les novetats que esperem que siguin moltes i molt aviat. De moment, teniu a la vostra disposició el reportatge sobre el 8M, les veus de la revolució.

Ara sí, fins aquí aquest petit trosset, aquesta mostra del que podem oferir, del que és Mafalda i sobretot del que volem que sigui. Desitjo que aquest només sigui el principi, que ens puguem escoltar molt aviat i que Mafalda passi d'un somni a una realitat.

Un programa d'entreteniment destinat a joves amb un missatge reivindicatiu produït, dirigit, escrit i locutat per dones? Si no t'ho imaginaves... creu-t'ho, ho acabes d'escoltar.

Seguirem treballant, estigueu atentes a les nostres xarxes socials!! GRÀCIES a tot l'equip, GRÀCIES a Rac1 per deixar-nos gravar en els seus estudis i MOLTES GRÀCIES a tú que m'estas escoltant per fer tot això possible!

Fins aviat.

#### **028 CANT DE LLUITA ROBA ESTESA**

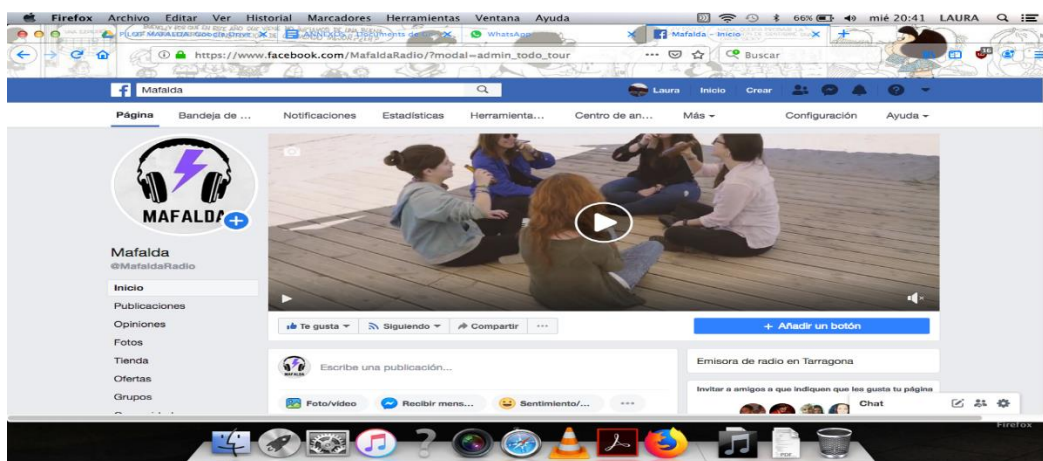
#### 4. XARXES SOCIALS

Un programa que aposta per les noves generacions i que vol potenciar el seu consum per internet ha de tenir una important presència a les xarxes socials. Mafalda ja compta amb un perfil a Facebook, Twitter i Instagram, a més d'un canal a iVoox. L'objectiu de les xarxes socials és promocionar i donar a conèixer el programa de Mafalda així com tots els seus projectes. Convertir-lo en un espai molt actiu a les principals plataformes i intentar arribar, com a primer contacte, a les noves generacions.

- Pel que fa al perfil de Facebook, la portada és el petit vídeo realitzat on es presenta l'equip i pel que fa a la foto de perfil, és el logotip creat pel programa i que és comú a tots els perfils.



**@MafaldaRadio**



- Twitter, canvia el vídeo per una portada on es veu el disseny de la nostra particular Mafalda i el nostre lema: Para el món i encén la ràdio. Aquesta frase també està present en totes les xarxes socials.



**@MafaldaRadio**





- Per últim, en el perfil d'instagram, a més del logotip com a foto de perfil, als destacats posarem els projectes i en la descripció la nostra frase d'una manera més visual i un enllaç al canal d'iVoox.



@mafalda\_radio



Aquests són els dissenys creats per Mafalda i destinats, de moment, a les xarxes socials:



Aquest disseny funciona com la portada de Twitter i inclou els elements identificatius principals de Mafalda.



Per altra banda, aquest és el logotip creat pel programa i que s'utilitza com a foto de perfil a les xarxes socials així com de marca per qualsevol tipus de contingut o projecte del programa.