

Treball de Fi de Grau

BARCELONA VIBRA; EL PÒDCAST CULTURAL DE LA CAPITAL CATALANA

Autoria

Anna Clarà Andreu i Paula Aviñoa Redondo

Professorat tutor

Jacint Niqui Espinosa

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	x
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	x
Recerca	

Data

Del 3 al 7 de juny de 2024	x
26 de juliol de 2024	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Barcelona Vibra; el pòdcast cultural de la capital catalana		
Castellà:	Barcelona Vibra; el podcast cultural de la capital catalana		
Anglès:	Barcelona Vibra; the cultural podcast of the Catalan capital		
Autoria:	Anna Clarà Andreu i Paula Aviñoa Redondo		
Professorat tutor:	Jacint Niqui Espinosa		
Curs:	2023/24	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques
			Comunicació Interactiva
			Comunicació de les Organitzacions

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Podcàsting, Pòdcast, Barcelona, Cultura, Escena Creativa, Compromís Comunitari, Spotify
Castellà	Podcasting, Podcast, Barcelona, Cultura, Escena Creativa, Compromiso Comunitario, Spotify
Anglès:	Podcasting, Podcast, Barcelona, Culture, Creative Scene, Community Commitment, Spotify

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

Català:	En els darrers anys, el podcàsting s'ha consolidat com un mitjà de comunicació popular i d'entreteniment que ofereix contingut d'àudio pràctic i convenient per a una àmplia audiència. Aquest format permet als usuaris interactuar amb una diversitat de temes, des de notícies i històries fins a entrevistes i informació tècnica, tot de manera personalitzada i directa. A Barcelona, el podcàsting està prenent força com a plataforma per promoure la cultura local, oferint contingut sobre història, gastronomia, arts i esdeveniments. <i>Barcelona Vibra</i> és un podcàst que captura l'essència cultural de la ciutat, explorant els seus aspectes més significatius i celebrant la diversitat i creativitat locals. Amb episodis quinzenals, ofereix una experiència immersiva per als oients, convidant-los a descobrir i apreciar la riquesa
---------	---

cultural de Barcelona.

Castellà:

En los últimos años, el podcasting se ha consolidado como un medio de comunicación popular y de entretenimiento que ofrece contenido de audio práctico y conveniente para una amplia audiencia. Este formato permite a los usuarios interactuar con una diversidad de temas, desde noticias e historias hasta entrevistas e información técnica, todo de manera personalizada y directa. En Barcelona, el podcasting está tomando bastante como plataforma para promover la cultura local, ofreciendo contenido sobre historia, gastronomía, artes y acontecimientos. *Barcelona Vibra* es un podcast que captura la esencia cultural de la ciudad, explorando sus aspectos más significativos y celebrando la diversidad y creatividad locales. Con episodios quincenales, ofrece una experiencia inmersiva para los oyentes, invitándolos a descubrir y apreciar la riqueza cultural de Barcelona.

Anglès:

In recent years, podcasting has established itself as a popular media and entertainment that offers practical and convenient audio content for a wide audience. This format allows users to interact with a variety of topics, from news and stories to interviews and technical information, all in a personalized and direct way. In Barcelona, podcasting is taking strength as a platform to promote local culture, offering content on history, gastronomy, arts and events. *Barcelona Vibra* is a podcast that captures the cultural essence of the city, exploring its most significant aspects and celebrating local diversity and creativity. With biweekly episodes, it offers an immersive experience for listeners, inviting them to discover and appreciate the cultural richness of Barcelona.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	3
2. FITXA TÈCNICA.....	4
3. CONTEXT.....	4
3.1 Definició i auge del pòdcast: origen, evolució i claus que diferencien al pòdcast de la ràdio tradicional.....	4
3.2 Consum actual i perfil d'audiències.....	7
3.3 Consum actual del pòdcast a Catalunya.....	7
3.4 Tipus de pòdcast: gèneres i tendències.....	8
3.5 Plataformes de distribució o podcàsting.....	11
3.6 Models de finançament o monetització.....	13
4. REFERENTS.....	14
5. ANÀLISI DE MERCAT.....	15
5.1 Competència.....	15
5.2 Anàlisi DAFO.....	18
5.3 Mapa de posicionament.....	19
6. MEMÒRIA DE PRODUCCIÓ.....	20
6.1 Idea i sinopsi.....	20
6.2 Públic objectiu.....	21
6.3 Durada i periodicitat.....	21
6.4 Estructura.....	22
6.5 Identitat: nom i logo.....	24
7. PRODUCCIÓ DEL CAPÍTOL PÍLOT.....	26
7.1 Episodi 1 - Sant Jordi, la festivitat catalana per excel·lència.....	26
7.1.1 Continguts, tema i convidats.....	26
7.1.2 Guió tècnic-literari - Episodi 1, Pilot.....	26
7.1.3 Escaleta tècnica; Episodi 1.....	33
7.1.4 Mitjans tècnics (hardware i software).....	39
7.1.5 Sintories, separadors i efectes sonors.....	39
7.1.6 Enregistrament i edició.....	40
8. CAPÍTOLS 2, 3 I 4.....	40
8.2 Episodi 2 - Què hi ha a la cartellera?.....	41
8.3 Episodi 3 - El més musical de tots.....	41
8.4 Episodi 4 - La temporada de festivals musicals.....	42
9. DISTRIBUCIÓ I DIFUSIÓ.....	43
9.1 Plataformes de distribució del pòdcast.....	43
9.2 Pla de comunicació.....	46
9.3 Disseny identitat, imatge i marca del pòdcast.....	47
9.4 Estudi de xarxes socials: seguiment de l'impacte dels primers episodis.....	50
10. PRESSUPOST.....	63
11. FONS DE FINANÇAMENT.....	64
11.1 Patrocinis Locals.....	64
11.2 Crowdfunding.....	66

11.3 Subscripcions a través de Spotify.....	66
11.4 Venda de Productes.....	66
11.5 Esdeveniments en Viu.....	66
11.6 Aportacions Personals.....	66
11.7 Subvencions i Concursos.....	67
12. AUTOVALORACIÓ I CONCLUSIONS DEL PROJECTE.....	67
13. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA.....	69
14. ANNEXOS.....	71
14.1 ANNEX 1: Altres possibilitats de logotips dissenyats però que s'han desestimat....	71
14.2 ANNEX 2: ESCALETA TÈCNICA I GUIÓ LITERARI EPISODIS; 2, 3 I 4.....	72
14.2.1 Guió literari - Episodi 2, Què hi ha a la cartellera? (Publicat el 7 de maig).....	72
14.2.2 Escaleta tècnica - Episodi 2, Què hi ha a la cartellera?.....	79
14.2.3 Guió literari - Episodi 3, El més musical de tots (publicat el 21 de maig).....	87
14.2.4 Escaleta tècnica - Episodi 3, El més musical de tots.....	91
14.2.5 Guió literari - Episodi 4, La temporada de festivals musicals (previst pel 4 de juny).....	98
14.2.6 Escaleta tècnica - Episodi 4, La temporada de festivals musicals.....	102
14.3 ANNEX 3: CRONOGRAMA.....	108

1.INTRODUCCIÓ

El pòdcast s'ha convertit en una font d'informació i entreteniment àmpliament reconeguda i consumida en els darrers anys. Aquest mitjà de comunicació, en forma d'àudio, permet als usuaris escoltar diversos continguts, com notícies, històries, entrevistes, relats, informació tècnica, etc., de manera pràctica i còmoda. El podcàsting és una eina eficaç per la creació de comunitats i la interacció amb els oients, ja que es permet una comunicació més directa i personalitzada.

A més, amb l'augment del nombre de persones que prefereixen consumir contingut de manera digital, el podcàsting s'ha convertit en una opció popular i una alternativa atractiva a altres mitjans tradicionals com la ràdio i la televisió. Això s'explica pel fet que els pòdcasts ofereixen flexibilitat i la possibilitat de personalitzar l'experiència de consum.

El podcàsting ha guanyat popularitat com a mitjà per a la divulgació i promoció de la cultura local. Això s'ha traduït en la creació de diversos pòdcasts que tracten temes com la història de la ciutat, la gastronomia, les arts escèniques i visuals, de la música, entre d'altres. Barcelona és una de les metròpolis més vibrants i fascinants del món, amb una història rica, una cultura efervescent i una identitat única. La cultura barcelonina és diversa i agrupa una àmplia gamma de temes, des d'art i música, fins a la gastronomia i la història. És per això, que hem decidit crear *Barcelona Vibra*, un pòdcast que capturi l'essència de Barcelona i ens permeti explorar i compartir tot el que fa que aquesta ciutat sigui tan especial.

Barcelona Vibra abordarà temes culturals rellevants per a la ciutat de Barcelona, des dels esdeveniments més destacats fins als artistes i creadors locals més rellevants. A més, també explorarem els racons menys coneguts de la ciutat i parlarem amb persones que fan de Barcelona un lloc tan especial.

El que fa que *Barcelona Vibra* sigui únic, és que no només ens centrarem en la cultura popular i el turisme, sinó que també volem explorar i celebrar la cultura local i la creativitat que hi ha a Barcelona. Volem ser una plataforma per a artistes emergents i creadors locals, i compartir les seves històries i creacions amb una audiència àmplia. *Barcelona Vibra* és una oportunitat de connectar amb la ciutat i de compartir la seva diversitat i riquesa cultural amb el món.

En data de l'entrega del projecte, existeixen tres capítols publicats a [Spotify](#). En ser un pòdcast de periodicitat quinzenal, els vam programar de tal manera que el capítol d'estrena es publiqués el 23 d'abril. Per tant, el quart episodi, ja gravat i editat, està llest per la seva publicació el dia corresponent, 4 de juny.

2.FITXA TÈCNICA

DADES D'IDENTIFICACIÓ
Autores: Anna Clarà i Paula Aviñoa
DESCRIPCIÓ DE L'ACTIVITAT
Títol: Pòdcast <i>Barcelona Vibra</i> Productora: Pòdcast autoproduït Any de producció: 2024 Temàtica: Cultura Idea: Apropament al jovent dels esdeveniments culturals barcelonins Estil: En trets generals, l'estil del pòdcast és informatiu, atractiu i accessible, amb l'objectiu de capturar l'essència i la riquesa de Barcelona Idioma: Català Plataformes de distribució: Spotify
PROCESSOS, FASES I TEMPORITZACIÓ:
Públic objectiu: Adreçat principalment a joves d'entre 18 i 30 anys, locals de Barcelona i interessats per l'àmbit cultural Durada dels episodis: 20 minuts aproximadament Periodicitat: quinzenal Data d'estrena: 23 d'abril (Sant Jordi).

3.CONTEXT

3.1 Definició i auge del pòdcast: origen, evolució i claus que diferencien al pòdcast de la ràdio tradicional

“El pòdcast és un contingut en un fitxer d'àudio digital al qual les usuàries i els usuaris poden accedir des de diferents canals de distribució, com Spotify, Google Pòdcasts, iVoox, iTunes o Apple Pòdcasts, entre altres, i escoltar-lo quan i on vulguin, a través de qualsevol dispositiu” (Parlatore, et al, 2020, p.6). Etimològicament, la paraula pòdcast prové de la contracció de la sigla anglesa POD (Public On Demand) i *broadcast* (transmissió). En definitiva, transmissió a demanda del públic.

Aquest format de mitjans digitals s'ha transformat significativament assenyalant un moment de canvi revolucionari en els mitjans d'àudio i esdevenint un component integral de l'actual corrent cultural (Mack, 2019). El format del pòdcast s'ha convertit en una forma popular i accessible de compartir contingut d'àudio a través d'Internet.

Com a norma general, els pòdcasts acostumen a tenir una periodicitat concreta. N'hi ha de molts tipus i poden abordar una diversitat de temes força gran, des de l'entreteniment, a àmbits com educació, història, ciència, entre d'altres. Una de les característiques del pòdcast és que els oients poden escoltar els episodis en línia mitjançant la transmissió en continu o descarregar-los per escoltar-los en el moment que els sigui més còmode, la qual cosa afavoreix el consum d'aquestes plataformes pel fet que cada usuari és lliure de triar el moment i el lloc per fer el consum de la plataforma.

Es tracta d'un mitjà que ofereix força versatilitat, ja que qualsevol persona o entitat pot crear el seu propi pòdcast, i no està limitat per les restriccions de les emissions tradicionals de ràdio. Aquest tret característic del pòdcast també permet una àmplia diversitat de veus i continguts, afavorint la creació d'una diversitat de programes per a diferents interessos i audiències. Aquesta facilitat d'accés i la diversitat de continguts han contribuït significativament a la popularitat dels pòdcasts.

El pòdcast és un mitjà de comunicació que té els seus orígens l'any 2004 als Estats Units. Aquest, ofereix continguts d'àudio digital i permet als seus usuaris subscriure's i descarregar contingut de manera automàtica. Malgrat que mantingui una estreta relació amb la ràdio, el *podcàsting* es considera un mitjà comunicatiu totalment independent d'aquesta i amb la seva pròpia identitat.

La paraula pòdcast prové del mòbil iPod i la paraula "*broadcast*" (retransmetre) (Laaser, W et al, 2010, p.2). Aquesta paraula va ser escollida com a paraula de l'any pels editors del New Oxford American Dictionary segons la BBC, pel seu fenomen creixent l'any 2005, ja que qualsevol persona amb un dispositiu electrònic de gravació i connexió a internet pot reproduir un pòdcast". (Tan Yuh Huann, Mong Kok Thong. [n.d] Audioblogging and *Podcasting* in Education).

L'any 2005, el mitjà comunicatiu *The Daily Telegraph*, va llançar un nou espai de publicació diària on recomanaven i proporcionaven una petita mostra dels continguts dels seus diaris en paper. De la mateixa manera, per aquestes dates, també es van llançar pòdcasts diaris pel que feia a la indústria tecnològica, com el cas d'Apple. (Jardin, 2005).

Per alguns autors, i a causa d'aquests fenòmens esmentats anteriorment, també es pot concebre el naixement dels pòdcasts l'any 2005, però segons Martínez-Costa i Lus-Gárate en el seu article "El éxito de los pòdcast de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital", situen el naixement del "pòdcast informatius diaris" el 2006, quan *The Guardian* va inaugurar Newsdesk, després anomenat *Guardian daily* (Martínez-Costa; Lus-Gárate, 2019, p-320).

El pòdcast diari es coneix com: "un contingut d'àudio seriat, d'emissió periòdica, creat per a la distribució multiplataforma sota demanda per una marca periodística

digital" que té com a objectiu "presentar una selecció 'curada' dels temes de l'actualitat diària, a partir dels recursos de producció, realització i difusió de l'àudio digital" (Martínez i Lus, 2019, p. 330).

Amb el pas dels anys, els pòdcasts han anat diversificant de manera general els seus continguts: des de programes basats en entrevistes, fins a educatius, de ficció, notícies, etc. La fàcil accessibilitat per a crear i distribuir continguts han propiciat una major globalització i comprensió d'aquest concepte tan famós.

El pòdcast, en la seva essència, representa una forma única de contingut sonor digital que genera debats respecte a la seva relació amb la ràdio tradicional (Parlatore, et al, 2020). Tot i que comparteix alguns elements constitutius amb la ràdio, com ara el llenguatge radiofònic amb la paraula, la música, els efectes de so i els silencis, el pòdcast difereix significativament en la seva forma de consum, les plataformes de distribució, els formats i els models de negoci.

Les claus del pòdcast poden variar segons la perspectiva de diferents experts i professionals del camp. No obstant això, hi ha unes característiques concretes importants que sovint es destaquen en les discussions sobre aquest format.

Primerament, és evident la seva accessibilitat i flexibilitat. Els usuaris gaudeixen del *podcasting* en diferents contextos, com ara mentre condueixen o mentre realitzen altres tasques, amb l'objectiu d'estar informat i entretinguts (Nee; Santana, 2021; Newman; Gallo, 2019; 2020). El pòdcast ofereix la capacitat de ser escoltat en qualsevol moment i des de qualsevol lloc, proporcionant una flexibilitat que es desvia de les restriccions de temps de la ràdio convencional. En aquestes mateixes línies, caldria indicar que el *podcasting* permet als oients consumir contingut sota demanda, escoltant els episodis quan vulguin i repetint-los si és necessari. Això esdevé un aspecte vital en la seva popularitat, ja que es desvincula de les emissions en directe o programades.

Seguidament, caldria fer esment de la intimitat i proximitat que genera el format de pòdcast. Sovint, es crea una connexió profunda entre el creador de contingut i l'oient. Mitjançant la veu en primera persona i l'autenticitat en el pòdcast periodístic, s'irradia empatia i veritat emocional (Jorgensen, 2021). Molts pòdcasts fomenten una sensació de comunitat, amb oportunitats per a la participació de l'audiència mitjançant comentaris, preguntes i altres formes d'interacció, la qual cosa crea un espai més interactiu i participatiu.

Altrament, la varietat de continguts esdevé un tret força característic del pòdcast i, en certa manera, l'allunyà de la ràdio tradicional, on no s'ofereix una gamma tan àmplia i diversa d'opcions. Aquesta diversitat, des de narracions d'històries fins a converses informals, entrevistes, educació, etc. permet als oients trobar pòdcast que s'ajustin als seus interessos i preferències. "Els oients busquen activament pòdcast

amb contingut entretingut per augmentar les seves gratificacions” (Carvajal, et al, 2022, p.3). Aquest tret característic va estretament lligat amb la clara llibertat creativa que suposa l'anomenat format. Els creadors de continguts no estan limitats per les restriccions del format de ràdio tradicional, permetent experimentar amb diferents estils, continguts i enfocaments narratius.

3.2 Consum actual i perfil d'audiències

El creixent consum i interès industrial del pòdcast és evident (Carvajal, et al, 2022, p.4). El *podcàsting* es considera un contribuent significatiu als debats sociomediàtics més amplis (Mack, 2019). Ens referim a camps com fandom, construcció d'audiències en xarxes socials, ètica periodística en nous mitjans, intimitat i empatia en les relacions mediàtiques, compromisos culturals amb la narrativa i la història, el futur del drama en nous mitjans i qüestions relacionades amb els mitjans juvenils i el narcisisme.

La transformació del *podcàsting* en la “segona era” (Bonini, 2015), marquen un punt d'inflexió on aquest mitjà digital de so passa de ser una pràctica amateur a convertir-se en una alternativa comercial a la ràdio tradicional. Des del 2012, el *podcàsting* ha experimentat una evolució cap a la professionalització de la producció i la normalització del consum, establint-se com un mitjà massiu de comunicació. A més, destaca l'augment de la qualitat dels pòdcasts, l'ús generalitzat de telèfons intel·ligents i la popularitat de micromecenatge i xarxes socials basades en àudio com a factors clau que han contribuït al ressorgiment d'aquest mitjà. En aquest context, el podcàsting ha passat de ser una pràctica “*do-it-yourself*” i amateur a convertir-se en un mitjà comercial de masses, similar a la transició que la ràdio va experimentar en el passat (Bonini, 2015).

La selecció, autonomia i control sobre el consum incentiva la lleialtat al pòdcast (Craig et al, 2021). En definitiva, l'era actual del podcàsting es presenta com una etapa de consolidació i comercialització, amb una audiència en creixement i un marc que ha canviat substancialment des dels seus inicis (Bonini, 2015).

3.3 Consum actual del pòdcast a Catalunya

Amb base a l'Informe de la Comunicació a Catalunya de l'any 2021-2022¹, el consum actual de pòdcast a Catalunya ha experimentat un notable creixement en els darrers anys. **Segons l'Estudio General de Medios (EGM) de 2022²**, l'audiència dels pòdcasts a Catalunya de dilluns a divendres era de **339.000 persones**, el doble que al final del bienni anterior. Tot i aquest increment, encara no

¹ Informe de la comunicació a Catalunya 2021-2022. La televisió i les plataformes audiovisuals. Reinald Besalú Casademont. https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2023/284362/infcomcat_a2023.pdf#page=104

² Estudi General de Mitjans 2022. <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/internet>

es pot considerar el pòdcast com el substitut total de la ràdio tradicional (Niqui i Segarra, 2023, p.98)³.

Pel que fa al perfil d'audiència dels pòdcasts a Catalunya, les dades mostren una diversitat d'ofertes i continguts. S'observa un augment en l'oferta de pòdcast nadius produïts per emissores de ràdio locals, així com continguts independents no lligats a cap emissora o distribuïdora audiovisual específica (Niqui i Segarra, 2023, 2021). A més, es destaquen pòdcast amb temàtiques variades, com ara ficcions originals, entrevistes sobre Barcelona, continguts LGTBIQ+, audiocontes, paròdies del gènere true crime, entre altres.

En termes de plataformes de distribució, l'ús de telèfons mòbils i aplicacions per escoltar pòdcast ha augmentat significativament, amb 4,81 milions de persones a Catalunya fent servir alguna aplicació durant els últims trenta dies per escoltar la ràdio, segons dades de l'EGM Catalunya de 2022. Això indica un canvi en els hàbits de consum, amb la majoria de les reproduccions de pòdcast provenint de les aplicacions mòbils i pàgines web de les emissores (Niqui i Segarra, 2023, p.100).

En resum, el consum de pòdcast a Catalunya ha experimentat un augment substancial, amb una oferta variada de continguts i temàtiques. Les audiències dels pòdcasts abasten diferents segments demogràfics i són consumides principalment a través de plataformes digitals, indicant una adaptació als canvis tecnològics en els hàbits d'escolta.

3.4 Tipus de pòdcast: gèneres i tendències

Un dels aspectes més importants que s'ha de tenir en compte a l'hora d'elaborar un pòdcast és definir el públic objectiu, és a dir, pensar en aquell segment de l'audiència a la qual et voldràs dirigir. I és per aquest motiu que s'han de conèixer els tipus de pòdcast que existeixen, ja que cada pòdcast té el seu propi públic. RTVC, Sistema de Mitjans Públics, estableix que hi ha 9 tipus de pòdcast

1. Entreteniment
2. Centrats en informar
3. Formatius
4. Entrevistes
5. Grupals en format conversacional
6. Pòdcast diaris
7. Pòdcast de ficció
8. Periodístic o d'investigació
9. Ràdio en diferit

³ Niqui Espinosa, Cinto; Segarra Moreno, Luis (2023): "La ràdio", a López, Bernat; Huertas Bailén, Amparo; Peres-Neto, Luiz, eds.: Informe de la comunicació a Catalunya 2021–2022. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Generalitat de Catalunya i Institut de la Comunicació (InCom-UAB), pàg. 83–107.

En primer lloc, tenim els d'entreteniment. Aquests es caracteritzen per ser un dels pòdcasts més habituals en aquesta indústria. Segons RTVC, "és el format de pòdcast ideal per desconnectar del dia a dia, per pensar en altres coses o, senzillament, per divertir-se". Els pòdcasts d'entreteniment destaquen pel seu contingut, la manera en què narren i es desenvolupen i com combinen la veu del locutor amb els efectes sonors i la música. Segons el rànquing de les principals plataformes de pòdcast com iVoox, Spotify o Apple Pòdcast, afirmen que els pòdcasts d'entreteniment són els més escoltats a Espanya. Un exemple d'aquest estil seria "*Nadie sabe Nada*"⁴, d'Andreu Buenafuente i Berto Romero, on a través de diàlegs sense guionitzar, parlen de temes quotidians amb ironia i humor.

En segon lloc, podem parlar dels pòdcasts centrats a informar. El seu principal objectiu és aportar nova informació sobre un camp determinat i, sobretot, de forma periòdica. La Universitat d'Oxford va realitzar un informe el març del 2023, (*Pòdcasts de noticias: quién los escucha y qué formatos funcionan*, s. f.) juntament amb l'Institut Reuters, sobre els pòdcasts de notícies. En la investigació, mostren com "l'ús dels pòdcasts informatius es mantenen estables al llarg dels anys mentre creix el mercat general de pòdcasts". Les notícies competeixen per l'atenció amb programes d'estils de vida i programació especialitzada, moltes de les quals també cobreixen temes relacionats amb notícies, com els negocis, tecnologia i salut.

En tercer lloc, tenim els pòdcasts formatius. La recent incorporació de les TIC's en el món educatiu, ha generat una nova situació en l'ensenyança comunicativa. Segons Borges, F. (2009: 35-36), en el seu llibre; *Aprender y enseñar con pòdcast* s'han observat diferents avantatges en els estudiants a través de l'ús de pòdcast formatius.

- Avantatges cognitius
- Implicació de l'estudiant
- Autogestió de l'estudiant
- Continuitat en l'estudi
- Comprensió
- Reducció de l'ansietat

En quart lloc, trobem els pòdcasts d'entrevistes. Tal com el nom indica el nom, l'entrevista és l'eix protagonista d'aquest producte sonor. Aquest format és protagonitzat per un presentador que entrevista a convidats per parlar sobre un tema en concret o, fins i tot, per conèixer en detall a la persona entrevistada. Segons RTVC, sistema de mitjans públics, "per fer un pòdcast d'entrevista és fonamental tenir clara la idea principal de l'eix conductor, investigar sobre el convidat, planificar tot el contingut i preparar les preguntes amb anterioritat". Un exemple de pòdcast d'entrevistes seria: "*Me inspiras*"⁵

⁴ Nadie sabe Nada: <https://cadenaser.com/podcast/cadena-ser/nadie-sabe-nada/488/>

⁵ Me inspiras: <https://open.spotify.com/show/1YeMGnLK9bylOOdbNzCrpK>

En cinquè lloc, tenim els pòdcats grupals en format conversacional. Aquest format és molt semblant al que seria la ràdio tradicional. Un grup de persones es reuneixen per parlar sobre un tema en concert. El format conversacional està caracteritzat per la presència d'un guió, el qual permet als presentadors mantenir-se en el tema i un període de temps en concret (López, 2019). Una característica que el fa ser diferencial de la ràdio convencional és el fet que aquests tipus de pòdcats es poden realitzar sense la necessitat d'estar en un estudi de ràdio. A més a més, les reunions entre els integrants dels grups poden ser en format presencial en un estudi de ràdio o a casa, o fins i tot via online (mitjançant qualsevol aplicació d'estreaming). Un exemple de pòdcast grupal seria: “*Bloggeando*”; *el podcat para bloggers*”.

En sisè lloc, trobem els pòdcats diaris. Aquests, presenten el format més complicat. Per a realitzar-lo, requereix molta organització prèvia i una molt bona planificació. Segons Ivan Patxi, productor de pòdcast i locutor professional, és possiblement el format més sacrificat i que més admiració desperta entre altres podcasters. També és amb diferència uns dels formats que millor resultats aporten i amb els quals millor es pot crear una comunitat. Un exemple de pòdcast diari seria: “*1688. Maratón 12-12-12*”⁷

En setè lloc, podem parlar dels pòdcats de ficció. Segons RTVC, es tracta de produccions en les quals es combina una gran diversitat d'elements com són la presència d'actors de veu, paraules, pistes de so i música per a explicar una història fantàstica, de terror, ciència-ficció o aventura. Per aquest tipus de producció es necessita un bon equip tècnic i, sobretot, d'una molt bona creació de contingut i de guió. Un gran exemple d'aquest format és “*T09E07 - Solos*”⁸

En vuitè lloc, trobem els pòdcats periodístics o d'investigació. Aquest tipus de producció és molt útil per donar a conèixer treballs periodístics o d'investigació que no tenen cabuda en mitjans, moltes vegades per la seva duració i extensió. Un exemple seria: “*XRey*”⁹

Finalment, tenim els pòdcats de ràdio en diferit. Tenen una aplicació molt senzilla. Una vegada s'ha emès el programa de ràdio, es grava i es publica a Internet, convertint-se així en un pòdcast. És un format bastant utilitzat per les ràdios petites, però també ho porten a terme mitjans amb molta més audiència. Un exemple d'aquest format seria: “*Zafarrancho*”¹⁰

Pel que fa al cas del nostre pòdcast, *Barcelona Vibra*, aquest està situat entre dues classificacions. D'una banda, està centrat a informar sobre els esdeveniments culturals de la ciutat comtal. Això significa que el contingut del pòdcast està

⁶ Bloggeando: <https://open.spotify.com/show/5NBnT7SokK1WNkOWJK70yR>

⁷ 1688 - Maratón 12-12-12: <https://boluda.com/podcast/1688-maraton-12-12-12/>

⁸ T09E07 - Solos: https://www.ivoox.com/qcpd-t09e07-the-equalizer-3-8986-audios-mp3_rf_115593118_1.html

⁹ Xrey: <https://open.spotify.com/show/43tAQjl2IVMzGoX3TcmQyL>

¹⁰ Zafarrancho: <https://podimo.com/dk/shows/zafarrancho-podcast>

dissenyat per proporcionar informació rellevant i actualitzada sobre esdeveniments, festivals, exposicions, concerts i altres activitats culturals que tenen lloc a Barcelona. Aquesta orientació informativa és essencial per mantenir la nostra audiència al dia sobretot el que passa a la ciutat, convertint el nostre pòdcast en una font fiable de notícies culturals locals.

D'altra banda, hem treballat en un format dinàmic per tal d'entretenir a l'audiència. Això implica que, tot i que l'objectiu principal és informar, el contingut es presenta d'una manera atractiva i entretinguda. Utilitzem tècniques narratives que combinen la informació amb elements d'entreteniment, com ara entrevistes amb artistes i segments interactius amb els oients. Aquest enfocament no només manté els oients informats, sinó que també els diverteix, fent que l'experiència d'escoltar *Barcelona Vibra* sigui agradable i captivadora.

Aquesta combinació de contingut informatiu i entreteniment permet que *Barcelona Vibra* arribi a un públic més ampli. Els oients que busquen estar informats sobre l'escena cultural de Barcelona trobaran en el nostre pòdcast una eina valuosa, mentre que aquells que busquen entreteniment també gaudiran del nostre format dinàmic i vibrant. D'aquesta manera, aconseguim una fusió única que ens permet destacar dins del panorama dels pòdcasts locals i mantenir una audiència fidel i compromesa.

3.5 Plataformes de distribució o podcàsting

La distribució d'un pòdcast és un pas molt important, perquè després de la seva creació i producció, es torna visible pels oients potencials i en pot atraure de nous. Des dels seus orígens el 2004, s'han creat una gran varietat de plataformes destinades a produir, emmagatzemar i monetitzar els diferents tipus de continguts. (Parra i Onieva, 2020). Un dels grans exemples són: iVoox¹¹, Anchor¹², Soundcloud¹³ i Google Pòdcasts¹⁴.

iVoox és una plataforma gratuïta per emmagatzemar, reproduir, descarregar i compartir àudio, des de pòdcast fins a audiolibres. Fundada l'any 2008 per Juan Ignacio Solera, és pionera en llengua castellana. Segons un informe de 2021 de la mateixa plataforma, alberga 70 milions de programes i té 5 milions d'usuaris (iVoox, 2021¹⁵). El seu creixement i integració es deu al fet que és gratuït i, a diferència d'altres plataformes, no hi ha subscripció obligatòria. També ofereix opcions per crear llistes de reproducció personalitzades, recomanacions basades en preferències i seleccions de pòdcast destacades. El 2018, iVoox va llançar iVoox Plus, un servei de subscripció mensual prèmium que permet gaudir de contingut

¹¹ iVoox: <https://www.ivoox.com/>

¹² Anchor: <https://anchor.fm-inc-anchor.es.aptoide.com/app>

¹³ Soundcloud: <https://soundcloud.com/es>

¹⁴ Gogle Podcasts: <https://podcasts.google.com/?hl=es>

¹⁵ <https://www.ivoox.com/informes-ivoox-informe-consumo-podcast-en-espanol>

ininterromput, sincronitzar els dispositius i augmentar el volum. El model també facilita la monetització de continguts mitjançant micromecenatges.

Anchor, adquirida per Spotify¹⁶ el 2019, és una altra plataforma popular entre els *podcasters*. Mentre que iVoox se centra en el públic de parla espanyola, destaca Anchor, que representa el 9,4% del contingut disponible a Apple Pòdcasts el 2018 (Sullivan, 2019), ja que també atrau el públic anglosaxó. A diferència d'iVoox, Anchor permet gravar i editar contingut a la mateixa plataforma.

L'arribada de Spotify i Luminary¹⁷ el 2019 va provocar les anomenades "guerres de pòdcast", competint pels drets de distribució exclusius. Aquest model es caracteritza per plataformes com Audible, Storytel¹⁸ o Podimo¹⁹, que ofereixen contingut exclusiu mitjançant subscripcions de pagament. Fundada als Estats Units el 1995 i posteriorment adquirida per Amazon, Audible es va expandir a Espanya el 2020, oferint pòdcasts com *El Mundo Today*²⁰, *Rafa Nadal Academy*²¹ o *Gen DRO*²².

Alhora, quan parlem de distribució, hem de diferenciar entre l'exclusiva i la no-exclusiva (Espinosa de los Monteros, 2022). Decidir entre una distribució exclusiva i una de no-exclusiva, depèn dels objectius del pòdcast i de la seva estratègia de difusió, ja que cada model té els seus avantatges i inconvenients.

Segons la pàgina oficial de Podimo, la distribució exclusiva implica que el pòdcast és disponible només en una única plataforma o font. Els oients han d'accedir a aquest contingut mitjançant una subscripció o és exclusiu d'aquella plataforma en particular. Alguns serveis, com Audible, Storytel o Podimo, ofereixen aquest model, oferint contingut exclusiu que requereix una subscripció de pagament. L'avantatge principal és que és més fàcil monetitzar aquests continguts i ofereixen un suport més gran de la plataforma, així com control sobre l'accés i les estadístiques. No obstant això, aquesta exclusivitat pot limitar l'audiència potencial del pòdcast.

De la mateixa manera, Podimo explica l'altre variant, la distribució no exclusiva. En aquest cas, els pòdcasts es poden trobar i escoltar en diverses plataformes i són gratuïts. El contingut no està restringit a una sola font, sinó que es pot trobar en diverses plataformes com iVoox, Spotify, Apple Pòdcasts, entre altres. Això permet arribar a una audiència més àmplia i potencialment a més plataformes i directoris. Malgrat això, cedir el contingut a diverses plataformes implica perdre una certa exclusivitat i control. També és difícil obtenir dades estadístiques consolidades, ja

¹⁶ Spotify: <https://open.spotify.com/intl-es>

¹⁷ Luminary: <https://luminarypodcasts.com/>

¹⁸ Storytel: <https://www.storytel.com/es/es/tags/2562-Podcast>

¹⁹ Podimo: <https://podimo.com/es>

²⁰ El Mundo Today: <https://www.elmundotoday.com/noticias/podcasts/>

²¹ Rafa Nadal Academy: <https://www.audible.es/podcast/Rafa-Nadal-Academy/B09DG5LMNW>

²² Gen RDO: <https://www.audible.es/podcast/Gen-DRO/B08K2RD92C>

que l'audiència es reparteix entre diverses fonts i pot ser complicat obtenir exclusivitat posteriorment si es desitja canviar a un model més exclusiu.

3.6 Models de finançament o monetització

En el mercat actual, amb més de 300.000 pòdcasts en espanyol, aquests formats d'àudio estan en auge. El model s'ha consolidat, facilitant la monetització dels pòdcasts. Cada vegada més persones i marques estan disposades a invertir en diferents continguts, des d'alimentació i salut fins a tecnologia, esports o música. La comercialització del podcàsting és ressaltada com una fita important en aquesta evolució, amb empreses i productors individuals buscant finançament mitjançant la venda de temps de podcàsting, un model similar al que es va veure en els inicis de la ràdio (Bonini, 2015).

Segons Alcazar (2023), en un article escrit per la revista líder en economia i empresa *Emprendedores*²³, assenyala que per a monetitzar els pòdcasts, els models de negoci són clars: ingressos per publicitat i patrocinis, subscripcions pagades per l'accés a continguts, o la utilització d'un canal obert per a atreure clients als qui oferir altres coses, com a contingut de pagament, productes o serveis.

La monetització dels pòdcasts mitjançant publicitat es destaca com una pràctica que ha guanyat terreny, amb anuncis que generen nivells elevats de compromís, i el podcàsting emergeix com un mitjà amb un potencial econòmic notable, amb CPM significativament més alt que altres mitjans tradicionals (Bonini, 2015). És essencial definir el model de negoci des del principi, ja que determinarà en quines plataformes es vol estar. Per exemple, per a un model basat en publicitat o patrocinis, es prefereix un pòdcast en obert per a aconseguir la màxima difusió. En canvi, si es cobra pel contingut, és necessari tenir un canal per a atreure nous usuaris i un altre per a monetitzar el contingut prèmium (Alcazar, 2023).

Diverses plataformes ofereixen models oberts per a la transmissió de pòdcast, com ara Libsyn, Blubrry, Podbean, Cuonda, Mumbler, iVoox, Apple i Spotify. Algunes empreses, com ara Podimo, utilitzen un model de subscripció per gestionar gran part del seu contingut de pagament. En canvi, Podimo utilitza un model de subscripció on els creadors comparteixen els ingressos generats per les seves subscripcions (Alcazar, 2023). Un altre exemple és iVoox, que en lloc de basar-se en el típic model de subscripció, té un sistema de micromecenatge que permet als creadors publicar episodis gratuïts per atraure espectadors o episodis exclusius per als subscriptors que facin donacions. A canvi, la plataforma reté una part dels ingressos. A més, hi ha eines com Mumbler que faciliten als podcasters crear els seus propis pòdcast prèmium i guanyar diners directament amb els subscriptors.

²³ Alcazar, P. (2023, 1 agosto). Cómo lanzar y monetizar un podcast - Emprendedores: la revista líder en economía de empresa. Emprendedores.

4. REFERENTS

En aquest apartat del treball, explorarem l'abast i la influència de diverses publicacions en el desenvolupament d'un pòdcast dedicat a l'escena cultural de Barcelona. Ens centrarem especialment en quatre referents clau: *Timeout*, *BCN Més*, *Barcelona Metropolitan* i *La Torre de Barcelona*. A través d'aquests referents, analitzarem com podem enriquir el nostre contingut i arribar al nostre públic objectiu amb eficàcia.

1. *Timeout* ²⁴



Imatge 1: Logo revista Timeout

La revista *Timeout* és una publicació global que cobreix una àmplia gamma d'informació sobre oci, cultura, gastronomia i altres temes relacionats amb la vida urbana. És una font d'inspiració per *Barcelona Vibra*, ja que ofereix cobertura sobre esdeveniments, llocs d'interès i tendències culturals de la ciutat. També ens serveix com a punt de partida per a debats, entrevistes o recomanacions.

2. *BCN Més* ²⁵



Imatge 2: Diari BCN més

El diari independent *BCN Més* ofereix una cobertura extensa dels esdeveniments culturals, exposicions, concerts, teatre i altres coses, centrant-se en l'escena cultural de Barcelona. Després d'investigar el format de la revista, agafem d'inspiració la part del butlletí. Considerem que és una molt bona forma de proporcionar als oients les novetats culturals d'aquella setmana en qüestió.

3. *Barcelona Metropolitan* ²⁶



Imatge 3: Logo revista Metropolitan Barcelona

Per molt que sigui una revista en anglès, idioma no present en el nostre pòdcast, ens serveix d'inspiració per la forma en la qual redacten les notícies. Utilitzen un llenguatge col·loquial i no gaire formal, cosa que creiem que el seu públic objectiu són els joves, igual que el nostre pòdcast.

²⁴ Timeout: <https://www.timeout.es/barcelona/es>

²⁵ BCN Més: <https://bcnmes.com/>

²⁶ Barcelona Metropolitan: <https://www.barcelona-metropolitan.com/>

4. La torre de Barcelona²⁷



Imatge 4: Logo revista La Torre de Barcelona

Malgrat que és una revista que no se centra exclusivament a parlar de cultura, l'hem escollit com a referent per la diversitat de contingut que ofereixen. D'entre totes les seccions de la revista, tenen una destinada a l'oci i cultura de la ciutat i expliquen, des d'una posició objectiva, tot de temes relacionats amb aquest àmbit.

L'anàlisi detallada d'aquests referents ens ha permès identificar diverses estratègies i recursos que podem implementar en el nostre pòdcast. *Timeout* ens ofereix una visió inspiradora de la vida urbana, mentre que *BCN Més* ens proporciona una manera efectiva de mantenir-nos actualitzats sobre els esdeveniments culturals setmanals. A més, la influència de *Barcelona Metropolitan* ens ha mostrat la importància de mantenir un to col·loquial i accessible per al nostre públic jove. Finalment, *La Torre de Barcelona* ens ha recordat la necessitat d'abordar la diversitat de continguts per oferir una experiència completa als nostres oients.

5. ANÀLISI DE MERCAT

5.1 Competència

Amb el creixement de l'activitat cultural a Barcelona i l'aparició de noves plataformes de distribució com els pòdcasts, les iniciatives per a explorar i difondre els béns culturals de la ciutat han cobrat impuls. En aquest apartat del treball, s'exploren quatre propostes de pòdcast culturals presentades recentment a Barcelona, que servien per analitzar la competència amb la qual competiríem dins del mercat. En cada una de les propostes, s'analitzarà les seves principals característiques, enfocament temàtic i estratègies de distribució.

1. El Podcasteller²⁸



Imatge 5: Logo Podcasteller

Aquest pòdcast ofereix una mirada íntima i perspicax al món dels castells, destacant històries, anècdotes i activitats relacionades amb aquesta tradició catalana. A més de cobrir esdeveniments i notícies rellevants per als castellers, el programa aprofundeix en la història i el significat cultural d'aquesta pràctica. Aquest pòdcast està principalment dirigit a membres i seguidors de les colles castelleres, així com a qualsevol persona

²⁷ La torre de Barcelona: <https://www.latorredebarcelona.com/>

²⁸ El Podcasteller: <https://open.spotify.com/show/1x1KwBXHfcZGCC0tC5GO3K>

interessada en la cultura i la història de Catalunya. També podria atreure a aquells interessats en les tradicions populars i les activitats comunitàries.

El pòdcast conté; entrevistes amb membres de les colles castelleres, narracions d'històries i anècdotes relacionades amb els castells, anàlisi d'esdeveniments i assoliments importants en el món casteller, reflexions sobre el significat cultural de la pràctica castellera. La seva periodicitat és mensual.

Aquest pòdcast utilitza múltiples plataformes de distribució, incloent-hi Spotify, YouTube i Ivoox, la qual cosa permet als oients accedir als episodis en les seves plataformes preferides.

2. *Això és Can Pixa!*²⁹:



Imatge 6: Logo Això és can pixa!

Aquest pòdcast ofereix un recorregut per les festivitats i tradicions del barri de Sant Andreu, proporcionant una visió íntima de la vida comunitària i cultural en aquesta àrea de Barcelona. Des de la cobertura d'esdeveniments festius fins a entrevistes amb residents locals, el programa busca celebrar i promoure la identitat única de Sant Andreu. És dirigit a residents de Sant Andreu, així

com a qualsevol persona interessada en les festivitats locals i la vida comunitària en els barris de Barcelona. També podria atreure a turistes que busquen experiències culturals autèntiques.

El pòdcast conté els següents apartats: Presentació del programa i descripció del contingut, cobertura de festivitats locals i esdeveniments culturals en Sant Andreu, entrevistes amb residents locals i figures destacades del barri, segments informatius sobre les tradicions i costums de Sant Andreu. La seva periodicitat és setmanal.

Es distribueix principalment a través de YouTube i Spotify. Aquestes plataformes són populars entre una àmplia gamma d'audiències i faciliten l'accés als episodis tant per als residents locals com per als interessats en la cultura de Sant Andreu.

3. *Sons de Festes*³⁰:



Imatge 7: Logo Ràdio Rambles

Com a part del projecte **Ràdio Rambles**, aquest pòdcast destaca les festivitats i tradicions de Barcelona, centrant-se en les entitats que formen part de la Federació d'Entitats de Cultura Popular i Tradicional de la Barcelona Vella. Des d'anècdotes i curiositats fins a entrevistes amb membres d'aquestes entitats, el

²⁹ Això és Can Pixa: <https://open.spotify.com/show/1mKd5OvAS72jyihPlaEaQb>

³⁰ Sons de festa: https://www.ivoox.com/podcast-sons-festa_sq_f12330701_1.html

programa ofereix una visió única de la vida cultural a la ciutat. És dirigit a aquells interessats en la cultura popular i tradicional de Barcelona, així com a membres de les entitats participants en el projecte Ràdio Rambles. També podria atreure a aquells interessats en la història i la identitat cultural de la ciutat.

Els apartats que conté el pòdcast són els següents: Introducció i presentació dels conductors, segments dedicats a festivitats específiques i entitats participants, anècdotes i curiositats sobre les tradicions populars de Barcelona, entrevistes amb membres destacats de les entitats culturals locals. La seva periodicitat és quinzenal.

Sons de Festes forma part del projecte Ràdio Rambles, la qual cosa implica que els episodis es distribueixen a través de les plataformes associades amb el projecte, així com en els canals de La Casa dels Entremesos. A més, els episodis es comparteixen en xarxes socials i llocs web relacionats amb les entitats culturals de Barcelona.

4. **La cullerada** ³¹:



Imatge 8: Logo la Cullerada

La cullerada ofereix una immersió completa en el món de la gastronomia, destacant entrevistes amb persones conegudes de diversos àmbits que comparteixen les seves experiències culinàries i revelen els seus plats favorits. Aquest pòdcast és una proposta gastronòmica de Time Out Barcelona.

El pòdcast és dirigit a persones interessades en la gastronomia i la cultura culinària, tant residents a Barcelona com turistes. Atrau aquells que gaudeixen descobrint nous restaurants, explorant l'escena gastronòmica de la ciutat i aprenent sobre el món de la cuina a través de les experiències de figures conegudes i experts en el camp. Es publica el primer dimecres de cada mes, la qual cosa té una periodicitat mensual.

Els apartats que conté el pòdcast són els següents: Entrevistes amb persones conegudes de diversos àmbits sobre les seves experiències culinàries i plats favorits, converses amb cuiners sobre els secrets dels seus restaurants i la cuina en general, consells pràctics sobre vins i el món de la sommelieria, recomanacions dels millors llocs per menjar i beure a Barcelona.

Es pot escoltar a través de Spotify i Ivoox, però també té la possibilitat de veure l'episodi en format de vídeo a YouTube, la qual cosa ofereix una experiència multimèdia.

³¹ La Cullerada: <https://open.spotify.com/show/5SSJS1PmifDOh78jpDDM73>

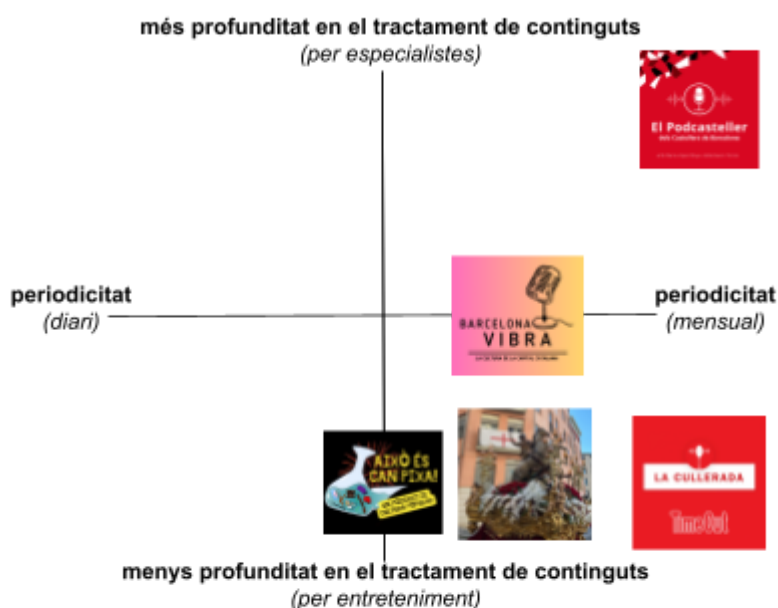
5.2 Anàlisi DAFO

DEBILITATS	FORTALESES
1. <u>Altres pòdcasts culturals</u>: Amb la creixent popularitat dels pòdcasts, pot ser que ja hi hagi altres programes que tractin temes culturals a Barcelona, competint per l'atenció de l'audiència. 2. <u>Manca de finançament</u>: La producció de pòdcast de qualitat pot requerir inversions en equip, producció i promoció. La manca de finançament pot limitar la capacitat del pòdcast per millorar i créixer. 3. <u>Dependència d'invitats</u>: Si el pòdcast depèn excessivament de la participació d'experts i artistes locals, podria experimentar dificultats en la programació i la varietat de contingut. 4. <u>Crisi turística</u>: En moments de baixa afluència de turistes, l'audiència pot disminuir, especialment si el pòdcast es basa en gran part en la participació dels visitants.	1. <u>Riquesa històrica</u>: Barcelona té una història que abasta des de l'època romana fins als esdeveniments més recents com els Jocs Olímpics de 1992. 2. <u>Escena artística</u>: Amb nombroses galeries d'art, murals urbans i esdeveniments culturals com el festival de música Primavera Sound. 3. <u>Arquitectura icònica</u>: Els treballs de l'arquitecte Antoni Gaudí, com la Sagrada Família i el Parc Güell, són únics i poden ser temes fascinants per a un pòdcast, mostrant la singularitat arquitectònica de la ciutat. 4. <u>Gastronomia diversa</u>: La cuina catalana és rica i diversa. Es podria explorar els mercats, restaurants i tradicions culinàries.
AMENACES	OPORTUNITATS
1. <u>Canvis tecnològics ràpids</u>: L'evolució ràpida de les plataformes i tecnologies de distribució de pòdcast podria afectar la manera com l'audiència accedeix al contingut. 2. <u>Canvis en les preferències locals</u>: Les preferències i interessos del públic local poden canviar amb el temps. Si hi ha	1. <u>Col·laboració amb festivals</u>: Amb esdeveniments com el Festival Grec i el Festival Internacional de Cinema de Barcelona-Sant Jordi, el pòdcast pot col·laborar amb aquests festivals per aportar contingut exclusiu i entrevistar artistes participants. 2. <u>Entrevistes amb artistes locals</u>: Barcelona té una escena artística

una desconexió entre el contingut del pòdcast i les expectatives locals, es podria perdre l'interès de l'audiència. 3. <u>Problemes legals amb drets d'autor</u>: L'ús de material protegit per drets d'autor, com música o imatges, sense la deguda llicència podria provocar problemes legals. 4. <u>Condicions meteorològiques</u>: Condicions meteorològiques adverses podrien afectar la logística de les activitats culturals i, per tant, el contingut del pòdcast.	florent que inclou pintors, escultors, músics i altres 3. <u>Recorreguts virtuals per museus</u>: Amb la tecnologia actual, el pòdcast pot oferir als oients recorreguts virtuals per museus com el Museu Picasso o el Museu Nacional d'Art de Catalunya. 4. <u>Contingut en diversos idiomes</u>: Barcelona és una ciutat multilingüe.
---	--

5.3 Mapa de posicionament

Hem seleccionat la profunditat en el tractament dels continguts culturals i la periodicitat com a variables clau per al nostre mapa de posicionament comparatiu amb els competidors. Aquestes variables ens permeten entendre la nostra posició relativa en el panorama dels pòdcasts culturals i identificar oportunitats per a la millora i l'evolució del nostre projecte. La profunditat en el tractament dels temes ens ajuda a definir el nostre públic objectiu i a posicionar-nos en relació amb altres pòdcasts, mentre que la periodicitat determina la nostra capacitat de mantenir-nos rellevants i generar interès de forma regular. Així, aquestes variables guien la nostra estratègia i ens ajuden a ajustar-nos a les necessitats i preferències de l'audiència.



Gràfic 1: Mapa de posicionament. Autoria pròpia

La novetat de *Barcelona Vibra* rau en la seva capacitat per oferir una visió vibrant de la vida cultural de Barcelona. Diferent dels altres pòdcasts, *Barcelona Vibra* busca integrar informació sobre esdeveniments, tendències culturals, gastronomia i altres aspectes de la vida urbana en una experiència d'escolta enriquidora i immersiva. A través d'entrevistes, debats i recomanacions, el pòdcast busca connectar amb el seu públic d'una manera fresca i dinàmica, mantenint-se actualitzat amb les últimes novetats i oferint una perspectiva única sobre l'escena cultural de Barcelona.

6. MEMÒRIA DE PRODUCCIÓ

El pòdcast *Barcelona Vibra* és una narració que reflecteix la col·laboració i el compromís de les autores, Anna Clarà i Paula Aviñoa, en la creació d'un projecte culturalment enriquidor. El pòdcast s'ha creat amb la clara intenció d'acostar els esdeveniments culturals de Barcelona a la joventut de la ciutat. Es tracta d'oferir un contingut informatiu, però també atractiu i profundament accessible, capturant alhora la diversitat i l'essència de la vida cultural de Barcelona.

L'ús del català com a idioma principal, juntament amb la seva distribució a través de la plataforma de streaming Spotify, reflecteix la consideració pel públic al qual es vol arribar. Amb una durada mitjana dels episodis d'aproximadament 20 minuts i una periodicitat quinzenal, el pòdcast s'adapta als horaris i al ritme de vida del seu públic objectiu: joves de 18 a 30 anys, residents de Barcelona i amb un interès considerable per la cultura local.

La decisió de llançar el pòdcast en una data tan simbòlica com el 23 d'abril, coincidint amb la celebració de Sant Jordi, no va ser casualitat. Aquesta elecció es va fer pensant en què aquest dia és un dels més, si no el més important, en l'àmbit de cultura catalana i alhora ressalta l'esperit vibrant i participatiu del projecte, que busca connectar amb les tradicions de la ciutat.

Actualment, en data d'entrega del projecte, hi ha publicats 3 episodis de *Barcelona Vibra* a Spotify. El pròxim 4 de maig, es farà públic el quart episodi i ens acomiadarem fins al setembre per període vacacional.

6.1 Idea i sinopsi

Aquest pòdcast té com a objectiu principal informar i entretenir l'audiència sobre els esdeveniments culturals que tenen lloc a Barcelona entre els mesos d'abril i juliol.

A través d'una sinopsi específica, el contingut del programa se centrarà a proporcionar als oients una visió detallada i variada de les opcions culturals disponibles a la ciutat durant aquest període. Aquest contingut inclourà exemples reals de persones joves participant en esdeveniments culturals, suggeriments de

visites a esdeveniments destacats, entrevistes amb els protagonistes o persones rellevants vinculades als esdeveniments, així com la interacció amb l'audiència per tal de recollir les seves opinions i valoracions sobre pel·lícules, llibres, i altres esdeveniments culturals. L'enfocament comunicatiu del pòdcast serà fresc i dinàmic, amb un llenguatge que connecti amb el públic jove (entre 18 i 30 anys) i una estructura que capti l'atenció i mantingui l'interès al llarg de l'emissió.

6.2 Públic objectiu

El pòdcast cultural *Barcelona Vibra* es dirigeix a persones apassionades per la història, l'art, l'arquitectura, la gastronomia i la vida cultural de la ciutat. Aquest públic és principalment local, format per residents de Barcelona que busquen conèixer més a fons el seu entorn, així com visitants que desitgen explorar i submergir-se en la diversitat cultural de la ciutat. A més, es dirigeix a aquells que valoren l'autenticitat, la profunditat i la narrativa en la presentació de continguts culturals.

Tot i que el pòdcast està principalment adreçat a joves d'entre 18 i 30 anys, el rang d'edat pot ser ampli; des de joves adults interessats en l'escena artística fins a persones majors que volen aprendre i apreciar la història i l'evolució cultural de Barcelona.

El pòdcast està dissenyat per ser inclusiu i atractiu per a persones de diverses procedències ètniques, classes socials i orientacions culturals. La diversitat és una riquesa cultural, i el pòdcast busca reflectir aquesta diversitat en les seves narratives, assegurant-se que totes les veus i perspectives siguin considerades i respectades.

Finalment, s'espera que el pòdcast inspire una sensació de pertinença entre els residents de Barcelona, fomentant un orgull i apreciació més profunds per la riquesa cultural de la ciutat. El públic objectiu del pòdcast abraça la diversitat, la curiositat intel·lectual i una passió compartida per explorar i comprendre la rica cultura de la ciutat. El pòdcast busca atreure un públic curiós i obert a descobrir noves perspectives sobre la ciutat comtal, proporcionant una experiència única i enriquidora a través de relats, entrevistes i exploració profunda de la cultura local.

6.3 Durada i periodicitat

El pòdcast que estem dissenyant tindrà una durada d'uns 20 minuts per episodi, per fer-lo el més dinàmic i entretingut possible. Considerem que ampliar la durada, podria fer-nos perdre audiència pel fet que seria massa llarg. La publicació de cada episodi serà quinzenal. Aquest format permetrà oferir als oients una experiència concisa i dinàmica, ideal per mantenir-los enganxats i informats sobre els últims esdeveniments culturals que tenen lloc a Barcelona.

Pel que fa a la seva periodicitat, inicialment està previst que el pòdcast tingui una durada de quatre mesos, cobrint els mesos d'abril a juliol, amb la celebració de Sant Jordi com a esdeveniment inaugural. Considerem que aquesta festa popular tan celebrada a Barcelona és el millor tret de sortida d'un pòdcast cultural com el nostre. Tanmateix, aquest calendari és ampliable en cas que la resposta de l'audiència sigui positiva i es detecti un interès continu en el contingut. Així doncs, es manté una flexibilitat per adaptar-se a les necessitats i preferències dels oients, amb la possibilitat d'estendre la producció del pòdcast més enllà del període inicialment establert si la demanda ho justifica.

En definitiva, aquest enfocament busca proporcionar una experiència de pòdcast cultural regular, fresca i adaptada a les preferències de l'audiència. Com que no oferim episodis llargs com tampoc de forma setmanal, creiem que la rebuda de cada publicació per part de l'audiència serà molt bona.

6.4 Estructura

L'estructura proposada per als episodis del nostre pòdcast és una elecció sòlida i coherent per diverses raons fonamentals que milloraran significativament l'experiència de l'audiència. En primer lloc, hem considerat detingudament l'estructura utilitzada per altres pòdcasts culturals existents, estudiant-ne els punts forts i les àrees d'oportunitat. Després d'aquesta anàlisi, hem seleccionat els elements que considerem més efectius i rellevants per al nostre format, i hem eliminat aquells que poden resultar menys atractius o que no encaixen amb els nostres objectius. Aquesta selecció ens ha permès crear una estructura que és alhora coherent amb les expectatives de l'audiència i innovadora en el seu enfocament.

Un altre factor clau a tenir en compte és la durada dels nostres episodis, fixada en uns 20 minuts. L'estructura suggerida, amb seccions breus i concises, ens permet mantenir un flux constant d'informació i entreteniment sense perdre mai el ritme ni la rellevància del contingut. A més, la divisió en seccions clarament definides també facilita la navegació i la comprensió de l'audiència, ja que ofereix una organització lògica i cohesiva dels temes tractats a cada episodi. Això permet als oients identificar i accedir fàcilment als continguts que més els interessin, millorant així la seva experiència de consum del pòdcast.

Finalment, l'estructura també ofereix una combinació equilibrada de narració, entrevistes, anàlisi i recomanacions, que proporciona una visió completa i enriquidora de l'esdeveniment cultural tractat a cada episodi. Aquest enfocament multidimensional permet abordar la temàtica des de diverses perspectives i oferir a l'audiència una experiència rica i variada que no només informi, sinó també entretingui i inspire. El temps de cada apartat de l'estructura s'ha decidit basant-se en la importància i rellevància de cada secció per un contingut del pòdcast equilibrat,

entretingut i informatiu. S'ha de destacar, que el primer episodi presenta una estructura una mica diferent de la resta, ja que era el primer capítol de *Barcelona Vibra*, i hem hagut de presentar el nostre projecte abans de començar amb el temari en qüestió.

ESTRUCTURA I GUIA D'ESTIL GENERAL DEL PÒDCAST

(adaptable segons el tipus d'episodi i contingut que es distribueixi)

1. INTRODUCCIÓ (1 min aprox.)

- a. Presentació breu del programa i dels presentadors
- b. Descripció del contingut de l'episodi en qüestió.

En l'apartat d'introducció, el to seria informatiu per presentar el programa i els presentadors de manera clara i concisa. A la Introducció es destina 2 minuts per presentar el programa i enganxar l'audiència.

2. RECOMANACIONS I AGENDA (3 min aprox.)

- a. Suggeriments d'activitats relacionades amb l'esdeveniment

En les recomanacions i agenda, el to seria més entusiasta i motivador per animar l'audiència a participar en activitats relacionades amb la festa. Això ocuparia 3 minuts perquè hi hagués temps a incentivar l'audiència a participar en activitats relacionades amb la festa.

3. EXPLICACIÓ DE L'ESDEVENIMENT EN QÜESTIÓ (7 min aprox.)

- a. Narracions d'històries i tradicions relacionades amb la festa
- b. Exploració de les pràctiques més comunes associades a la celebració.

En les històries i anècdotes, el to podria ser més lleuger i fins i tot humorístic per captar l'atenció de l'audiència i fer les narracions més entretingudes. Les històries i anècdotes ocupen 5 minuts perquè és una part clau per aprofundir en la celebració i captar l'interès dels oients.

4. SECCIÓ INTERACTIVA AMB L'AUDIÈNCIA (3 min aprox.)

- a. Fer partícip a l'audiència amb preguntes fetes a través de les Xarxes Socials.

En aquest apartat, el to seria lleuger i alegre, per tal de fer una secció més amena i dinàmica amb l'audiència. Es dediquen 3 minuts per donar temps a analitzar totes les propostes dels oients.

5. ENTREVISTES (5 min aprox.)

- a. Converses amb figures rellevants sobre les experiències i perspectives de la celebració

En les entrevistes, el to seria més neutre i professional per poder obtenir informació rellevant de les figures entrevistades. Aquest bloc ocupa 5 minuts per aprofundir en les experiències i aportacions de les figures rellevants.

6. TANCAMENT (1 min aprox.)

- a. Recapitulació de l'episodi
- b. Agraïments i promoció a les XXSS

Finalment, al tancament es destina 1 minut perquè és el just i suficient per fer un resum de l'episodi i acomiadar-se de l'audiència.

6.5 Identitat: nom i logo

Després de pensar en diverses opcions de noms per al pòdcast, hem arribat a la conclusió que *Barcelona Vibra* és l'elecció més adequada per diversos motius... Primerament, la inclusió del nom "Barcelona" situa clarament el focus del nostre contingut en la vibració cultural de la ciutat catalana, establint una connexió directa amb l'audiència interessada en els esdeveniments que s'hi succeeixen. La paraula "Vibra" transmet dinamisme, energia i vitalitat, indicant que el pòdcast capturarà l'essència viva i en constant moviment de la cultura barcelonina.

Aquest nom no només és descriptiu, sinó que també és memorable i atractiu per a l'audiència. Transmet la idea de diversitat i emoció en relació amb els esdeveniments culturals que es presentaran al pòdcast. A més, com que el nom encara no està utilitzat a les xarxes socials, ens dona una oportunitat única per construir una marca sòlida i captar l'atenció del públic. Pel que fa a les altres opcions de noms que havíem pensat, com "ArtXpress" o "ArtBCN", si bé poden ser descriptius en el sentit d'indicar el focus en l'art i la cultura, podrien limitar la percepció de l'audiència sobre la varietat d'esdeveniments que tractarem. *Barcelona Vibra*, en canvi, abraça tota mena de continguts culturals, com museus, concerts, presentacions de llibres, pel·lícules, rutes gastronòmiques, festes populars i més, oferint una visió més àmplia i inclusiva de la vida cultural de Barcelona.



*Imatge 9: Logotip del Pòdcast
"Barcelona Vibra" Autoria pròpia*

Després de dissenyar diferents logotips (veure Annex 1) amb l'eina Canva, considerem que aquesta és la proposta més encertada. El logotip triat reflecteix una combinació d'elements que són claus per captar l'atenció de l'audiència i comunicar efectivament la naturalesa vibrant i cultural del programa. Per a començar, el micròfon típic de ràdio simbolitza la naturalesa del pòdcast com a mitjà de comunicació auditiva, reforçant la seva identitat com a programa de periodisme que ofereix informació i entreteniment a través de l'àudio. Aquest element visual és reconeixible i evoca immediatament la idea de comunicació i transmissió de contingut.

El fet que el més reconeixible sigui el nom del pòdcast, "Barcelona Vibra", té com a objectiu destacar-lo com a punt focal del logotip, subratllant el tema principal del pòdcast: la vida cultural de Barcelona. L'ús del nom de la ciutat indica clarament el seu àmbit geogràfic, mentre que el verb "Vibra" transmet dinamisme i energia, suggerint l'emoció i el ritme de la vida cultural de Barcelona. Tanmateix, el fet d'introduir la frase "La cultura de la capital catalana" reforça encara més aquesta idea, comunicant de manera clara i directa el contingut del pòdcast i el seu enfocament en cobrir una àmplia gamma d'esdeveniments culturals a Barcelona. Malgrat que hem afegit aquesta curta frase, el títol del pòdcast és el més gran perquè és el que volem destacar. La paraula "vibra" és encara més gran que la de "Barcelona" per la seva llargada. Així, mirem que quedin, si més no igualades per ocupar el mateix espai.

Pel que fa al fons de degradat de colors vius entre grocs, taronges i roses, aquesta elecció té diverses justificacions. En primer lloc, els colors vius són atractius visualment i criden l'atenció de l'espectador, captant la seva curiositat i generant interès pel pòdcast. A més, els tons grocs, taronges i roses evocuen una sensació de calidesa, energia i vitalitat, que coincideixen amb la idea de "vibració" associada al nom del pòdcast. Aquesta paleta de colors transmet una atmosfera positiva i enèrgica, que és coherent amb l'esperit del programa i invita l'audiència a explorar la diversitat cultural de Barcelona amb entusiasme.

Finalment, hem tractat de dissenyar un logotip que es diferenciï de la competència, com també que sigui visual a l'hora d'utilitzar-lo a xarxes socials. Pel que fa a la tipografia de lletres escollida ("Blogger" a l'eina de creació Canva), hem triat unes que són clares i força visuals. Malgrat que havíem provat altres tipografies i de diferents mides (veure Annex 1), hem acabat triant aquestes perquè són les més llegibles. També per aquesta raó hem triat que les lletres siguin de color negre. Com més colors provàvem, menys es llegia el títol del pòdcast que, a la fi, és el més important. Com a imatge de perfil, el micròfon de ràdio i el nom del



*imatge 10: Logotip "Barcelona Vibra"
provat en panell rodó per xarxes socials
Autoria pròpia*

pòdcast, seran fàcilment identificables, la qual cosa és de molta utilitat per permetre a l'audiència reconèixer la marca. A més, funcionen en un marc rodó per la majoria de les xarxes socials amb fotografia de perfil rodó.

7. PRODUCCIÓ DEL CAPÍTOL PÍLOT

7.1 [Episodi 1](#) - Sant Jordi, la festivitat catalana per excel·lència

7.1.1 Continguts, tema i convidats.

El primer episodi d'aquesta primera temporada de *Barcelona Vibra* és un episodi introductori i de contingut especial. D'una banda, pel fet de ser introductori, es mira de fer arribar a l'audiència aspectes tan importants com quina serà la dinàmica del pòdcast i el seu contingut o la seva temporalitat. Es tracta d'un episodi especial pel fet de coincidir amb la diada de Sant Jordi, un dels esdeveniments culturals més importants de la capital catalana. Per tant, els continguts del pòdcast queden dividits en tres. Primerament, un repàs de l'agenda d'actes que es fan a Barcelona en aquest dia, de caràcter més informatiu. Seguidament, es dona resposta a les preguntes fetes pels oients a través de xarxes socials en referència a tradicions del dia de Sant Jordi, suggeriments que demanen, entre d'altres. Finalment, es destina un bloc complet a fer recomanacions de llibres tenint en compte el públic al qual va destinat el pòdcast. Pel que fa als convidats, en aquest primer episodi no comptem amb col·laboracions externes. Ens volíem centrar exclusivament a presentar el nostre projecte i fer veure a l'audiència quina serà la dinàmica que predominarà en el pòdcast. Aquest primer episodi es pot escoltar a Spotify des del 23 d'abril del 2024.

7.1.2 Guió tècnic-literari - *Episodi 1, Pilot*

A continuació, es presenta el guió tècnic-literari d'aquest primer episodi de *Barcelona Vibra*.

CARETA: Barcelona no només és una destinació, sinó un estil de vida, una inspiració constant pels amants de la cultura. *Barcelona Vibra*, amb Paula Aviñoa i Anna Clarà.

Anna: Benvinguts i benvingudes al primer episodi de *Barcelona Vibra*, el pòdcast cultural que et manté al dia de tot el que passa a Barcelona. Soc l'Anna.

Paula: I jo soc la Paula. Estem emocionades de compartir amb vosaltres aquest primer capítol especial dedicat a la diada de Sant Jordi del 2024.

Anna: Però abans de submergir-nos en la màgia d'aquest dia, volem presentar el nostre projecte. *Barcelona Vibra*. Som un pòdcast on pretenem capturar l'essència cultural de la nostra estimada ciutat, des de les tradicions més arrelades fins als últims esdeveniments i tendències.

Paula: Cada 15 dies, us portarem els millors continguts culturals, recomanacions, entrevistes i molt més.

Abans de començar amb el temari, farem un breu resum de les novetats culturals d'aquesta setmana

SUMARI: Quines activitats ens esperen aquesta setmana?

Paula: Els actes que es fan al llarg d'aquests dies són: Pel que fa a música, el 29è Festival de Cançó d'Autor de Barcelona, BarnaSants 2024, presenta un centenar de concerts a l'abril en diverses ubicacions de Barcelona i voltants, commemorant el cinquantè aniversari de la revolució dels Clavells.

Anna: Per aquells qui us agradi la cervesa, la música i la gastronomia, tot això és el que porta la 12a edició d'un dels esdeveniments més divertits de Barcelona; el Biertgarten de San Miguel al Poble Espanyol. Tot combinat amb tallers per a aprendre a ser un mestre cerveser o descobrir matisos de sabor entre diferents varietats de cervesa. En aquesta edició, l'entrada a la Biergarten és gratuïta per a residents a Catalunya, amb reserva en línia, i l'aforament es completarà per ordre d'arribada.

Paula: Pel que fa a exposicions que es poden visitar al llarg d'aquest mes, us expliquem les que encara estan disponibles en aquests dies: A mig camí entre una experiència immersiva i un museu dedicat a les bombolles, Bubble Planet obre les portes a Barcelona després d'haver arrasat en ciutats com Miami, Los Angeles o Milà. Aquest viatge surrealista comptarà amb 11 sales temàtiques repletes de bombolles de totes les característiques i tipologies possibles, fins i tot, creades amb tecnologia i una experiència de Realitat Virtual. Entrades: a partir de 14,90 €

Anna: Per a tots aquells amants de la IA, hi ha una exposició que es proposa aprofundir en la innovació tecnològica que ha marcat un abans i un després en el nostre temps. Està coproduïda pel CCCB i el Centre Nacional de Supercomputació.

Paula: Si sempre t'ha apassionat ser investigador, el Cluedo a mida real torna amb força aquest abril. Es tracta d'un misteri que només tu pots resoldre seguint pistes, entrevistant sospitosos i recorrent cada racó de La Casa de la Seda a Barcelona. Tots els dissabtes del mes pots triar entre diverses sessions per a anar amb els teus amics i treballar en equip com a detectius. Es troba a La Casa de la Seda. C/ de Sant Pere Més Alt, 1 (Ciutat Vella) i les entrades a partir de 27,50 €.

Anna: I només recordem que ja estem pel quart mes de l'any i encara no has complert molts dels teus propòsits d'any nou. Aquest abril a Barcelona és la teva oportunitat per a complir un dels més importants: anar més al teatre. Drama, comèdia, assaig... Barcelona compta amb més de 60 sales de teatre amb programacions d'allò més variades. Et deixem per aquí algunes de les més esperades del mes perquè no hakis de fer el treball de recerca:

‘La màquina Hamlet’ – fins al 28 d'abril a la Sala Atrium

‘Verne Sunday Theater’ – 14 i 28 d'abril a la Sala Verne

Barcelona Vibra, el pòdcast cultural de la capital catalana

Anna: Ara, ja sí que sí, comencem amb una de les festes més esperades de l'any a Barcelona: Sant Jordi. Falta molt poquet perquè comenci aquest dia. De fet, la diada de St. Jordi és avui mateix, 23 d'abril del 2024, encara que nosaltres ho estem gravant amb alguns dies d'antelació. I tu, persona que ens estàs escoltant, et preguntaràs: quin és l'objectiu d'aquest capítol?

Paula: Doncs aquest episodi està centrat a explicar tots els actes, esdeveniments, activitats i paradetes que hi haurà a Barcelona al llarg del dia d'avui. Per tant, tant si ets resident de Barcelona com si vens d'arreu de Catalunya i no tens idea que es fa avui a la ciutat comtal, queda't, que nosaltres t'ho explicarem tot tot!

Com serà Sant Jordi aquest 2024?

Anna: Comencem primer per una novetat que entra aquest any en vigor que crec i considero, no agradarà gens a la cambra del Llibre. I és que les parades de llibres que s'instal·lin als carrers de la ciutat hauran de pagar una quota de servei. Tal com ha informat la Cambra del Llibre als seus agremiats, la tarifa serà de 80 € (més IVA) per a una parada de sis metres si són agremiats. En el cas que no ho siguin, la tarifa pujarà fins als 100 euros. Què en penses Paula?

Paula: Segurament hi haurà menys paradetes aquest any i mira que venim d'una temporada passada on es van superar les expectatives de participació, oi Anna?

Anna: Així és. Cal recordar que el 2023 es van millorar les diades pre pandèmia, amb un 11,5 % més de parades que el 2022 i un 25 % més de signatures d'autors. La Rambla va tornar a convertir-se en un escenari clau de Sant Jordi i veurem si aquest any tornarà a ser l'epicentre de la diada.

Paula: El capítol d'avui serà una mica especial. Hem necessitat la vostra ajuda. Com bé recordàreu, fa cosa de 15 dies us vam llençar per Instagram (**PROMO: bcn_vibra, per si encara no ens segueixes i et vols assabentar de totes les novetats culturals**) un story on us preguntàvem quines curiositats o quins dubtes teníeu d'aquest dia..

Anna: Hem volgut fer-ho d'aquesta manera més dinàmica, perquè hem pensat que probablement si fèiem un monòleg, molts de vosaltres us avorrireu i marxàreu, cosa que no volem, i com us tenim tant afecte, ens vam preguntar: Que no saben els nostres seguidors d'aquest dia? Quina curiositat tenen? Doncs este maquí per respondre-us a tots!

Paula: Primera pregunta. Quitus2k ens diu: Quins restaurants recomaneu per anar a dinar el dia de St. Jordi?

Anna: Doncs mira, si ets un amant de la pasta i dels llocs romàntics, et recomano el restaurant Bella's. Està a l'avinguda Diagonal 640, just davant de l'Illa. Cuina 100% italiana, i si de veritat vols gaudir d'un bon plat de pasta, et recomano que hi vagis. Això sí, truca per reservar perquè està a petar sempre de gent. Ara et pregunto jo a tu Paula. Iauraviilaro ens pregunta: Quin és el St. Jordi més especial que recordes?

Paula: Ostres doncs crec que el Sant Jordi més especial que recordo va ser quan anava a Batxillerat. Al meu institut, com a tots segurament, veníem roses per guanyar diners pel viatge de final de curs. Recordo que aquell Sant Jordi de 1r de Batxillerat, ens tocava a nosaltres i estàvem tots molt il·lusionats per vendre com més roses millor. A més, els estudiants podien encarregar roses amb cançó o poema i era molt divertit perquè interrompiem

la classe per portar la rosa al destinatari amb la cançó o poema que havien encarregat per a ell. Recordo que alguns cantaven, d'altres tocaven la guitarra... Eren roses amb una entrega molt especial, t'ho asseguro. Siiraalegre i mmartinaanitramm tenen el mateix dubte: Per què es regalen roses i llibres per Sant Jordi?

Anna: Quan van marxar junts, va aparèixer entre la boira un cavaller, que va ser de capaç d'enfrontar-se al drac i matar-lo. Entre la seva sang va créixer un roser. En el mateix moment que va començar a créixer la planta, van començar a créixer roses vermelles. I el cavaller va creure que era el moment perfecte per regalar-li a la princesa el millor exemplar d'aquests pètals que havien florit. Per això, d'aquí sorgeix la tradició que els homes li regalin a les dones una rosa vermella el 23 d'abril de cada any.

Paula: I pel que fa als llibres?

Anna: Doncs el dia del Llibre coincideix amb la festa de Sant Jordi, perquè fa honor a la mort d'emblemàtics escriptors, com William Shakespeare, Miguel de Cervantes i Garcilaso de la Vega. El punt de partida es remunta a l'any 1929, quan l'escriptor valencià Vicente Clavel va proposar a la Cambra Oficial del Llibre i el Gremi de Llibreters a Catalunya, un dia a l'any amb l'objectiu d'incentivar la lectura, que es trobava en nivells molt baixos a causa de la gran quantitat de persones que no sabia llegir. De fet, el dia que es va triar va ser el 7 d'octubre de 1929, però l'èxit va ser tan rotund que es va traslladar al 23 d'abril. I una pregunta molt relacionada amb aquesta, ens la fa la clausarde, que ens pregunta si les noves generacions segueixen aquesta tradició de regalar roses i llibres.

Tu què creus Paula?

Paula: Home jo crec que són tradicions encara molt arrelades com per desaparèixer. De fet, la majoria dels meus amics prefereixen celebrar Sant Jordi abans que Sant Valentí. El que sí que ha canviat segur és la tradicional rosa per a ella i el típic llibre per a ell. Cada cop són més les noies que prefereixen rebre un llibre o bé passejar per les paradetes de passeig de Gràcia per trobar l'adequat, sense esperar que ningú els regali. D'altra banda, l'andreaafajardo ens diu: Quin és el pla perfecte per passar el dia de St. Jordi?

Anna: M'encanta aquesta pregunta, ja que jo soc una persona que ha d'organitzar aquest dia mínim amb un mes d'antelació. Per mi, el meu pla perfecte seria el següent: en primer lloc, aquest dia hauria de fer festiu. No només ho dic jo, sinó segur que és un desig que voldria gairebé tota la societat catalana!!

Paula: sí, però pensa que possiblement, si fos festiu, encara hi hauria més gent de la que hi ha normalment

Anna: Aquí tens raó Paula. Continuem amb la pregunta de l'Andrea. Et proposem 5 plans que pots fer aquest dia: Sense dubte, enlloc número 1 no podia faltar recórrer les paradetes de llibres i roses dels diferents carrers i barris de Barcelona. Passeig de Gràcia és on acostuma a haver-hi sempre més concurrència.

Paula: Tampoc no pot faltar una visita a la façana de Casa Batlló, decorada amb centenars de roses vermelles que la fan encara més maca de l'habitual.

Anna: Per continuar amb una proposta més gastronòmica, Sant Jordi pot ser un bon dia per fer un aperitiu o unes tapetes al sol amb els amics en una terrasseta del centre.

Paula: Ostres aquesta sí que em ve moltíssim de gust. Per aquells que al migdia encara estiguin a la feina, poden substituir l'aperitiu per unes cervesetes a la tarda a algun rooftop de Barcelona. Us en diem uns quants: Terrassa Tope, Terrassa Anna, Terrassa Voladís, Terrassa Be Heaven o Terrassa Yurban Trafalgar.

Anna: Això dels rooftops s'ha posat molt de moda oi, Paula?

Paula: Doncs sí! I és que tu diràs... No et sembla un pla fantàstic prendre alguna cosa a l'àtic d'un d'aquests grans edificis de Barcelona des d'on es veuen totes les vistes de la ciutat?

Anna: La veritat és que sí... I com a últim pla, us proposem d'anar a alguna de les signatures de llibres que es faran en aquest dia tan especial i tan literari. Quins són els autors que els nostres oients podran veure, Paula?

Paula: Com sempre, un munt Anna! Per anomenar-ne uns quants, tenim: Albert Forns, Albert Villaró, Alfred Bosch, Blanca Busquets, Carme Riera, Gerard Quintana, Jordi Puntí, Laia Perearnau o Laura Gost.

Anna: Déu-n'hi-do! Tu aniràs a alguna signatura?

Paula: Mira Anna, si puc, aniré a la de la xef Maria Nicolau. Cada cop m'agrada més el món de la cuina i els llibres que ha publicat aquesta xef em semblen molt interessants. I tu, Anna?

Anna: Doncs en el meu cas, intentaré anar a la firma de llibres del Gerard Quintana. M'enrecordo quan a la uni ens va venir a fer una xerrada i no sé. Em sembla una persona superinspiradora i que transmet molt.

Paula: Molt interessant també! Bé, continuem amb les preguntes que hem estat rebent aquests dies per xarxes. Queralid ens pregunta si la diada de Sant Jordi se celebra també a altres llocs del món.

Anna: Hem de confessar que ens hem hagut d'informar força per respondre aquesta pregunta. La Diada de Sant Jordi és una festivitat tradicionalment celebrada a Catalunya. No obstant això, la celebració de Sant Jordi es duu a terme en altres països i regions del món amb les seves pròpies tradicions i costums. Per exemple, en alguns llocs com Anglaterra, Grècia, Portugal, Geòrgia i alguns estats d'Alemanya, també es commemora el dia de Sant Jordi el 23 d'abril, però les celebracions poden variar depenent de la cultura i les pràctiques locals.

Paula: Per exemple, a Anglaterra, se celebra amb esdeveniments cívics, festes i desfilades. A Grècia, en canvi, el dia de Sant Jordi es considera un dia de festa nacional, el que tu volies Anna!

Anna: Tota la raó! Ja podríem aprendre de Grècia en aquest sentit...

Paula: Jajaja... Les celebracions gregues inclouen ofrenes religioses, activitats culturals i esportives, així com diverses festes locals. A Portugal també se celebra a diada com a festa religiosa. Hi ha missa en honor al sant, i en algunes regions també es fan desfilades i esdeveniments culturals. És interessant veure com d'estimat és Sant Jordi a Geòrgia. La festivitat inclou cerimònies religioses, processons, mercats i altres activitats tradicionals. No hi ha dubte, però, que la Diada que més s'assembla a la nostra és la d'alguns estats d'Alemanya, com ara Baviera, on el dia 23 podem veure mercats de primavera, activitats familiars i es venen roses i llibres com a part de la celebració.

Anna: Bé, ja veiem que cada país té les seves pròpies tradicions per celebrar la Diada de Sant Jordi, però totes elles tenen en comú l'homenatge al patró i els valors que representava. Continuem, continuem amb les preguntes dels usuaris per xarxes. Marionablasiballus ens demana recomanacions de llibres per regalar el dia de Sant Jordi.

Paula: Per anar acabant aquesta secció i el capítol en si, us hem preparat una llista dels llibres més valorats segons els gustos o destinataris:

- Pels qui busquen un autor internacional, us proposem *BAUMGARNER* de Paul Auster.
- Com a llibre de no-ficció: *Recupera la teva ment, reconquista la teva vida* de Marian Rojas Estapé
- *Si una emergència* de Mireia Calafell com a llibre de poesia que no et pots perdre.
- Com a un dels millors llibres de Butxaca, Dolores Redondo presenta *Esperant el diluvi*.
- Pels més petits, un conte infantil que sembla que tindrà molt d'èxit aquesta temporada és *Titó. Excursió al fons del mar* de Cristina Jiménez Carbó i Kim Amate.
- I pels infants que comencen a iniciar-se en la lectura: Minitwins 3. Quin tsunami! de Elisenda Roca Palet, o bé, *La Teresa se'n va a la Lluna* de Montse Barderi, per a nens i nenes a partir de 9 anys.
- Tampoc ens oblidem dels joves, que de ben segur que podran recórrer romanços, misteris i aventures amb novel·les com *A partir d'ara* de Marta Bellvehí o *On és la Marta?* de Cesc Cornet.

Anna, jo crec que em quedo amb el llibre de la Marian Rojas. És una autora que ha tingut molt d'èxit últimament amb els seus llibres d'autoajuda i benestar emocional. Em fascina aprendre de la ment humana i la intel·ligència emocional. I tu, amb quin et quedes?

Anna: Sens dubte em quedo amb els llibres d'aventures i misteris. Des de sempre m'han agradat molt aquesta tipologia de llibres i el llibre del Cesc Corent, amb el títol, *On és la Marta*, compleix les meves expectatives. Et llegeixo la sinopsi i jutja per tu mateixa: "*La Marta ha desaparegut, i els seus amics de l'institut comencen a rebre missatges amenaçadors: si no expliquen el seu secret més vergonyós, la Marta ho pagarà car. El misteri sembla que estigui connectat amb la mort de la Júlia, que es va ofegar accidentalment un any abans. Qui és l'autor del xantatge i per què ha segrestat la Marta? I sobretot, què va passar exactament amb la Júlia?*" Em sembla fascinant.

Paula: Escolta aquests de misteris també m'agraden a mi. Ja me'l deixaràs eh!

Anna: I tant!

Les nostres recomanacions per aquest Sant Jordi

Anna: Per anar acabant et fem una pregunta: No saps què regalar aquest 23 d'abril? Deixa't guiar per les nostres recomanacions i troba aquí el llibre per regalar a la teva parella. En aquesta secció, descobriràs els llibres més populars per aquest Sant Jordi, d'una banda; i les nostres recomanacions més especials, d'altra banda.

Paula: Amb la de títols que tenim preparats, els nostres oients podran triar entre una gran varietat eh Anna.

Anna: Jaja, totalment Paula.

Paula: Bé, dels llibres més populars per aquesta propera Diada de Sant Jordi, cal destacar "*Història d'un piano*" de Ramon Gener, Premi Ramon Llull 2024. És una obra que harmonitza la música i les emocions en un viatge ple de sensibilitat.

Anna: També "Confeti" de Jordi Puntí és una novel·la captivadora que et farà riure i reflexionar al mateix temps.

Paula: I, si t'agraden les intrigues i els secrets, no pots deixar passar "La Germandat de l'Àngel Caigut" de Jaume Clotet Planas, un Premi Josep Pla 2024 que et mantindrà enganxat fins a l'última pàgina.

Anna: També destaca "La puresa de l'engany" de Gerard Quintana, una novel·la enigmàtica i plena de misteris que et sorprendrà.

Paula: Altres opcions imprescindibles són "Ales de sang" de Rebecca Yarros, "Una ombra blanca" de Carme Riera o "El Federal" de Sebastià Alzamora. "Cremo!" de Maria Nicolau és un *must* per aquells interessats en la gastronomia.

Anna: I pel que fa a les nostres recomanacions més especials, també us portem una gran varietat de títols. Per començar, no et perdis "Les filles de la criada" de Sonsoles Ónega, una novel·la històrica apassionant que et mantindrà enganxat des de la primera pàgina.

Paula: Per aquells apassionats del thriller, "L'Infern" de Carmen Mola és la seva opció. També us convidem a tots i totes a llegir la denúncia al masclisme d'Emma Zafón a "Casada i callada".

Anna: "Ara soc un llac" és també una molt bona opció pels qui volen una novel·la contemporània. Natàlia Cerezo presenta cinc relats sobre la joventut, l'amistat i els desitjos profunds.

Paula: I acabem amb un títol d'humor: "Manual de supervivència d'una dona soltera" d'Alfred Picó Sentelles. La sinopsi del llibre comença amb una pregunta força difícil de respondre: Què passaria si després de deu anys de relació sentimental el teu nòvio t'envia a pastar fang durant un sopar romàntic?

Jo no sé què faria Anna, i tu?

Anna: Petrificada m'has deixat. És que són 10 anys eh... Algun motiu ha d'haver-hi pel darrere, perquè les coses no es poden prendre d'un dia per l'altre. Però ja saps, si vols tenir una solució, no hi ha més remei que llegir aquest Manual.

Paula: Tota la raó Anna. Bé i amb tota aquesta varietat de llibres i les suggeriments que us hem portat avui ens acomiadem de tots vosaltres. Ens hem endinsat, però de valent, en tot el que Sant Jordi suposa culturalment a la ciutat de Barcelona i, a més, hem pogut respondre les preguntes que ens feien els nostres oients per xarxes socials.

Anna: Que, per cert, si encara no ens seguïu, recordeu que ens podeu trobar per Instagram i Tiktok a bcn_vibra.

Per aquí podreu veure sempre quins són els continguts del pròxim pòdcast i participar en les dinàmiques o preguntes que plantegem. No us ho perdeu! És la manera d'estar a l'última.

Paula: I dit això, ens acomiadem ja, però ens veiem d'aquí a 15 dies amb més cultura que mai.

I és que és la cultura el que fa vibrar Barcelona, però sobretot vosaltres, oients, els que feu vibrar el nostre pòdcast. Ens veiem el 7 de maig aquí, a Barcelona Vibra!

7.1.3 Escaleta tècnica; Episodi 1

Títol: *Barcelona Vibra*_Capítol Pilot; St.Jordi

Autors: Paula Aviñoa i Anna Clarà

Dimarts, 23 d'abril del 2024

Blocs del programa	Indicacions tècniques	Veus	Peus de les locutores	TEMPS	
SINTONIA BARCELONA VIBRA	PP a 2P		Barcelona no només és una destinació, sinó un estil de vida, una inspiració constant pels amants de la cultura. <i>Barcelona Vibra</i> , amb Paula Aviñoa i Anna Clarà	8''	8''
		ANNA	Benvinguts i benvingudes (...) Sóc l'Anna	7''	15''
		PAULA	I jo sóc la Paula. Estem (...) del 2024.	7''	22''
		ANNA	Però abans de submergir-nos (...) i tendències.	13''	35''
	<i>sintonia resolt</i>	PAULA	Cada 15 dies (...) i molt més.	6''	41''
BASE SUMMARI	2P <i>(Houdini - Dua Lipa)</i>				
		PAULA	Abans de (...) d'aquesta setmana	4''	44''
SEPARADOR SUMARI	1P a resolt		Quines activitats ens esperen aquesta setmana?		
		PAULA	Els actes que es fan al llarg (...) de la revolució dels Clavells.	16''	1:00''

		ANNA	Per aquells qui us agradi la cervesa (...) per ordre d'arribada.	25"	1:25"
		PAULA	Pel que fa a exposicions (...) Entrades: a partir de 14,90 €	26"	1:51"
		ANNA	Per a tots aquells amants (...) Centre Nacional de Supercomputació.	13"	2:03"
		PAULA	Si sempre t'ha apassionat ser (...) i les entrades a partir de 27,50 €.	26"	2:29"
		ANNA	I només recordar que ja estem (...) 14 i 28 d'abril a la Sala Verne	29"	2:58"
	<i>base sumari resolt</i>				
2n SEPARADOR SUMARI	1P a resolt		Barcelona Vibra, el pòdcasts cultural de la capital catalana		
		ANNA	Ara, ja si que sí, comencem (...) quin és l'objectiu d'aquest capítol?	21"	3:19"
		PAULA	Doncs aquest episodi està (...) t'ho explicarem tot too tot!	17"	3:36"
SEPARADOR ST.JORDI	1P a resolt		Com serà Sant Jordi aquest 2024?		
		ANNA	Comencem primer per una novetat (...) Que en penses Paula?	23"	3:59"
		PAULA	Segurament hi haurà menys (...) de participació, oi Anna?	7"	4:06"
		ANNA	Així és. Cal recordar (...) l'epicentre de la diada.	17"	4:23"

BASE	1P A 2P <i>(As She Was - Harry Styles)</i>				
		PAULA	El capítol d'avui serà (...) tenieu d'aquest dia.	17"	4:40"
PROMO	1P	PAULA	Bcn_vibra, per si encara no ens segueixes i et vols enterar de totes les novetats cultural		
	<i>base resolt</i>	ANNA	Hem volgut fer-ho d'aquesta (...) respondre-us a tots!	17"	4:57"
		PAULA	Primera pregunta. (...) dinar el dia de St. Jordi?	5"	5:02
BASE	1P A 2P <i>(Cançó Italiana)</i>				
		ANNA	Doncs mira, si ets un amant (...) més especial que recordes?	24"	5:26"
	<i>base italia resolt</i>	PAULA	Ostres doncs crec que el (...) roses i llibres per Sant Jordi?	50"	5:16"
BASE	2P <i>(Soundtrack Piratas del Caribe)</i>				
		ANNA	He estat investigant i ara t'explico (...) 23 d'abril de cada any.	41"	5:57"
		PAULA	I pel que fa als llibres?	2"	5:59"
	<i>base piratas resolt</i>	ANNA	Doncs el dia del Llibre coincideix (...) Tu què creus Paula?	41"	6:40"
BASE	2P				

	(TEXAS HOLD 'EM - Beyoncé)				
		PAULA	Home jo crec que són (...) per passar el dia de St. Jordi?	35"	7:15"
		ANNA	M'encanta aquesta pregunta (...) gairebé tota la societat catalana!!	17"	7:32"
		PAULA	sí, però pensa (...) la que hi ha normalment	6"	7:38"
		ANNA	Aquí tens raó Paula (...) sempre més concurrència.	17"	7:55"
		PAULA	Tampoc no pot faltar (...) més maca de l'habitual.	8"	8:03"
		ANNA	Per continuar amb una (...) en una terrasseta del centre.	9"	8:12"
		PAULA	Ostres aquesta sí que em ve (...) Terrassa Yurban Trafalgar.	20"	8:32"
		ANNA	Això dels rooftops s'ha posat molt de moda oi, Paula?	5"	8:37"
		PAULA	Doncs sí! I esque tu diràs... (...) vistes de la ciutat?	14"	8:51"
		ANNA	La veritat és que sí (...) oients podran veure, Paula?	11"	9:02"
		PAULA	Com sempre, un munt (...) o Laura Gost.	11"	9:13"
		ANNA	Deu n'hi do! Tu aniràs a alguna signatura?	4"	9:17"
		PAULA	Mira Anna, si puc (...) tu, Anna?	12"	9:29"
		ANNA	Doncs en el meu cas (...) inspiradora i que transmet molt	10"	9:39"
	base texas resolt	PAULA	Molt interessant també! (...) també a altres llocs del món.	15"	9:54"
BASE	2P				

	(Summercat - Billie the Vision)				
		ANNA	Hem de confessar que ens (...) cultura i les pràctiques locals.	27"	10:21
		PAULA	Per exemple, a Anglaterra (...) el que tu volies Anna!	13"	10:24
		ANNA	Tota la raó! Ja podríem aprendre de Grècia en aquest sentit...	5"	10:29
		PAULA	Jajaja... Les celebracions (...) com a part de la celebració.	40"	11:09
		ANNA	Bé, ja veiem que cada país (...) de Sant Jordi.	20"	11:29
	<i>base summercat resolt</i>	PAULA	Per anar acabant aquesta (...) I tu, amb quin et quedes?	1' 30"	12:59
		ANNA	Sens dubte em quedo amb els (...) <i>Em sembla fascinant</i>	35"	13:34
		PAULA	Escolta aquests de misteris també m'agraden a mi. Ja me'l deixaràs eh!	5"	13:39
		ANNA	I tant!	1"	13:40
SEPARADOR RECOMANACIONS	1P a resolt		Les nostres recomanacions per St. Jordi 2024		
BASE	1P a 2P <i>(ELS TEUS ULLS - ALFRED GARCIA)</i>				
		ANNA	Per anar acabant (...) més especials, d'altra banda.	16"	13:56
		PAULA	Amb la de títols que tenim (...) gran varietat eh Anna.	7"	14:03

		ANNA	Jaja, totalment Paula.	2"	14:05
		PAULA	Bé, dels llibres més populars (...) en un viatge ple de sensibilitat.	16"	14:21
		ANNA	També "Confeti" de Jordi Puntí (...) al mateix temps.	6"	14:27
		PAULA	I, si t'agraden les intrigues (...) enganxat fins a l'última pàgina.	14"	14:41
		ANNA	També destaca "La puresa de l'engany" (...) misteris que et sorprendrà.	7"	14:48
		PAULA	Altres opcions imprescindibles són (...) interessats en la gastronomia.	13"	15:01
		ANNA	I pel que fa a les nostres recomanacions (...) de la primera pàgina.	13"	15:14
		PAULA	Per aquells apassionats del thriller (...) Zafón a "Casada i callada".	13"	15:27
		ANNA	"Ara soc un llac" és també (...) desitjos profunds.	10"	15:37
		PAULA	I acabem amb un títol d'humor (...) Jo no sé que faria Anna, i tu?	26"	16:03
	<i>base els teus ulls resolt</i>	ANNA	Patrificada m'has deixat (...) que llegir aquest Manual.	12"	16:15
		PAULA	Tota la raó Anna (...) oients per xarxes socials.	24"	16:39
BASE	1P a 2P <i>(BEAUTIFUL THINGS - BENSON BOORNE)</i>				
		ANNA	Que per cert, si (...) És la manera d'estar a la última.	16"	16:55

	base beautiful things result	PAULA	I dit això, ens acomiadem (...) Fins el 7 de maig oients!	19''	17:14
--	------------------------------------	-------	--	------	-------

7.1.4 Mitjans tècnics (hardware i software).

Per a la gravació d'aquest primer episodi, i dels altres 3 següents, s'ha utilitzat estudis d'enregistrament professionals equipats amb micròfons de condensador de qualitat, interfícies d'àudio, monitors d'estudi i equips d'enregistrament digital de gamma alta. A més, s'ha fet servir l'Audacity com a programa d'enregistrament d'àudio avançat per capturar i manipular el so amb precisió i eficàcia i, després, poder-lo editar de manera fàcil i senzilla.

7.1.5 Sintopies, separadors i efectes sonors.

Pel que fa a les músiques amb drets d'autor, aquestes les hem extret de la plataforma Epidemic Sound. [Epidemic Sound](#) és una plataforma en línia que ofereix una àmplia selecció de música i efectes de so amb llicència per a creadors de continguts digitals. Ofereix llicències flexibles que permeten utilitzar la seva música en una gran varietat de projectes, des de vídeos a pòdcasts, publicitat i més per una quota mensual de 17'99€/mes.

Les músiques que hem comprat per aquest primer episodi han estat:

- *Houdini* - Dua Lipa
- *As she was* - Harry Style
- Soundtrack *Piratas del Caribe*
- *TEXAS HOLD 'EM* - Beyoncé
- *Summecat* - Billie the Vision
- *Els teus ulls* - Alfred Garcia
- *Beautiful things* - Benson Borne

Pel que fa als separadors utilitzats entre seccions o segments dins del pòdcast, hem optat per la mateixa veu masculina consistent en tots els capítols. Aquesta decisió respon a la nostra intenció de proporcionar una experiència auditiva més dinàmica i enriquidora per als nostres oients. A través d'aquest canvi de registre vocal, busquem crear una sensació de cohesió i continuïtat alhora que introduïm una varietat i frescor que complementi el contingut del programa. D'aquesta manera, aspirem a mantenir l'interès del públic i captivar-los al llarg de tot l'episodi, oferint-los una experiència sonora agradable i dinàmica.

Pel que fa als efectes sonors, hem optat per no donar-los una predominança significativa en el nostre pòdcast. Considerem que, en certes ocasions, l'ús excessiu d'efectes sonors pot distreure l'atenció dels oients en lloc de millorar l'experiència

auditiva. En lloc d'això, hem decidit centrar-nos en la qualitat del contingut, sintonies i la veu de les presentadores, assegurant-nos que la informació i les històries que compartim siguin clares i captivadores per si soles.

Tot i això, no vol dir que descartem totalment l'ús d'efectes sonors de cara al futur. En moments concrets i estratègics, podem integrar-los per ressaltar punts clau, crear atmosferes o afegir un toc d'enriquiment a determinats moments del pòdcast. No obstant això, sempre ho farem de manera subtil i mesurada, assegurant-nos que els efectes sonors complementin i no competint amb el contingut principal del programa. En definitiva, la nostra prioritat és oferir una experiència auditiva clara, coherent i immersiva per als nostres oients, i creiem que aquest enfocament en els continguts és la millor manera d'aconseguir-ho..

7.1.6 Enregistrament i edició.

Per a la producció d'aquest primer episodi, considerant la data d'estrena el 23 d'abril, vam planificar una reunió conjunta tres setmanes abans del llançament per a garantir prou temps d'enregistrament i ajustos posteriors en cas d'errors o millores necessàries. Durant aquesta sessió, es va treballar conjuntament per capturar l'essència i el contingut del pòdcast de manera precisa i vibrant.

Després d'aquesta reunió, a dues setmanes vista de la publicació, es va passar a la sessió d'enregistrament i edició del contingut utilitzant el programari Audacity. Aquesta eina ens va permetre retocar el so, eliminar parts no desitjades, ajustar el nivell d'àudio i garantir una experiència auditiva de qualitat per als oients. Durant aquest procés, vam dedicar temps a assegurar-nos que el resultat final reflectís la visió i l'esperit del pòdcast.

Amb una setmana de marge abans de la data de presentació del projecte, ja teníem l'episodi completament enregistrat i editat. Aquesta planificació ens va proporcionar un període addicional per a revisar i realitzar últimes millores, assegurant-nos així que el primer episodi del pòdcast Barcelona Vibra es presentés amb la millor qualitat possible.

8. CAPÍTOLS 2, 3 I 4

A continuació, presentem un avanç dels pròxims tres episodis del pòdcast Barcelona Vibra, els quals ja han estat enregistrats i publicats a Spotify, a excepció del quart episodi, programat per a la seva estrena el pròxim 4 de juny. Pel que fa als guions literaris i a les escaletes, aquests es poden consultar als annexos (veure annex 2).

8.2 [Episodi 2](#) - Què hi ha a la cartellera?

A través d'aquest episodi del pòdcast *Barcelona Vibra*, l'audiència és convidada a una immersió exhaustiva en la variada escena cultural de la metròpoli catalana. Iniciant amb una panoràmica meticulosa de les últimes tendències culturals, l'episodi suggereix opcions en música, cinema i teatre, oferint una diversitat de propostes que abracen un espectre ampli de gustos i preferències estètiques.

El pòdcast comença amb una visió general de les novetats culturals de la setmana, destacant els concerts programats a Razzmatazz i altres esdeveniments musicals. A continuació, es dedica una secció a analitzar el BCN Film Fest, desgranant els detalls de les pel·lícules presentades i ressaltant els moments més destacats del festival.

Un dels punts culminants de l'episodi és la secció dedicada a les pel·lícules imprescindibles, on es recullen les recomanacions dels oients i s'ofereixen breus ressenyes de les pel·lícules més populars. Aquesta secció serveix com a plataforma per al diàleg sobre les preferències cinematogràfiques i la riquesa de la cultura audiovisual.

El pòdcast continua explorant la cartellera teatral i cinematogràfica, destacant les produccions més rellevants que es poden gaudir a Barcelona. Finalment, es posa en relleu la importància de la Fira Internacional del Disc com a punt de trobada per als amants de la música i els col·leccionistes, oferint una oportunitat única per a l'intercanvi cultural i la descoberta de nous talents i on hem pogut introduir les nostres primeres entrevistes.

En resum, l'episodi del pòdcast *Barcelona Vibra* ofereix una immersió profunda en la riquesa i diversitat de la vida cultural de Barcelona, fent palès el seu paper vital en el panorama cultural contemporani. Aquest segon episodi es pot escoltar a Spotify des del 7 de maig del 2024

8.3 [Episodi 3](#) - El més musical de tots

Aquest tercer episodi del pòdcast *Barcelona Vibra* està carregat d'energia musical! S'aborda una àmplia gamma d'esdeveniments culturals i concerts a Barcelona, des de la Fira Modernista de Barcelona fins als concerts dels Jonas Brothers i altres grans artistes al Palau Sant Jordi.

Es comença amb un resum de les activitats culturals de la setmana, destacant la 18^a Fira Modernista de Barcelona i les celebracions del Corpus. Després, ens submergim en el món de la música, parlant del canvi de dates del concert dels Jonas Brothers i altres concerts programats al Palau Sant Jordi, com els de Maná, Marc Anthony, Olivia Rodrigo i Pearl Jam.

A continuació, es fa una enquesta, secció habitual al pòdcast, als seguidors sobre els seus artistes musicals preferits i les seves experiències en concerts en directe. Dua Lipa, Selena Gomez, Stay Homas, Aitana Ocaña i altres són alguns dels noms que destaquen en les respostes dels seguidors.

El punt àlgid de l'episodi és quan s'entrevista a Roser Canet, coneguda com a Roserona, una jove promesa de la música catalana. Es parla sobre el seu EP debut, "ombres d'amors perduts", i la seva inspiració en la vida quotidiana per a les seves lletres. També es destaca el seu ús del català i la seva futura carrera musical.

Es tanca l'episodi anunciant el següent tema: festivals com el Primavera Sound i Share Festival, i es convida els oients a seguir-nos a les xarxes socials per a més contingut i preguntes interactives. Aquest 3r episodi es podrà escoltar a partir del 24 de maig del 2024.

8.4 [Episodi 4](#) - La temporada de festivals musicals

Aquest quart episodi de *Barcelona Vibra* gira al voltant dels festivals musicals a Barcelona, destacant-ne alguns dels més importants i explorant la seva influència cultural i l'experiència que ofereixen als assistents.

S'analitza principalment el Primavera Sound com a exemple representatiu dels festivals a Barcelona. Es discuteix la seva història, importància cultural i la varietat d'artistes i activitats que ofereix. A través d'una entrevista amb un assistent habitual del festival, es destaquen les seves experiències personals i la seva visió del Primavera Sound en comparació amb altres festivals.

A més del Primavera Sound, s'enumeren altres festivals previstos per a l'estiu, com el Share Festival, el Sónar, les Nits de Barcelona al Palau de Pedralbes, el Cruïlla i altres. Es descriu breument el que ofereix cadascun d'aquests esdeveniments, ampliant la gamma d'opcions per als amants de la música a Barcelona durant l'estiu.

L'episodi conclou amb un comiat temporal, ja que les presentadores anuncien una pausa d'estiu per al programa, assegurant als oients que tornaran amb més contingut cultural a la tardor. També animen els oients a continuar connectats a través de les xarxes socials durant el descans. Aquest 4t episodi es podrà escoltar a Spotify a partir del 4 de juny del 2024.

9. DISTRIBUCIÓ I DIFUSIÓ

9.1 Plataformes de distribució del pòdcast

Hem optat per utilitzar Spotify com a plataforma principal de distribució per diverses raons fonamentals que milloren significativament l'experiència de l'audiència. Primerament, Spotify és una plataforma molt accessible per a tothom, ja que no requereix subscripció de pagament per escoltar els pòdcasts. Això fa que sigui fàcil d'arribar a una àmplia gamma d'audiència, incloent-hi aquells que poden no tenir els mitjans per accedir a altres plataformes de pagament.

A més, Spotify ofereix la possibilitat de rebre feedback de l'audiència a través de la seva secció de comentaris i valoracions. Aquesta interacció és crucial per a nosaltres, ja que ens permet entendre les preferències i opinions dels nostres oients, permetent-nos millorar i adaptar el contingut del pòdcast segons les seves necessitats i interessos.

Una altra raó per la qual hem triat Spotify és la seva facilitat per compartir i fer "follow". Els usuaris poden compartir els nostres episodis amb els seus amics i seguidors a través de les seves xarxes socials, augmentant així la nostra visibilitat i arribant a nous públics potencials. A més, la funció de "follow" permet als oients subscriure's fàcilment al nostre pòdcast i rebre notificacions quan publiquem nous episodis, mantenint-los enganxats i informats sobre les últimes novetats culturals de Barcelona. En resum, Spotify és la plataforma perfecta per al pòdcast *Barcelona Vibra*, ja que ofereix accessibilitat, interacció amb l'audiència i facilitat de compartir, tots els quals són essencials per a una distribució i difusió efectives del nostre contingut.

Pel que fa a l'anàlisi que fem de la rebuda del primer episodi, cal destacar que és molt positiva. Només el primer dia, es van aconseguir 21 reproduccions i, tenint en compte, que l'estrena era el dia de Sant Jordi, aquest nombre és positiu. A més, es van aconseguir 6 seguidors la primera hora de la publicació i al llarg del dia van anar ampliant-se. La majoria d'impressions no van arribar fins una estona després de la publicació de l'episodi. Cal dir que aquest primer episodi es va publicar amb més retard de l'hora prevista i indicada a les xarxes socials durant els dies previs i, en conseqüència, que les impressions no arribessin fins unes hores més tard de l'emissió de l'episodi té molt de sentit.

Latest episode • 23 Apr 2024

20 Plays

St Jordi, la festivitat catalana per excel·lència

Podcast summary

Last 30 days

2,4K Spotify impressions

Plays ⓘ

21

All-time

Plays per episode ⓘ

20

On average

Audience size ⓘ

17

Last 7 days

Spotify followers ⓘ

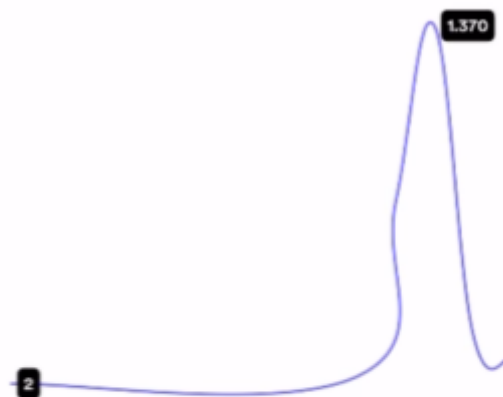
6

Imatge 11: Anàlisi global de la plataforma Spotify sobre el primer episodi. Autoria pròpia

Impressions ⓘ

2.398

Spotify only • Last 30 days



Top impression sources

Spotify only • Last 30 days

Spotify Home



68

Spotify Search



Imatge 12: Pic d'impressions del primer episodi a Spotify. Autoria pròpia

També és important fer l'anàlisi del perfil d'audiència del primer episodi del projecte. Gràcies a les dades obtingudes a través de la plataforma Spotify, podem afirmar que el públic objectiu que teníem previst pel pòdcast, es compleix força. El 85% dels oients de l'episodi sobre Sant Jordi tenen entre 18 i 27 anys, just el target al que ens dirigíem. De l'anàlisi feta, cal destacar que la majoria d'oients que han escoltat el pòdcast són espanyols (el 75%). No obstant això, també oients d'altres parts del món van escoltar aquest primer episodi (Alemanya, Portugal i Estats Units, entre els països que destaquen més). És sorprenent la forta audiència femenina del pòdcast, un 84% de les reproduccions. Malgrat que esperàvem més consum per part del gènere femení perquè els continguts sobre cultura acostumen a interessar molt a aquest públic, no esperàvem que la diferència fos tan significativa.

Analytics



Overview Audience

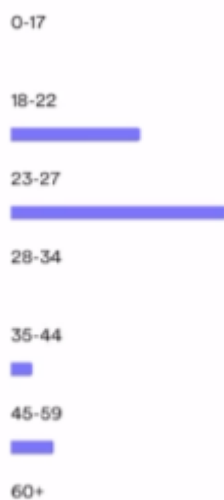
All platforms

Geographic location

	Spain	75%
	Germany	10%
	Portugal	10%
	United States	5%

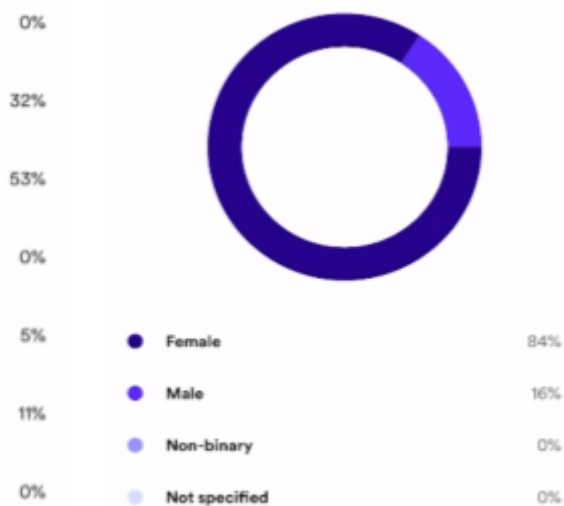
Imatge 13: Classificació de les audiències segons el país de procedència a Spotify. Autoria pròpia

Age



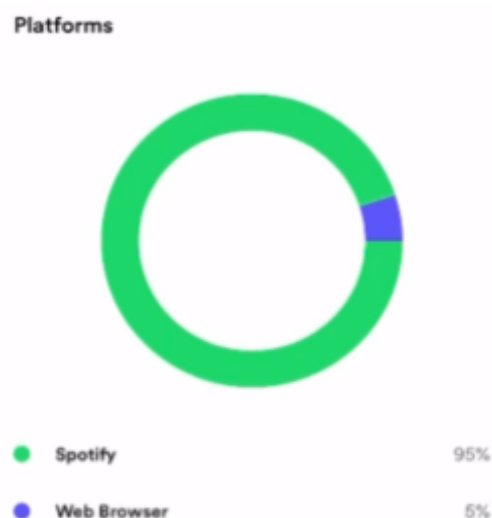
Imatge 14: Classificació de les audiències segons l'edat del primer episodi a Spotify. Autoria pròpia

Gender



Imatge 15: Classificació de les audiències segons el gènere del primer episodi a Spotify. Autoria pròpia

A més, caldria dir que la majoria d'oients van consumir el primer episodi accedint-hi a través de la plataforma de Spotify, el 95%. També això reafirma la nostra posició com a bona elecció d'aquesta plataforma per la difusió del pòdcast i no una altra que sigui de més difícil accés.



Imatge 16: Procedència del consum del primer episodi segons si prové de Spotify o de web. Autoria pròpia

9.2 Pla de comunicació

Per al pla de comunicació del projecte, hem decidit centrar-nos principalment en les xarxes socials, concretament Instagram i TikTok. Aquesta decisió s'ha pres després de considerar les característiques del nostre públic objectiu i les tendències de les plataformes de mitjans socials actuals. Després d'observar amb detall plans de comunicació d'altres pòdcasts populars entre el jovent, ens vam adonar que la majoria fan ús de les xarxes socials per a difondre i expandir els seus continguts, però gairebé cap fa ús d'una web o un blog. Aquesta és la raó per la qual el nostre pla de comunicació se centra bàsicament en xarxes socials. Creiem que el fet que el pes recaigui només en elles també ens fa centrar força més a generar bons continguts per a aquestes.

Instagram i TikTok són les plataformes amb més repercussió i seguiment per al nostre públic objectiu demogràfic, joves d'entre 18 i 30 anys interessats en l'àmbit cultural. Aquestes plataformes ofereixen una gran varietat de formats de contingut, com stories, posts, reels i vídeos curts, que s'ajusten perfectament al nostre contingut i ens permeten connectar de manera més efectiva amb l'audiència.

A més, aquestes xarxes socials proporcionen una gran quantitat d'eines i funcionalitats que ens permeten interactuar amb els nostres seguidors de manera directa i significativa. Podem utilitzar opcions com les enquestes, les preguntes i les respostes, i les sessions de preguntes i respostes en directe per fomentar la participació de l'audiència i crear un vincle més fort amb ells, com també, d'introduir

una secció interactiva amb l'audiència al nostre pòdcast, gràcies a les respostes obtingudes per xarxes socials dels nostres oients.

Pel que fa a X o Twitter, si bé consideràvem inicialment incloure-la en el nostre pla de comunicació, finalment la vam descartar. Això es va deure a la nostra preferència per centrar-nos en continguts més audiovisuals a Instagram i TikTok, i també a la voluntat d'evitar les possibles confrontacions i polèmiques que sovint es produeixen a aquesta plataforma. En canvi, Instagram i TikTok ofereixen un entorn més visual i dinàmic que ens permet comunicar-nos de manera més efectiva amb l'audiència i construir una comunitat compromesa i activa entorn del nostre pòdcast.

9.3 Disseny identitat, imatge i marca del pòdcast

Ens hem centrat principalment a crear una identitat visual atractiva per al nostre pòdcast. Hem dissenyat un logotip que reflecteix la naturalesa vibrant i cultural del programa, utilitzant elements com un micròfon de ràdio i una paleta de colors vius que transmetin energia i vitalitat. I com és un logotip que encaixa a la perfecció amb espais rodons, el seu ús com a fotografia de perfil a Instagram i TikTok ha estat perfecte. A més del logotip, hem tingut cura de seleccionar una tipografia clara i llegible per al nom del pòdcast, assegurant-nos que sigui fàcilment identificable en diferents plataformes i formats. També hem optat per utilitzar una combinació de colors càlids i brillants en el fons del logotip, per captar l'atenció de l'espectador i transmetre una sensació d'entusiasme i positivitat.

Aquesta imatge ja molt treballada i pensada pel logotip, l'hem traslladat també a la identitat dels continguts publicats a xarxes socials, la qual cosa ens ha ajudat a crear una marca molt nostra. Com s'observa en els posts, stories, reels, vídeos curts, etc. penjats, la majoria tenen contenen la informació clara i concisa, donant sempre molt de pes a tot el fet sonor. A la fi, un tret identificable de qualsevol pòdcast és l'àmbit sonor perquè és el que el diferencia dels continguts audiovisuals. En aquest sentit, hem fet servir una tipografia molt clara per a tota aquella informació escrita a stories. La distribució de tot l'escrit a stories permet una lectura coherent i sense confusions. A més, la informació afegida al peu de tots els reels, vídeos curts i posts, ha estat prèviament pensada i treballada. Hem mirat d'incloure la informació sobre contingut, hores de publicació o titulars més rellevants per tal de ser clares i que els usuaris puguin entendre de forma senzilla què estan veient o escoltant.



Imatge 17: Exemple de post a Instagram.
Autoria pròpia



Imatge 18: Exemple de publicació feta a TikTok. Enllaç al vídeo:
<https://vm.tiktok.com/ZGexNaKCk/>
Autoria pròpia.



Imatge 19: Exemple de story a Instagram.
Autoria pròpia



Imatge 20: Exemple de Reel a Instagram.
Autoria pròpia

Tanmateix, considerem fonamental explicar que les biografies dels nostres perfils a Instagram i TikTok responen també a aquesta idea de claredat. Un usuari que mai no ha sentit a parlar del pòdcast Barcelona Vibra, pot fer-se una idea molt ràpida dels continguts que es tracten en ell gràcies a la descripció que es fa a xarxes. I no només això, sinó que incloure els nostres noms al perfil d'Instagram, permet a l'audiència atribuir l'autoria del pòdcast, la qual cosa captiva molt entre el jovent d'avui dia, que li agrada saber de les històries que hi ha darrere cada projecte. En resum, el nostre objectiu amb el disseny de la identitat, imatge i marca del nostre pòdcast és crear una presència visual potent i coherent que ressalti la seva temàtica cultural i capti l'atenció de l'audiència a les xarxes socials i altres plataformes de difusió.



Imatge 21: Perfil i biografia del pòdcast a Instagram. Autoria pròpia



Imatge 22: Perfil i biografia del pòdcast a TikTok. Autoria pròpia

9.4 Estudi de xarxes socials: seguiment de l'impacte dels primers episodis

El feedback de l'audiència durant els primers episodis del pòdcast *Barcelona Vibra* ha estat extremadament positiu. Hem rebut una gran quantitat de comentaris i valoracions favorables a través de les nostres xarxes socials, Instagram i TikTok, però també a través de la plataforma de difusió dels episodis: Spotify.

En primer lloc, caldria especificar que el pla de comunicació del projecte de pòdcast *Barcelona Vibra*, va planificar una campanya prèvia a la difusió del primer episodi. Contemplar aquesta perspectiva més preparativa i començar a promocionar el pòdcast un mes i mig abans de la seva publicació, va ser molt útil per aconseguir seguidors i assegurar que el dia de l'estrena, ja hi havia un públic esperant l'episodi. Així doncs, la biografia dels perfils del pòdcast a Instagram i TikTok el primer mes i mig, indicava la futura estrena del projecte.



Imatge 23: Perfil i biografia del pòdcast a Instagram previ a l'estrena. Autoria pròpia

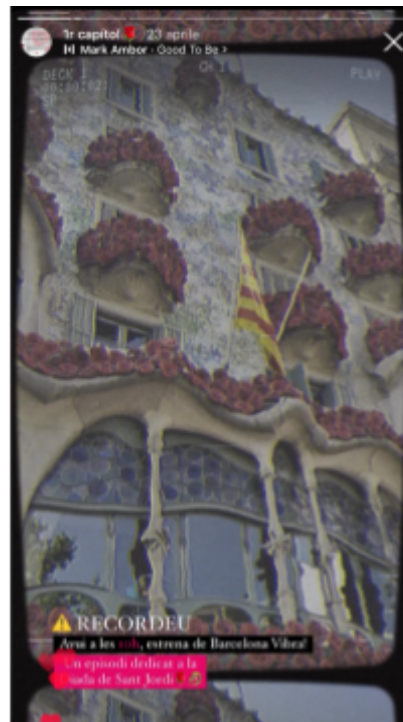


Imatge 24: Perfil i biografia del pòdcast a Instagram previ a l'estrena. Autoria pròpia

Tanmateix, es van publicar diferents stories al perfil d'Instagram del pòdcast *Barcelona Vibra* per preparar a l'audiència sobre el contingut del primer episodi, com també, per avisar sobre l'hora d'estrena. Amb el primer story, es pretenia obrir una secció més interactiva amb l'audiència en l'episodi, la qual cosa va permetre captivar l'atenció de l'audiència i sembrar entre els nostres futurs oients la il·lusió per voler seguir-nos i escoltar-nos. En canvi, el segon story tenia per principal objectiu fer anotar a tots els seguidors en la seva agenda l'hora de la publicació. Es va fer el mateix publicant un breu vídeo al perfil de TikTok, el qual va obtenir 960 visualitzacions.



Imatge 25: Story penjada al perfil d'Instagram per obrir la secció interactiva del primer episodi. Autoria pròpia



Imatge 26: Story publicat al perfil d'Instagram el matí de l'estrena. Autoria pròpia



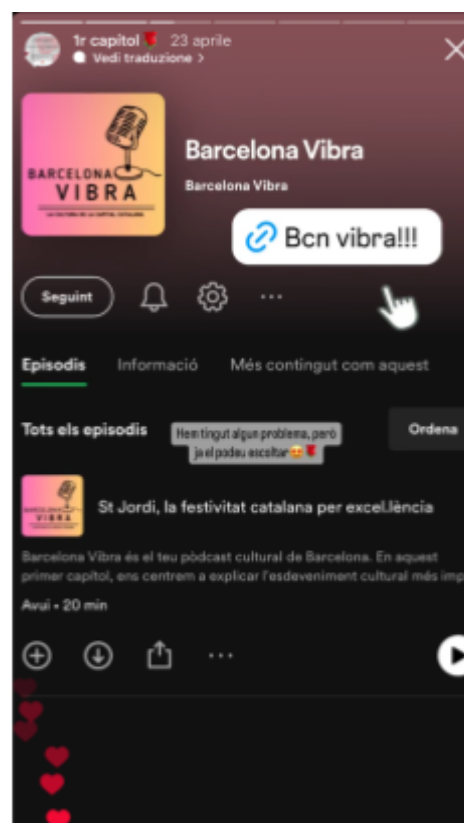
*Imatge 27: Vídeo curt penjat a TikTok el matí de l'estrena. Enllaç al vídeo
<https://vm.tiktok.com/ZGexA3v7f/>
Autoria pròpia*

Es van fer diverses publicacions en els perfils d'Instagram i TikTok per anunciar l'estrena de l'episodi de Sant Jordi tot just aquest s'havia penjat a Spotify. Aquestes publicacions van tenir un feedback molt positiu, aconseguint centenars de

visualitzacions a ambdós perfils. Dues de les diverses publicacions fetes, són un recull de bons moments del primer episodi. L'objectiu d'aquest recull és que els seguidors poguessin escoltar un primer tast de què seria el pòdcast i es captivés l'atenció d'aquells que potser de primeres no haguessin accedit a Spotify a escoltar-lo, però després de veure aquest recull sí que se sentien més atrets. Caldria apuntar que totes les imatges necessàries per a aquestes publicacions són d'autoria pròpia. Vam decidir anar al centre de Barcelona el dia de Sant Jordi per fotografiar la ciutat en un dia tan especial com aquest i utilitzar les imatges per les publicacions de l'estrena.



Imatge 28: Reel publicat al perfil d'Instagram amb recull dels millors moments de l'episodi. Autoria pròpia



Imatge 29: Story publicat al perfil d'Instagram per anunciar l'estrena de l'episodi. Autoria pròpia



Imatge 30 : Video curt publicat al perfil de TikTok per anunciar l'estrena del primer episodi. Enllaç al video:
<https://vm.tiktok.com/ZGexDdHfm/>
 Autoria pròpia.

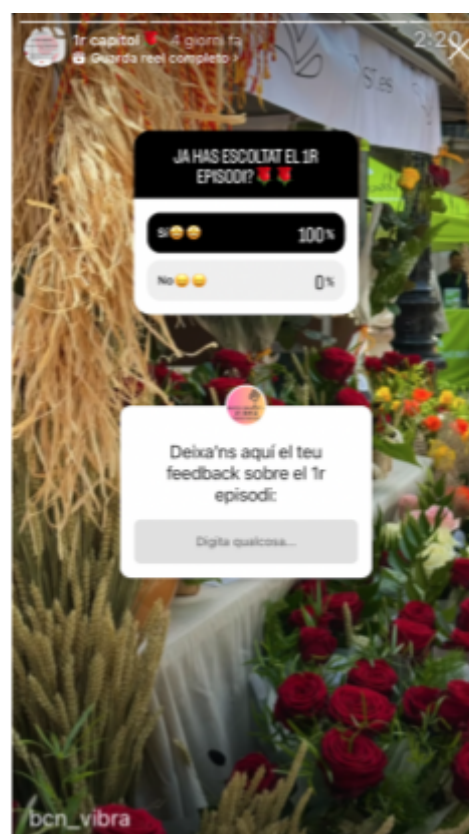


Imatge 31: Video llarg publicat al perfil de TikTok amb el recull dels millors moments de l'episodi. Enllaç al video:
<https://vm.tiktok.com/ZGexDNpnC/>
 Autoria pròpia

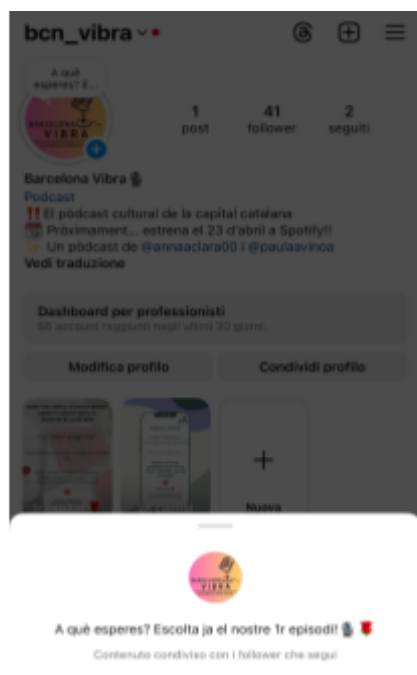
Després de publicar el primer episodi del projecte el 23 d'abril, també es van fer publicacions amb objectiu de ser recordatoris pels seguidors. Van ser molt útils per continuar reactivant el consum del pòdcast, ja que en ser un dia tant especial com Sant Jordi, és probable que a molts seguidors els anés bé el recordatori. A més, com en un dels stories publicats al perfil d'Instagram demanàvem retroacció de l'audiència, vam poder adonar-nos de seguida de les opinions dels nostres oients.



Imatge 32: Story publicat al perfil d'Instagram com a recordatori de la publicació del primer episodi. Autoria pròpia



Imatge 33: Story interactiu amb l'audiència publicat al perfil d'Instagram. Autoria pròpia

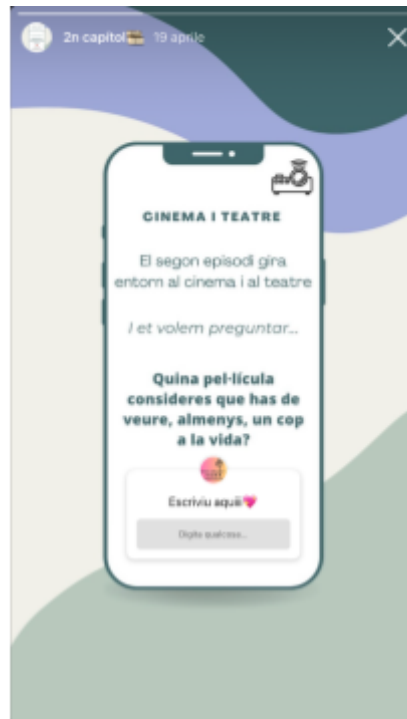


Imatge 34: Nota penjada al perfil d'Instagram del pòdcast. Autoria pròpia



Imatge 35: Algunes de les respostes obtingudes del story interactiu publicat a Instagram. Autoria pròpia

Després de l'èxit aconseguit en el primer episodi, es va decidir fer la mateixa prèvia en els futurs capítols, obrint aquesta petita secció en cada episodi on s'interactua amb l'audiència, els oients es mostraven més propers al projecte i tenien més ganes de donar el seu feedback.



Imatge 36: Story interactiu de preparació del segon episodi publicat a Instagram. Autoria pròpia

Les interaccions dels usuaris a les nostres publicacions han estat un aspecte clau del nostre èxit inicial. Hem observat una elevada participació en els comentaris i les comparticions dels nostres posts i vídeos, mostrant un fort compromís amb el nostre contingut. Especialment, van ser abundants les respostes donades pels nostres seguidors per la secció interactiva amb els oients dels diferents episodis. Aquesta bona interacció era molt important pel pòdcast, ja que sense un bon feedback dels seguidors en aquestes *stories*, hagués estat impossible introduir en el guió del pòdcast aquesta secció.



Imatge 37: Respostes obtingudes per Instagram en la story sobre el contingut del primer episodi. Autoria pròpia



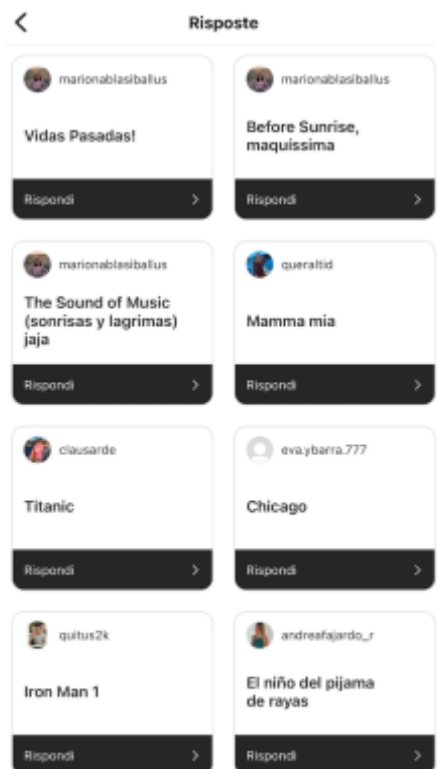
Imatge 38: Respostes obtingudes per Instagram en la story sobre el contingut del primer episodi. Autoria pròpia



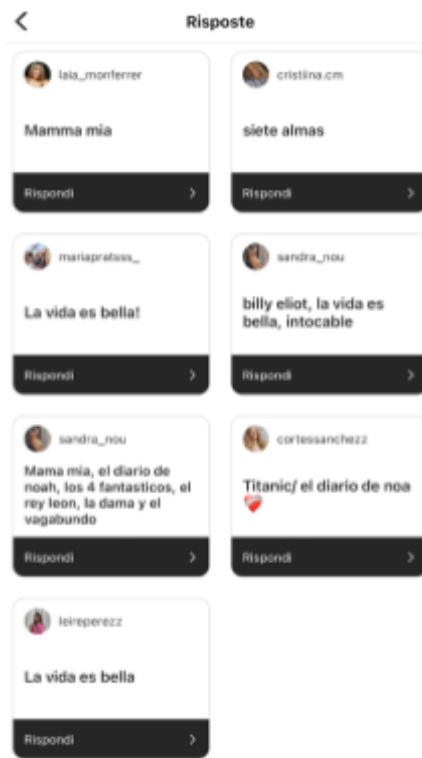
Imatge 39: Respostes obtingudes per Instagram en la story sobre el contingut del primer episodi. Autoria pròpia



Imatge 40: Respostes obtingudes per Instagram en la story sobre el contingut del primer episodi. Autoria pròpia

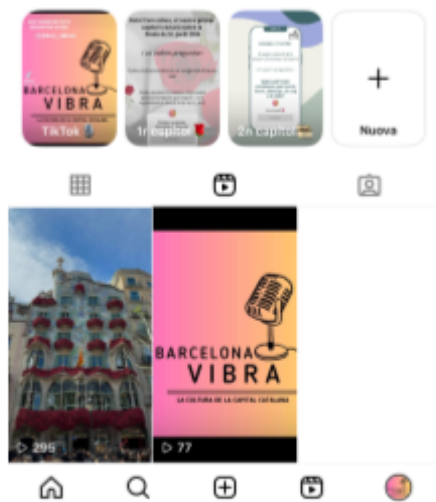


Imatge 41: Respostes obtingudes per Instagram en la story sobre el contingut del segon episodi. Autoria pròpia

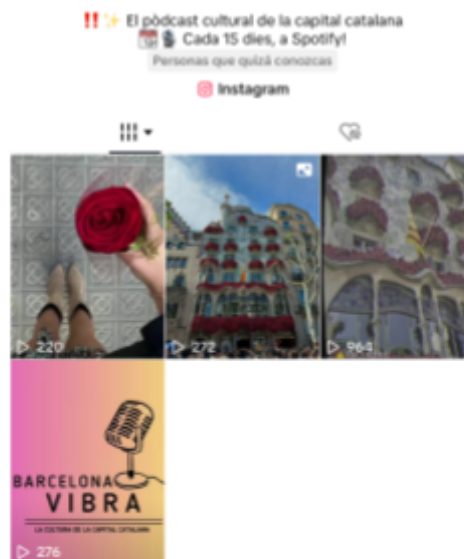


Imatge 42: Respostes obtingudes per Instagram en la story sobre el contingut del segon episodi. Autoria pròpia

El feedback per parts dels oients dels primers episodis del projecte ha estat molt positiu. En particular, caldria centrar-se en la repercussió del primer episodi sobre Sant Jordi, el qual va generar un gran impacte i va rebre molts elogis de l'audiència. Alguns usuaris van compartir el contingut de l'estrena a les seves stories i feeds, augmentant així la nostra visibilitat i arribant a nous públics. A més, vam rebre moltes visualitzacions als nostres vídeos a TikTok. El format dinàmic i visual d'aquesta plataforma ha permès que el nostre contingut arribi a una audiència més àmplia i diversa. Les visualitzacions dels nostres vídeos han superat les nostres expectatives, i hem observat un augment considerable en el nombre de seguidors i reproduccions dels nostres continguts.



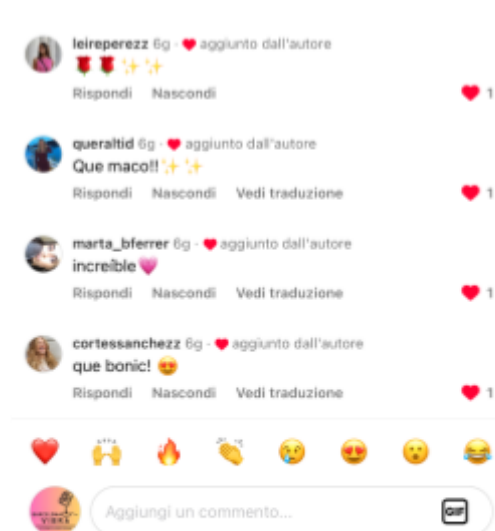
Imatge 43: Visualitzacions obtingudes en les publicacions del perfil d'Instagram. Autoria pròpia



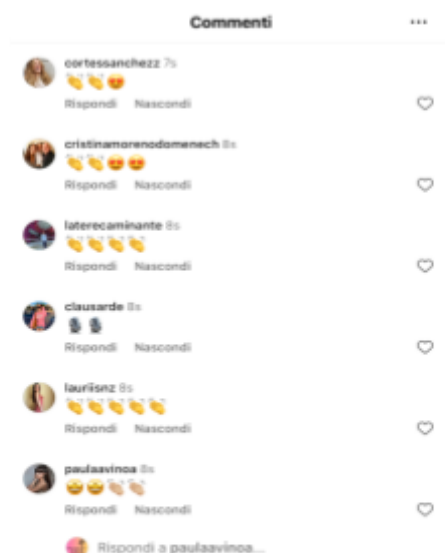
Imatge 44: Visualitzacions obtingudes en el perfil de TikTok. Autoria pròpia



Imatge 45: Comentaris rebuts en el perfil d'Instagram després de publicar el primer episodi del pòdcast. Autoria pròpia

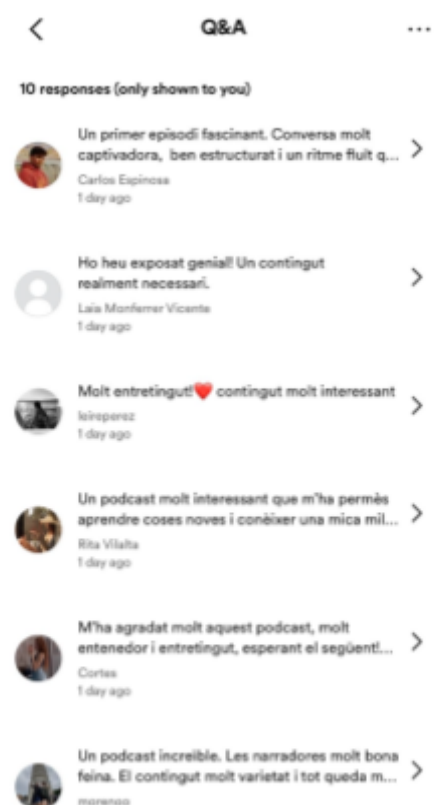


Imatge 46: Comentaris rebuts en el perfil d'Instagram després de publicar el primer episodi del pòdcast. Autoria pròpia



Imatge 47: Comentaris rebuts en el perfil d'Instagram després de la presentació general de Barcelona Vibra. Autoria pròpia

Els comentaris després de les publicacions dels nostres episodis, no només són abundants, sinó que destaquen la qualitat del contingut, la frescor de l'enfocament i la rellevància del tema. Aquest feedback positiu de l'audiència ha estat una font d'inspiració i motivació per a nosaltres, ja que ens ha confirmat que estem en el camí correcte per connectar amb l'audiència i proporcionar contingut de qualitat. La retroalimentació que hem rebut a través de la plataforma de difusió dels nostres episodis, Spotify, també ha estat extremadament positiva. Els usuaris han destacat la claredat de la narració, la varietat dels continguts i la professionalitat de les presentadores com a aspectes destacats del nostre pòdcast.



Imatge 48: Comentaris rebuts per la plataforma de distribució Spotify després de la primera estrena. Autoria pròpia

< Rita Vilalta

Un podcast molt interessant que m'ha permès aprendre coses noves i conèixer una mica millor la meua ciutat. Molt bon contingut!!! ✨

1 day ago

...



Imatge 49: Comentaris rebuts per la plataforma de distribució Spotify després de la primera estrena. Autoria pròpia

< daniel.gallego.alonso3051

Em sembla que hi ha una oratoria clara y entenedora. Es transmet perfectament i amb bona qualitat la informació

1 day ago

...



Imatge 48: Comentaris rebuts per la plataforma de distribució Spotify després de la primera estrena. Autoria pròpia

< Lau

M'ha encantat la professionalitat de totes dues, la narració clara i entenedora, i la varietat de punts que es mencionen respecte a la celebració de Sant Jordi. Gran podcast, estaré atenta per més!

1 day ago

...



Imatge 49: Comentaris rebuts per la plataforma de distribució Spotify després de la primera estrena. Autoria pròpia

< Carlos Espinosa

Un primer episodi fascinant. Conversa molt captivadora, ben estructurat i un ritme fluït que manté l'atenció. Definitivament, seguiré atent als propers episodis, estic a l'espera!!! 🍌🍌

1 day ago

...



Imatge 50: Comentaris rebuts per la plataforma de distribució Spotify després de la primera estrena. Autoria pròpia

< sandramorenorovira

Quina bona feina!!! La narració està molt clara i ben redactada. S'entén a la perfecció el contingut. És nota que hi ha molt treball, referent a les narradores molt professionals. Increïble.

1 day ago

...

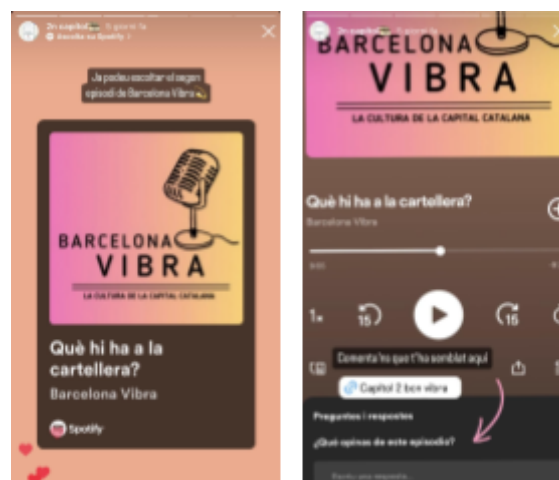


Imatge 51: Comentaris rebuts per la plataforma de distribució Spotify després de la primera estrena. Autoria pròpia

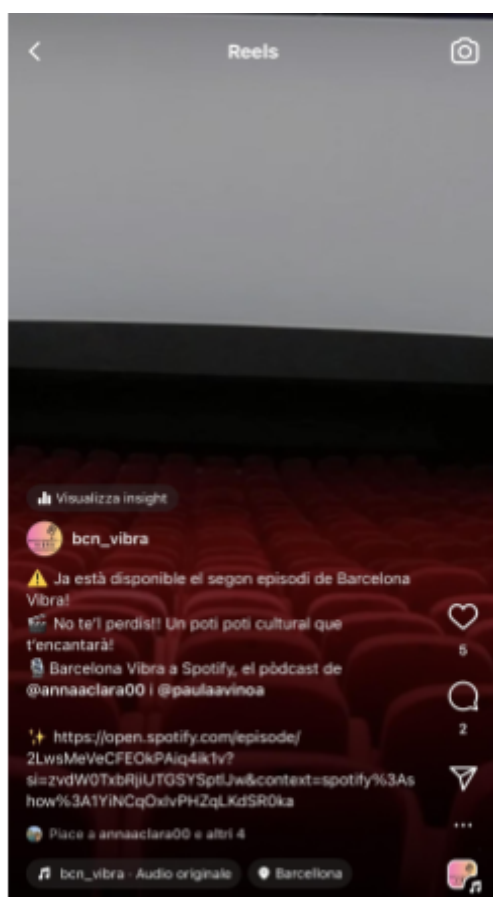
Tanmateix, caldria mencionar que l'èxit aconseguit en la campanya de l'estrena va fer que s'utilitzessin les mateixes estratègies en la campanya per xarxes socials dels capítols consecutius. Els resultats van ser també un èxit, assolint fins a 1763 visualitzacions a TikTok en un dels vídeos curts i feedback molt qualitatiu per Instagram a través de les enquestes i la participació amb l'audiència.



Imatge 52: Story publicat a Instagram com a recordatori pel segon episodi. Autoria pròpia



Imatge 53: Stories publicades al perfil d'Instagram després de l'estrena del segon episodi. Autoria pròpia



Imatge 54: Reel publicades al perfil d'Instagram després de l'estrena del segon episodi amb el recull dels millors moments. Autoria pròpia



Imatge 55: Story publicada al perfil d'Instagram per analitzar les reaccions de l'audiència després de penjar el 2n episodi. Autoria pròpia



Imatge 56: Els 3 videos publicats al perfil d'Instagram en relació als continguts del 2n episodi. Els videos equivalen a la prèvia/recordatori, al recull dels millors moments i al post/valoració. Autoria pròpia

Per mantenir la imatge estètica dels perfils, s'ha decidit fer una sola publicació per episodi a Instagram i destacar els continguts de stories en carpetes diferents, d'una banda; i tres publicacions per episodi a TikTok, d'altra banda. Dues de les principals estratègies aplicades en la campanya de TikTok va ser, fer ús de hashtags en tots els continguts publicats, per un costat; i el fet de realitzar les publicacions a hores on s'acostuma a arribar més audiència (migdia i vespre), per l'altre costat.



Imatge 57: Exemple de hashtags utilitzats en la campanya de TikTok. Autoria pròpia

En general, la interacció amb l'audiència ha estat molt positiva i encoratjadora, i esperem continuar creixent i millorant a mesura que continuem publicant nous episodis del nostre pòdcast.

10. PRESSUPOST

En aquest apartat, ens endinsarem en el pressupost necessari per dur a terme el pòdcast *Barcelona Vibra*. Detallem els costos associats a la producció, promoció i manteniment d'aquest projecte cultural, proporcionant una visió clara de les necessitats financeres per garantir el seu èxit i impacte en la comunitat.

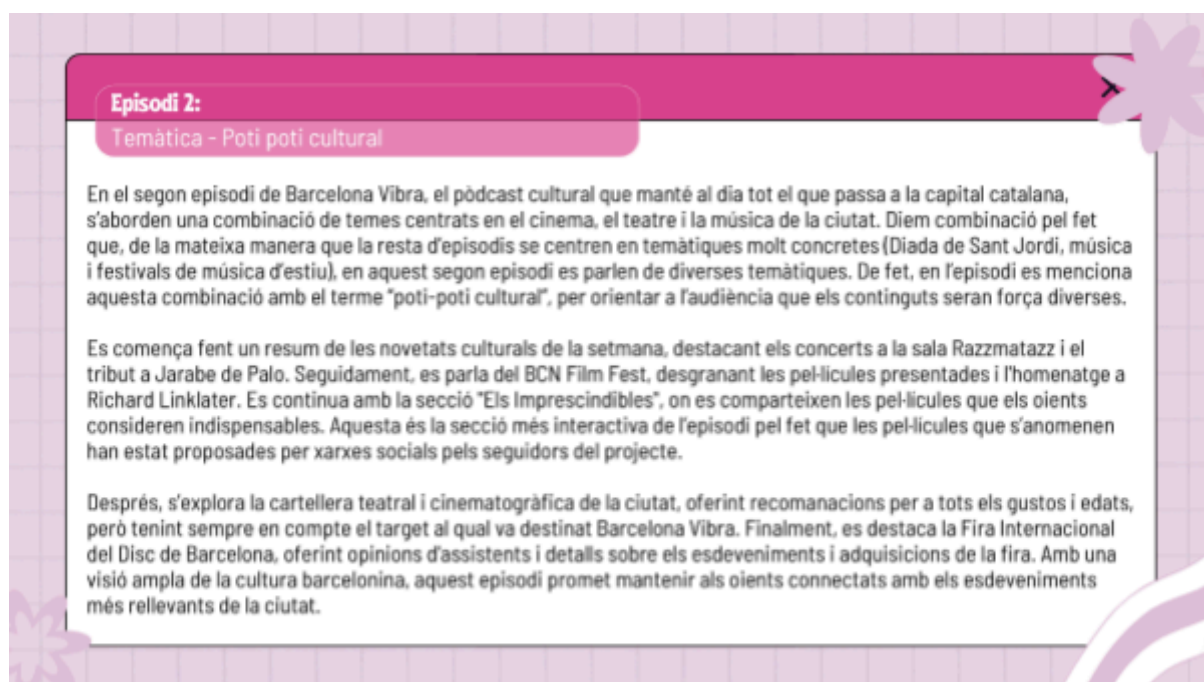
DESPESES	
Salaris	Els salaris es calculen d'acord amb 10 h aproximades de treball setmanal (tenint en compte la investigació, gravació de capítols...) El salari és de 8,95€/hora. 358 €/mes x 2 treballadores = 716 €/mes 716 € x 3 mesos = 2.148€ 8,95€/hora x 1 treballador extra que treballa en total 4h (1h per episodi): 35,8€
Grabació dels capítols	L'estudi de ràdio de la UAB té un preu de lloguer de 43,23 €/hora. 43,23 € x 4 hores = 172,92€
SOFTWARE Y HOSTING	
Allotjament del pòdcast a Spotify	Gratis
PRODUCCIÓN Y EDICIÓ D'AUDIO	
Software d'edició d'àudio: Audacity	Gratis
Compra de músiques amb llicència d'autor	A través de la plataforma Epidemic Sound: 17'99 € /mes x 3 mesos: 53,97€
MÀRQUETING Y PROMOCIÓ	
Publicitat a Instagram i Tik Tok	Gratis
Total despeses	2.410'69 €

11. FONS DE FINANÇAMENT

En aquest apartat, s'analitzen les diverses estratègies de finançament necessàries per al desenvolupament i sostenibilitat del pòdcast. A través de l'examinació detallada de les opcions de patrocini local, crowdfunding, entre altres, s'avaluarà la viabilitat financera del projecte, prenent en consideració les necessitats específiques i les expectatives de creixement.

11.1 Patrocinis Locals

Una estratègia clau per al finançament del pòdcast *Barcelona Vibra* és l'establiment de relacions amb empreses locals afins al contingut cultural de Barcelona. Aquestes empreses poden ser; llibreries independents, galeries d'art, cafeteries, empreses de turisme cultural i altres establiments que compartiran l'interès per promoure la cultura de la ciutat. Mitjançant acords de patrocini, aquestes empreses podran finançar el nostre pòdcast a canvi de publicitat integrada en els episodis, mencions en els mitjans socials associats i altres avantatges promocionals.



Imatge 58: Fitxa de presentació del segon episodi dissenyada per compartir als patrocinadors locals i vegin el tipus de temàtiques que s'aborden en cada episodi. Autoria pròpia

Episodi 3:

Temàtica - Música i concerts

En el tercer episodi de *Barcelona Vibra*, ens submergim en un viatge musical que promet captivar els oients. Ja en el segon episodi es fa la prèvia a aquest episodi tan musical tot parlant de la Fira Internacional del Disc de Barcelona. En aquest sentit, l'audiència ja està preparada pels continguts musicals que el tercer episodi depara. Com és habitual, malgrat que això no té a veure amb continguts musicals, es comença amb un repàs de les novetats culturals de la setmana, destacant la 18a Fira Modernista de Barcelona i les festivitats del Corpus. Si bé és cert que aquests continguts no són musicals, l'audiència sempre espera aquest repàs de l'agenda cultural que hem anar reiterant en l'estructura de tots els episodis.

Seguidament, ens endinsem en el món dels grans concerts que arriben a la ciutat, amb especial èmfasi en el concert dels Jonas Brothers, que han triat Barcelona com a única parada a Espanya en la seva gira mundial. Explorant també altres grans noms de la música com Maná, Marc Anthony, Olivia Rodrigo i Pearl Jam, destaquem la diversitat i l'atractiu de l'oferta musical a la ciutat i com d'important és per Barcelona que els artistes decideixin fer parada aquí, ja no només a nivell econòmic sinó també com a referent cultural i nucli musical per la resta de l'Estat.

Tot seguit, mitjançant la habitual interacció amb els seguidors per xarxes socials, descobrim les preferències musicals de l'audiència, des de Dua Lipa fins a Aitana Ocaña. El punt àlgid de l'episodi és l'entrevista amb Roserona, una jove promesa de la música catalana que ens parla del seu primer EP i del procés creatiu darrere les seves cançons. Amb aquesta immersió en el panorama musical de Barcelona, l'episodi promet mantenir als oients connectats amb les últimes tendències i esdeveniments musicals més rellevants de la ciutat. Com l'entrevista amb Roserona s'anuncia des del principi de l'episodi, creiem que es crea la curiositat suficient en l'audiència com per desitjar amb entusiasme escoltar les aportacions d'aquesta jove artista.

Imatge 59: Fitxa de presentació del tercer episodi dissenyada per compartir als patrocinadors locals i veïns el tipus de temàtiques que s'aborden en cada episodi. Autoria pròpia

Episodi 4:

Temàtica - Festivals de música per l'estiu

Amb el quart episodi, ens submergim en el vibrar incessant de la ciutat amb una celebració de la seva vida musical a través dels festivals estivals. La idea de fer aquest viatge emocionant per descobrir els esdeveniments musicals més esperats de l'estiu, és fer un comiat temporal del projecte fins a passades les vacances en les quals els continguts de l'episodi serveixin d'agenda cultural per l'estiu. Per aquesta raó es busca una temàtica que tingui relació amb la cultura, però que alhora sigui força ampla com per durar tot l'estiu. Es comença amb una revisió del festival Share, que promet un cartell ple d'estrelles com Aitana i Juan Magán. Es continua amb el clàssic Sónar, que durant més de tres dècades ha marcat la pauta de la música electrònica a la ciutat. I no oblidem tampoc els Nits de Barcelona al Palau de Pedralbes, que ofereixen una oportunitat única de gaudir de grans noms de la música en un ambient incomparable. Per als amants del rock i el reggaeton, hi ha propostes com el Cruïlla i el Reggaeton Beach Festival. I no podem deixar de mencionar l'ALMA Festival Jardins Pedralbes i el Barna'n'Roll, que també prometen emocions fortes i grans actuacions. Amb aquesta gran varietat de festivals es pretén oferir a tots els oients alguna proposta que sigui del seu gust musical. Sigui quin sigui l'estil musical de cada oient, hi ha un festival per a ell o ella si té ganes de viure l'experiència.

A més, caldria dir que amb aquest episodi volem transmetre la idea que amb tanta oferta musical, l'estiu a Barcelona s'anuncia vibrant i ple de possibilitats, la qual cosa permet jugar amb el nom del projecte. En l'episodi es suggereix als oients que marquin les dates a la seva agenda i es preparin per una temporada estival plena de música i emoció a la capital catalana. Per ajudar als seguidors del projecte a preparar-se millor, es donen recomanacions sobre què és imprescindible quan es va a un festival. També es fa una breu entrevista a un amant dels festivals perquè expliqui la seva experiència. Per a acabar, s'explica a l'audiència que malgrat que ens prenem una pausa temporal durant l'estiu, tornarem al setembre amb més contingut cultural i emocions renovades per seguir connectant amb l'audiència. S'agraeix a la comunitat de *Barcelona Vibra* per haver-nos acompanyat en aquesta primera etapa de l'aventura.

Imatge 60: Fitxa de presentació del quart episodi dissenyada per compartir als patrocinadors locals i veïns el tipus de temàtiques que s'aborden en cada episodi. Autoria pròpia

11.2 Crowdfunding

Una altra estratègia de *Barcelona Vibra* és el micromecenatge. A través de la plataforma de finançament col·lectiu [Verkami](#), el pòdcast captarà fons directament de la seva audiència. Aquesta plataforma ofereix recompenses exclusives als patrocinadors, com ara accés anticipat a episodis, sessions de preguntes i respostes amb l'equip del pòdcast o la possibilitat de participar en la creació del contingut. Amb una base de seguidors compromesa, el crowdfunding pot ser una font de finançament estable i sostenible per al pòdcast.

11.3 Subscripcions a través de Spotify

Aprofitant la popularitat i l'àmplia base d'usuaris de Spotify, *Barcelona Vibra* optarà per oferir subscripcions prèmium exclusives a través de la plataforma. Aquests subscriptors tindrien accés a contingut addicional, episodis exclusius o altres avantatges especials que no estiguin disponibles per als usuaris gratuïts de Spotify. A través de l'anàlisi feta a l'inici de la memòria sobre aquesta plataforma. Aquesta proporciona una infraestructura estable i un públic potent per a aquest model de finançament.

11.4 Venda de Productes

Per diversificar altres fonts de finançament, *Barcelona Vibra* explorarà la venda de productes relacionats amb el pòdcast. Des de samarretes i tasses fins a llibres o material promocional, la venda de productes pot generar ingressos addicionals i augmentar la visibilitat del pòdcast. Amb un disseny atractiu i relacionat amb la identitat de marca, aquests productes poden convertir-se en una font de finançament duradora i també servir com a estratègia de màrqueting.

11.5 Esdeveniments en Viu

Organitzar esdeveniments en viu és una manera efectiva de connectar amb l'audiència i generar ingressos addicionals. Aquests esdeveniments poden incloure espectacles en directe, taules rodones amb experts culturals, projeccions de documentals o altres activitats relacionades amb la cultura de Barcelona. La venda d'entrades per a aquests esdeveniments, així com la possible col·laboració amb patrocinadors, pot proporcionar una font addicional de finançament.

11.6 Aportacions Personals

Cada integrant del grup ha realitzat una aportació personal de 100 euros, totalitzant 200 euros. Aquestes aportacions serveixen com a capital inicial per a les despeses inicials del projecte, com ara equips, promoció inicial i altres necessitats operatives.

11.7 Subvencions i Concursos

Com a mitjà de comunicació cultural, *Barcelona Vibra* optarà a subvencions i premis en reconeixement. Una opció és participar en els [Premis de Comunicació Local de Barcelona 2024](#), organitzat per la Diputació de Barcelona. Aquests premis reconeixen diversos àmbits de la comunicació, com ara la premsa escrita, la ràdio, la televisió, els mitjans en línia, i altres formes de comunicació local, com ara els mitjans comunitaris o alternatius. Premien la qualitat del treball periodístic, la innovació en la cobertura de notícies locals, la promoció de la participació ciutadana, i altres aspectes rellevants de la comunicació en l'àmbit local a Barcelona. Aquests premis serveixen com a incentiu per al bon treball en aquest camp i com a reconeixement de la importància de la comunicació local en la vida de la ciutat. “L'edició del 2024 consta de 6 categories amb una dotació total de 42.000 euros (cada premi està dotat amb 6.000€)³²”

Com a alternativa, també comptem amb el [Premi Ciutat de Barcelona en la categoria de Mitjans de Comunicació](#), de l'Ajuntament de Barcelona. Aquest premi reconeix la qualitat i l'excel·lència en aquest àmbit a la ciutat.

Mitjançant aquestes subvencions i premis, podem obtenir finançament addicional i reforçar la nostra credibilitat i visibilitat en el panorama cultural de Barcelona.

12. AUTOVALORACIÓ I CONCLUSIONS DEL PROJECTE

No ens agradaria tancar o, si més no, deixar durant l'estiu en pausa un projecte com aquest sense fer abans una valoració del que creiem que ha funcionat i el que no en l'emissió dels quatre primers episodis. En retrospectiva, hem observat que la passió i l'entusiasme per la cultura de Barcelona han estat pilars fonamentals en el nostre pòdcast *Barcelona Vibra*. La nostra intensitat en comunicar aquesta passió ha estat palpable en cada episodi, captivant l'audiència i transmetent un esperit vibrant que reflecteix la riquesa cultural de la ciutat. Des del nostre punt de vista, a través d'una locució dinàmica i captivadora, hem aconseguit connectar amb els oients i mantenir-los enganxats a cada història i recomanació cultural que compartim. Potser el fet d'escollir la diada de Sant Jordi com a dia oficial de l'estrena ha estat una de les millors decisions que hem pres. Es tracta d'un dels dies amb més riquesa cultural a Catalunya i ens va permetre obrir el pòdcast amb una varietat de temes que ben segur van captivar a l'audiència a seguir-nos durant els següents episodis.

³² De Barcelona, D. (s. f.). *La Diputació de Barcelona recupera, aquest 2024, els Premis de Comunicació Local*. El Diari de la Diba.

En el procés de producció, hem reconegut la importància d'invertir en una edició i producció de qualitat per oferir una experiència auditiva enriquidora. Tot i que els primers episodis podrien haver estat millorats en termes d'edició si haguéssim disposat d'un primer pressupost més ampli, hem après de les nostres experiències i estem compromesos a continuar millorant en aquest aspecte. Estem enfocant-nos en l'ús estratègic de separadors, efectes sonors i melodies per dinamitzar el pòdcast sense distreure l'atenció de l'audiència del contingut principal. Especialment, l'ús de melodies, el qual ens agrada molt, és el més car pel fet que s'han de pagar els drets d'autor. En cas de continuar amb el projecte al setembre (el que és molt probable), la idea és fer una inversió prèvia per poder abordar els continguts dels següents episodis amb més professionalitat.

Analitzant el contingut, hem identificat segments que han captivat més l'interès dels oients, com les recomanacions de llibres i les interaccions amb l'audiència a través de les xarxes socials. Això ens ha guiat a concentrar-nos en aquests elements i explorar maneres de millorar-los i ampliar-los en futurs episodis per mantenir l'engagement del nostre públic. A més, hem rebut una resposta positiva de la nostra campanya de promoció a les xarxes socials, la qual ha estat fonamental per arribar a una audiència més àmplia i consolidar la nostra presència en el panorama dels pòdcasts culturals. El temps dedicat a la campanya per xarxes socials ha donat els seus fruits, la qual cosa ens alegra molt. No obstant això, un aspecte a millorar que ben segur ens hagués fet guanyar més públic és haver portat convidats amb més influència en el panorama cultural català. Malgrat que ens hem posat en contacte amb diversos cantants i escriptors rellevants a Catalunya, la resposta no ha estat massa positiva. Estem segures que oferint-los una remuneració, podríem haver aconseguit la seva participació i, en conseqüència, augmentar l'engagement amb l'audiència tot fent una promoció per xarxes socials on es veïés la participació en el pòdcast d'aquest tipus de personatges.

Finalment, ens agradaria apuntar que la nostra flexibilitat i adaptabilitat han estat claus per respondre a les necessitats i preferències del nostre públic. De fet, després de comprovar en el primer episodi que elements que podien sortir més naturals fruit del diàleg eren captivadors en el resultat final, no vam dubtar a afegir en les gravacions consecutives aquesta espontaneïtat en el diàleg. És a dir, vam continuar elaborant guions extensos que ens permetessin tenir una pauta, però alhora ens vam atrevir a introduir elements més naturals que no havíem preparat en el guió. Definitivament, amb una planificació estratègica i una visió a llarg termini, estem preparades per a expandir-nos i explorar noves àrees de creixement per al nostre pòdcast. Estem emocionades per continuar desenvolupant Barcelona Vibra com una font de coneixement i entreteniment cultural per als residents i visitants de Barcelona, connectant amb la diversitat i l'essència de la vida cultural de la ciutat de manera profunda i enriquidora.

En conclusió, es tracta d'un projecte que ha complert amb escreixos les expectatives inicials. El format de pòdcast ens ha cridat l'atenció des dels inicis del nostre Grau en Periodisme i poder finalitzar la carrera amb un projecte d'aquestes dimensions que involucra la creació d'un pòdcast ha estat molt enriquidor per nosaltres com a futures periodistes. Tant la formació teòrica en l'apartat de context del treball com la formació pràctica en la memòria de producció ens ha permès adquirir una gran varietat d'aprenentatges i habilitats en relació amb la locució radiofònica i el pòdcast. No hi ha dubte que l'aprenentatge que ens involucra de forma directa és el més enriquidor i el Treball de Final de Grau ens ha permès aquest aprofundiment en un àmbit tan important en el panorama comunicatiu actual com és el pòdcast.

Finalment, volem expressar el nostre sincer agraïment al nostre tutor, Jacint Niqui, per la seva orientació, suport i inspiració al llarg d'aquest projecte. La seva saviesa i consells han estat inestimables en el desenvolupament del nostre pòdcast *Barcelona Vibra*. A més, volem donar les gràcies a tots els oients del pòdcast, que han estat el nostre motor de creixement i la nostra principal font d'inspiració. Sense el seu suport continu i el seu compromís, aquest projecte no hauria estat possible. També volem reconèixer a aquells que ens han donat suport posant veu a separadors i altres elements, contribuint a enriquir l'experiència dels nostres oients. Estem emocionades per continuar compartint la passió per la cultura de Barcelona en un futur reprenent el projecte del pòdcast a partir del setembre, després de les vacances d'estiu.

13. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

Alcazar, P. (2023, 1 agosto). *Cómo lanzar y monetizar un podcast - Emprendedores*: la revista líder en economía de empresa. Emprendedores.

Barcelona.cat. Infobarcelona: Neixen els podcasts de cultura popular barcelonina.

Boada March, R. M. (2015). Borges, F. (2009). Profcasts: *Aprender y enseñar con podcasts*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. Pixel-Bit. *Revista De Medios Y Educación*, (47), 231–232.

Bonini, T. (2015). La “segona era” del podcàsting. *Quaderns del CAC*, 18(41), 23-32.

Carvajal, M., Marín-Sanchiz, C. R., & Navas, C. J. (2022). The daily news podcast ecosystem from the strategy and business model perspectives. *Profesional de la información*, 31(5).

Casademont, R. B. i les plataformes audiovisuals. *Bernat López Amparo Huertas Bailén*, 109.

Craig, Clay-Martin; Brooks, Mary-Elizabeth; Bichard, Shannon (2021). “*Podcasting on purpose: exploring motivations for podcast use among young adults*”. International journal of listening.

¿Cuáles son los tipos de podcast que existen? (2023, 4 julio). RTVC Sistema de Medios Públicos. <https://www.rtv.gov.co/tipos-de-podcast-existen>

De Barcelona, D. (s. f.). La Diputació de Barcelona recupera, aquest 2024, els Premis de Comunicació Local. *El Diari de la Diba*.

Espinosa de los Monteros, M.J. (2022, 16 de junio). *Creación y producción de podcast* [workshop]. I Congreso Internacional de Nuevas Narrativas en la Sociedad Digital, DIGIT-ALL 2022, Gandia, España.

García-Marín, D. (2019). *La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 181-196.

Gómez, M. J. (2022, 4 noviembre). Llega «La cullerada», el podcast gastronómico de Time Out Barcelona. *Time Out Barcelona*.

iVoox (2021, 10 de septiembre). Observatorio iVoox: Nuevo informe sobre el estado del pódcast en español. iVoox Blog

Jardin, Xeni (2005). “*Audience with the podfather*”. Wired magazine.

Jorgensen, Britta (2021). "Playing with perspective: narrative voice and trust in australian independent podcasts". *Radio journal: International studies in broadcast & audio media*, v. 19, n. 1, pp. 137-153.

Laaser, W., Liliana Jaskiloff, S., & Rodríguez Becker, L. C. (2010). *Podcasting: ¿Un nuevo medio para la Educación a Distancia?*. Revista de Educación a Distancia (RED), (23). Recuperado a partir de

Lopez, P. (2019). Estudio de casos de la ficción sonora en la radio pública, RNE, y en la plataforma de podcast del Grupo Prisa en España. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 12(2), 65-78.

Mack, J. (2019). *Podcasting: The Audio Media Revolution*. Bloomsbury Academic.

Martínez-Costa, María-Pilar; Lus-Gárate, Eva (2019). "El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital". *Miguel Hernández communication journal*, v. 10, pp. 317-334.

Nee, Rebecca C.; Santana, Arthur D. (2021). "Podcasting the pandemic: exploring storytelling formats and shifting journalistic norms in news podcasts related to the coronavirus". *Journalism practice*.

Newman, Nic; Gallo, Nathan (2019). *News podcasts and the opportunities for publishers*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Newman, Nic; Gallo, Nathan (2020). *Daily news podcasts: building new habits in the shadow of coronavirus*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Parlatore, B., Delménico, M., Beneitez, M. E., Clavellino, M. S., Di Marzio, M. A., & Gratti, A. L. (2020). El podcast y el desafío de repensar lo radiofónico. *Questión*.

Parra Valcarce, D. & Onieva Mallero, C. (2020). El uso del pódcast para la difusión del patrimonio cultural en el entorno hispanoparlante: análisis de las plataformas iVoox y SoundCloud. *Naveg@ mérica*. Revista electrónica editada por la Asociación Española de Americanistas, (24).

Pódcasts de noticias: quién los escucha y qué formatos funcionan. (s. f.). Reuters Institute For The Study Of Journalism.

Schöning, N. (2023). *Soundwaves of Success? Exploring the Differential Effects of Branded & Corporate Podcasts on Corporate Reputation* (Bachelor's thesis, University of Twente).

Sullivan, J. L. (2019). *The Platforms of Podcasting: Past and Present*, *Social Media + Society*, octubre 2019, 1-12.

14. ANNEXOS

14.1 ANNEX 1: Altres possibilitats de logotips dissenyats però que s'han desestimat



Imatge 61: Altres proves de logotip. Autoria pròpia.

14.2 ANNEX 2: ESCALETA TÈCNICA I GUIÓ LITERARI EPISODIS; 2, 3 I 4

14.2.1 Guió literari - *Episodi 2, Què hi ha a la cartellera?* (Publicat el 7 de maig)

CARETA: Barcelona no només és una destinació, sinó un estil de vida, una inspiració constant pels amants de la cultura. *Barcelona Vibra*, amb Paula Aviñoa i Anna Clarà

Anna: Benvinguts i benvingudes al segon episodi de *Barcelona Vibra*, el pòdcast cultural que et manté al dia de tot el que passa a Barcelona. Per si no recordeu els nostres noms, ens tornem a presentar: jo soc l'Anna.

Paula: I jo soc la Paula. Estem emocionades de compartir amb vosaltres el segon episodi del nostre estimat projecte. De què parlarem avui Anna?

Anna: Per al capítol d'avui he pensat a fer un poti-poti. És a dir, parlarem una mica de tot el que té a veure amb el cinema i el teatre a Barcelona i també, parlarem sobre la Fira Internacional del Disc, que ha tingut lloc aquest passat cap de setmana i, farem una mica de valoració sobre com es va desenvolupar la jornada.

Paula: Però, en primer lloc, i com és habitual en el nostre pòdcast, farem un breu resum de les novetats culturals que ens esperen aquesta setmana.

SUMARI: Quines activitats ens esperen aquesta setmana?

Anna: El sumari d'avui tractarà bàsicament d'esdeveniments musicals, ja que aquesta setmana la sala de Razzmatazz aglutina uns quants. El 8 de maig al raper Tione Merrit, o conegut actualment com Lil Tjay visitarà Barcelona. Justament avui, 7 de maig, actua a Madrid i demà és el torn de la ciutat comtal, actuant a l'emblemàtica sala Razzmatazz amb el seu concert, The good Life. Les entrades porten a la venda des del 10 d'abril, però encara es poden comprar per 46,20 € (ho hem comprovat per vosaltres). L'obertura de portes serà demà a les 19:00 de la tarda.

Paula: I de fet, continuem amb Razzmatazz, perquè vindrà un artista mundialment conegut, i sí Anna, estic parlant de Mahmood. He de dir, però, que les entrades estan més que esgotades i a la pàgina web de Razzmatazz, escriuen explícitament que no es vendran entrades a la taquilla. Amb tot i això, qui hagi tingut l'oportunitat de poder comprar una, l'obertura de portes serà a les 19:00 de la tarda i a les 21:00 de la nit començarà el concert en qüestió.

Anna: Continuem amb els concerts que es faran a Razz per qui estigui interessat, però amb format més breu. El dia 10 de maig, actuaran Lil Yachty i Serko i el dissabte 11 de maig, We are mono i Robot Rock Alive. Per tant, com heu pogut veure, una gran varietat de concerts i estils diferents aptes per tots els públics i gustos.

Paula: I continuen amb música perquè porto un altre novetat... I és que Jarabe de Palo, TAMBÉ VINDRÀ A BCN. Passats tres anys des de la partida de pau donés, la discogràfica independent fundada per ell i gestionada ara per la seva família, han posat en marxa amb molt d'afecte un projecte que ha estat demandat per fans i amics: un tribut a la figura de pau.

Anna: Serà un espectacle homenatge amb la banda oficial de Jarabe de Palo que oferirà una retrospectiva del valuós llegat que ens va deixar com a músic, compositor i persona. Pel que fa al tour en si, han programat 3 dates a Barcelona. Una que, evidentment ja ha passat, que era el 26 d'abril, i les altres dues que cauen aquesta setmana, 9 i 10 de maig, encara que les úniques entrades lliures són les de 10 de maig a partir de 35 €. Estan esgotadíssimes...

Paula: Llavors Anna, per fer una mica de resum. Divendres 10 de maig concert de Jarabe de Palo, però hora i lloc?

Anna: El concert es farà a la Sala la Paloma (carrer del tigre 27 a ciutat Vella) i començarà a les 20:00 de la nit.

Barcelona Vibra, el pòdcast cultural de la capital catalana

Anna: Doncs vinga! Comencem amb el primer tema a tractar d'aquest segon episodi de Barcelona Vibra; El BCN film fest. Si, abans que t'ho preguntis, ja ha passat aquest esdeveniment, però és que és tan important per Barcelona i pel cinema en general, que l'hem hagut d'incorporar en el capítol d'avui.

Paula: Així és! Tot i que el festival ja ha passat, i ens centrarem a valorar com va anar l'acte en si, sí que encara podeu arribar a "CUENTOS DE TOKIO". Una pel·lícula dramàtica que explica com un matrimoni gran que viu al Japó rural viatja a Tòquio per a passar uns dies amb els seus fills. Fa molt temps que no els veuen, però la seva visita acaba significat una molèstia per a ells i les seves famílies. La parella d'ancians comprova amb tristesa que s'han convertit en una càrrega per als seus propis fills, que decideixen enviar-los a un balneari després de no ser capaços si es fes càrrec d'ells. Només la seva nora Noriko, vídua d'una dels seus fills, els mostra autèntic afecte. El podreu visionar demà mateix, 8 de maig a les 7 de la tarda o si no, el dissabte 18 de maig a les 6 de la tarda al Centre Cívic la Florida.

Anna: Perquè ho tingueu en compte, és una pel·lícula de 136 minuts (dues hores i mitja gairebé), en blanc i negre.

Paula: I pel que fa a l'acte en si, El BCN FILM FEST ha comptat un any més amb nombroses visites presencials. Us presentem l'spot oficial del festival, acompanyat de la nostra veu. Les pel·lícules que s'han presentat en aquesta edició han estat les següents: Alumbramiento, de Pau Teixidor

Anna: Asunto de Honor, de Vicent Perez

Paula: Caída libre, de Laura Jou

Anna: Daaaaa! de Quentin Duplex

Paula: Descansa en paz, de Thea Hvistendahl

Anna: Es destino de Maya, de Tiina Limy

Paula: El monje y el rifle, de Pawo Choining Dorji

Anna: Escanyapobres, d'Ibai Abad

Paula: L'amour et les Forets, de Valerie Donzelli

Anna: La gran escapada, d'Oliver Parker

Paula: La promesa de Irene, de Louise Archambault.

Anna: Lo que sucede después, de Meg Ryan

Paula: i Phantom Youth, de Luàna Bajrami

Anna: bueno bueno bueenoooo, el que us heu perdut els qui no heu anat eh. El Festival Internacional de Cinema de Barcelona-Sant Jordi (BCN FILM FEST) va tenir lloc des del 18 al 26 d'abril als Cinemes Verdi com a seu principal, i que va incloure 69 títols entre les 8 seccions del certamen. Es van poder veure 15 premiers mundials, 1 europea, 20 espanyoles i 11 catalanes.

Paula: Com a curiositat, el director estatunidenc Richard Linklater va ser qui va rebre el Premi d'Honor del BCN FILM FEST 2024. Tot i això, Linklater va ser guardonat durant la Gala de Clausura del festival, que va tenir lloc el 26 d'abril als Cinemes Verdi de Barcelona, i en la qual va presentar el seu últim film, 'Hit Man', una inusual comèdia aollida en el Festival de Venècia com una de les millors obres de la seva carrera.

Anna: Si, el festival li atorga el Premi d'Honor, que l'any passat va rebre Wim Wenders, en reconeixement a la trajectòria d'un dels directors més rellevants i personals del cinema contemporani mundial, autor de pel·lícules que han marcat a diferents generacions d'amants del cinema.

Paula: I anna, quina va ser la pel·lícula que va inaugurar aquest festival?

Anna: Doncs va ser Casa en Flames, de Dani de la Orden. És una comèdia dramàtica catalana i m'encanta per un especial motiu. I és que una part del rodatge d'aquesta peli l'han fet a l'Alt Empordà, en concret a Cadaqués. Només per què surti aquest meravellós poble, jo ja la vull veure heheh

Paula: Ai si... que maca que és la Costa Brava... I com hem parlat de la pel·li inaugural, també farem menció de quina ha estat la pel·lícula de clausura. En aquest cas ha estat Hit Man de Richard Linklater. També és una comèdia, però en aquest cas, és una pel·lícula anglesa. Així que qui gaudeixi de les comèdies, i dels idiomes, ja té dues bones pelis per veure.

Anna: I per anar acabant amb aquesta primera part del pòdcast més cinemàtic, obrim una nova secció al programa; **Els imprescindibles**. Aquesta setmana hem tornat a necessitar de la vostra ajuda i us hem preguntat, ja que estem parlant de cinema, quines són aquelles pel·lícules que, almenys, has de veure un cop a la teva vida.

Paula: I ara farem un breu recopilatori de les mencions que ens heu estat dient per xarxes socials. A veure si podem donar una mica d'idees per aquells dies que no sabeu quina pel·lícula mirar.

Quines són les pel·lícules imprescindibles que no poden faltar un diumenge a la tarda?

Anna: Són bastants, les respostes que hem anat rebent aquests dies pel nostre Instagram, i la veritat, que ens han agradat moltíssim. Paula, ens pots fer un petit resum de les pel·lícules preferides dels nostres seguidors?

Paula: Oi tant! En primer lloc, direm aquelles pel·lícules que han estat més repetides. Comencem per dos que sens dubte, i coincideixo amb elles, són supertradicionals. Titanic i Mamma mia
Quines destacaries, o quines són les que més t'han agradat Anna?

Anna: sens dubte, i perquè també és la meva pel·lícula preferida, Titanic. Imagina't; un diumenge a la tarda, al sofà, amb la manteta i un bol de crispetes... veient titànic. Això sí, t'has d'assegurar realment que tens hores disponibles, perquè és molt llarga. Però és tan maca... Tu amb quina et quedaries de totes les que ens han dit?

Paula: Jo tampoc tinc dubtes Anna. Em quedo amb Mamma Mia. És la meva pel·lícula superpreferida i sempre em posa de bon humor. A més, la relació de la Meryl Streep amb l'Amanda Seifred a la pel·lícula, em recorda molt a la relació que tinc jo amb la meva mare i això em fa sentir-la encara més. Per no parlar de la fantàstica música d'ABBA present al llarg de tota la peli. Recordo que ja fa un temps vaig regalar-li a la meva mare anar a veure el musical de Mamma Mia i vam gaudir de la banda sonora com mai.

Anna: Ai sí, Mamma Mia és també un *must*.

Paula: Com diem, aquestes dues han estat de les més nomenades i dites per vosaltres, però també hem tingut una gran varietat de títols. Els direm tots per si voleu agafar idees i a quin lloc les pots trobar:

Anna: Per qui vol una pel·lícula romàntica, Vidas Pasadas. Pel·lícula treta l'any passat, el 2023 i es pot trobar a Movistar +.

Paula: Continuen amb el romanç, amb Before Sunrise, pel·lícula del 1995 i la podeu trobar a HBO. Molt recomanable! I també Siete Almas, que barreja romanç i suspens i es pot trobar a Netflix.

Anna: Per qui us agradin els musicals romàntics, The Sound of Music (sonrisas i lágrimas). Del 1965 i quasi 3 hores de duració, es pot veure a Disney+

Paula: Continuem amb els musicals, però en aquest cas de crims, amb Chicago a Netflix

Anna: Per qui us agradi l'Univers de Marvel, Iron Man 1 és la vostra millor opció. Disponible a Netflix, Movistar, Prime Video i Disney.

Paula: Paula: També proposem ,per qui us agradi el suspens, El niño con el pijama de rayas. Disponible a Netflix.

Anna: Intocable també ha estat molt anomenada i també disponible a Netflix.

Paula: I per anar acabat amb les recomanacions i la secció en si, acabem amb aquests títols: El diario de Noah, los 4 fantásticos y amb caire més de Disney, el rey león i la Dama i el Vagabundo

Anna: Ostres! Se'ns dubta pel·lícules molt, però que molt recomanables.

Paula: Vinga, que ja va quedant poquet per acabar. Com que estem en una setmana tant teatral i ambientada amb el cinema, us portem la següent secció:

Què hi ha actualment a la cartellera?

Anna: Agafeu l'agenda perquè hi ha propostes ben interessants!

Paula: Sí, tenim una llista molt variada, tant de cinema com de teatre, així que segur que hi ha alguna cosa que t'agradarà. Comencem pel teatre!

Anna: En la cartellera teatral, em crida molt l'atenció "Els criminals" al Teatre Fort Pienc. És una obra que ha rebut 3 de 5 estrelles de la crítica de Time Out. La peça de Ferdinand Bruckner, escrita a finals dels anys vint, ens parla del desencís i la barbàrie nazi, i sembla que l'adaptació de Jordi Prat i Coll al TNC és estèticament imbatible.

Paula: Té una pinta molt interessant, Anna. També tenim "El día del Watusi" a Teatre Vila de Gràcia, que ha rebut 5 de 5 estrelles. És una obra catàrtica que trenca a cops de maça la quarta paret. Segons les ressenyes fetes per alguns espectadors, surts del teatre preguntant quan la tornen a fer.

Anna: Ostres doncs aquesta no me la perdré! Una altra obra que es troba actualment en cartellera és "Lluna plena". Aquesta adaptació de la novel·la d'Aki Shimazaki ens parla de l'amor i la vida a través de la relació de la Fujiko i el Tetsuo, dos personatges que han passat tota la vida junts.

Paula: I no ens oblidem de "Jauría" a El Raval. Jordi Casanovas ha creat una obra impactant que tracta el cas de 'La Manada'. És un text basat en el material públic del judici i ha rebut molt bones ressenyes. Jo ja tinc entrada per aquesta i em moro de ganes de veure-la.

Anna: Potser m'animo a venir amb tu, Paula! Finalment, però no menys important, tenim "La màquina Hamlet" a la Sala Atrium. Una obra que explora el teatre postdramàtic basada en l'obra clàssica de Shakespeare. Segons la crítica, l'adaptació és un exercici de depuració dur i espinós que ho deixa tot en mans del director d'escena.

Paula: I ara, passem a la cartellera de cinema. Sembla que hi ha una gran setmana a la cartellera! Anna, quines pel·lícules destaquen especialment per a tu?

Anna: Certament, hi ha una varietat impressionant de pel·lícules. Personalment, estic molt interessada en "El consentimiento". És una història ambientada a París el 1985 sobre una jove que coneix a Gabriel Matzneff, un home intel·ligent amb qui comença a tenir una relació.

Paula: Uau, sona molt interessant! Jo estic força intrigada per "Spy x Family Código: Blanco", que presenta una parella, un espia i una assassina, que es guarden les seves identitats en una doble vida.

Anna: També l'aniré a veure. Però, Paula, quina és la que més està cridant l'atenció del públic?

Paula: Sembla que "Rosalie" està captivant l'audiència. És una pel·lícula ambientada a França l'any 1870 i segueix la història de Rosalie, una jove amb un gran secret. També tenim "La quimera", que parla, d'una banda, de lladres de tombes i jaciments arqueològics.

Anna: I per als amants de les històries de fantasia?

Paula: Han de veure "Guardiana de dracs". Se situa en l'antic imperi xinès i presenta dragons, aliats savis dels homes que ara estan en temps foscos.

Anna: I alguna comèdia o pel·lícula lleugera?

Paula: "Matusalén" pot ser una opció genial. És sobre un raper que als seixanta anys descobreix que envellir és inevitable, però madurar és opcional. També hi ha "+Cuñados", una comèdia sobre una família que es prepara per al Carnaval.

Anna: Uau, definitivament una setmana plena de grans pel·lícules! Gràcies, Paula, per compartir aquestes recomanacions i vosaltres oients ja sabeu: no us podeu perdre els títols anomenats!

Paula: I estimats oients, la setmana que ve us portem un pòdcast d'allò més musical. Amb l'arribada a Barcelona de l'únic concert a Espanya de la gira mundial "The Tour: Five Albums. One Night" dels Jonas Brothers, obrirem el capítol.

Anna: Així és Paula, i per donar el tret de sortida d'aquest pròxim episodi tan musical, què millor que acabar el pòdcast d'avui parlant d'un dels esdeveniments més esperats pels amants de la música: la Fira Internacional del Disc de Barcelona. Com cada any, sembla que aquest esdeveniment no es va veure afectat per les turbulències de la indústria discogràfica.

Paula: Doncs sí. Sembla que els melòmans van poder gaudir una altra vegada d'aquesta experiència única i adquirir nous discos per a les seves col·leccions musicals. I aquest any, la 36a edició, per cert, va tenir lloc a l'estació del Nord de Barcelona aquest darrer cap de setmana.

Anna: Exacte. Mentre que el divendres, la Fira va obrir les portes únicament a la tarda, dissabte i diumenge es van veure assistent matí i tarda. A més, aquest any, el preu de l'entrada va ser més que raonable. Per només 6 euros, els assistents podien quedar-se a la Fira tot el dia i pels qui van planejar gaudir dels discs i la música els 3 dies del cap de setmana, amb un abonament de 12 euros, van poder fer-ho.

Paula: La veritat és que aquesta 36a edició de la Fira del Disc va ser una gran oportunitat per als col·leccionistes i aficionats de compartir la seva passió per la música, explorant una àmplia gamma de CD's, vinils i altres articles relacionats amb els seus artistes preferits. Perquè ens expliqui una mica com ho va viure, tenim avui amb nosaltres a Marc Ariñó. Bon dia, Marc. Aquest primer cap de setmana de maig va estar ple d'oportunitats pels amants de la música, oi?

Marc Ariñó: RESPOSTA _____

Anna: Ostres ben segur que ho vas passar d'allò més bé. Vas anar sol o acompanyat?

Marc Ariñó: RESPOSTA _____

Paula: Home aquestes experiències sempre és millor viure-les en grup, penso jo. Bé i explica'ns quines van ser les teves adquisicions. Vas comprar-te alguna cosa?

Marc Ariño: RESPOSTA _____

Anna: Moltes gràcies per acompanyar-nos Marc i respondre les nostres preguntes. Ara, ens acompanya la Rita Vilalta, que també va assistir a la Fira. Com vas viure l'experiència, Rita?

Rita Vilalta: RESPOSTA _____

Paula: Què opines que la Fira del Disc es faci a Barcelona. És una oportunitat per la ciutat i els seus habitants?

Rita Vilalta: RESPOSTA _____

Paula: Tota la raó Rita. I és que a Barcelona disposem d'un dels nuclis culturals més potents d'Europa. Moltes gràcies per acompanyar-nos. Bé, i pels qui us vau quedar sense assistir-hi, us recordem que aquesta no és l'única edició que se celebra a l'any. Encara queda la 37a edició prevista per a octubre de 2024. Malgrat que la informació està pendent de confirmació, sembla que la tradició continuarà.

Anna: Ostres Paula, això sí que són bones notícies. De segur que aquesta propera, jo no me la perdo.

Paula: Fas bé Anna, jo m'ho vaig passar d'allò més bé aquest cap de setmana. Una cita imperdible pels amants de la música, així que ja sabeu, marqueu bé les vostres agendes i no us perdeu la segona oportunitat que tindreu a l'octubre.

Anna: Bé, i fins aquí el poti-poti cultural del pòdcast d'avui. Esperem que l'hàgiu gaudit tant com l'anterior, que pel que ens heu anat dient per xarxes socials, ha estat tot un èxit. (PROMO: bcn_vibra, per si encara no ens segueixes i et vols assabentar de totes les novetats culturals)

Paula: Ja sabeu que ens retrobem d'aquí a quinze dies, el 21 de maig, amb més cultura que mai. Aquest cop, serà un pòdcast dedicat a la música i entrevistarem una artista catalana que està començant a petar-ho en la indústria. Així que no us el podeu perdre. Us hi esperem a tots i totes!

14.2.2 Escaleta tècnica - *Episodi 2, Què hi ha a la cartellera?*

Títol: *Barcelona Vibra*_Capítol 2; Què hi ha en cartellera?

Autors: Paula Aviñoa i Anna Clarà

Dimarts, 7 de maig del 2024

Blocs del programa	Indicacions tècniques	Veus	Peus de les locutores	TEMPS
--------------------	-----------------------	------	-----------------------	-------

SINTONIA BARCELONA VIBRA	PP a 2P		Barcelona no només és una destinació, sinó un estil de vida, una inspiració constant pels amants de la cultura. Barcelona Vibra, amb Paula Aviñoa i Anna Clarà	8''	00:08
		ANNA	Benvinguts i benvingudes (...) jo sóc l'Anna.	10''	00:18
		PAULA	I jo sóc la Paula (...) De què parlarem avui Anna?	7''	00:25
		ANNA	Per el capítol d'avui (...) desenvolupar la jornada	14''	00:39
		PAULA	Però, en primer lloc (...) esperen aquesta setmana	7''	00:46
BASE SUMARI	2P (Houdini - Dua Lipa)				
SEPARADOR SUMARI	1P A resolt		Quines activitats ens esperen aquesta setmana?	3''	00:49
		ANNA	El sumari d'avui (...) a les 19:00 de la tarda	30''	01:19
		PAULA	I de fet, continuem amb (...) concert en qüestió	19''	01:38
		ANNA	Continuem amb els (...) per tots els públics i gustos.	16''	01:54
		PAULA	I continuen amb música (...) a la figura de pau.	16''	02:10
		ANNA	Serà un espectacle (...) Estan esgotadíssimes....	21''	02:31
		PAULA	Lavors Anna, per (...) però hora i lloc?	5''	02:36
		ANNA	El concert es farà (...) a les 20:00 de la nit.	6''	02:42
2n SEPARADOR SUMARI	1P a resolt		Barcelona Vibra, el pòdcats cultural de la capital catalana	3''	02:45

	<i>base sumari resolt</i>				
		ANNA	Doncs vinga! Comencem (...) en el capítol d'avui.	13"	02:58
		PAULA	Així és! Tot i que el (...) al Centre Cívic la Florida.	36"	03:34
		ANNA	Per que ho tingueu en (...) en blanc i negre	6"	03:40
		PAULA	I pel que fa a l'acte en (...) de Pau Teixidor.	14"	03:54
BASE ACTE	2P				
		ANNA	Asunto de Honor, de Vicent Perez	2"	04:56
		PAULA	Caída libre, de Laura Jou	2"	04:58
		ANNA	Daaaaa! de Quentin Duplex	2"	05:00
		PAULA	Descansa en paz, de Thea Hvistendahl	2"	05:02
		ANNA	Es destino de Maya, de Tiina Limy	2"	05:04
		PAULA	El monje y el rifle, de Pawo Choining Dorji	2"	05:06
		ANNA	Escanyapobres, d'Ibai Abad	2"	05:08
		PAULA	L'amour et les Forets, de Valerie Donzelli	2"	05:10
		ANNA	La gran escapada, d'Oliver Parker	2"	05:12
		PAULA	La promesa de Irene, de Louise Archambault.	2"	05:14
		ANNA	Lo que sucede después, de Meg Ryan	3"	05:17

		PAULA	i Phantom Youth, de Luàna Bajrami	3"	05:20
		ANNA	bueno bueno bueenoooo, el que us heu (...) 20 espanyoles i 11 catalanes.	19"	05:39
	<i>base acte resolt</i>				
		PAULA	Com a curiositat, el director (...) la seva carrera.	24"	06:03
		ANNA	Si, el festival li atorga (...) d'amants del cinema.	13"	06:16
		PAULA	I anna, quina va ser la pel·lícula que va inaugurar aquest festival?	4"	06:20
		ANNA	Doncs va ser Casa en Flames (...) jo ja la vull veure heheh	14"	06:34
		PAULA	Ai si... que maca que (...) dues bones pelis per veure.	17"	06:51
		ANNA	I per anar acabant amb (...) un cop a la teva vida.	15"	07:06
		PAULA	I ara farem un breu (...) quina pel·lícula mirar	9"	07:15
SEPARADOR PEL·LÍCULES IMPRESCINDIBLES	1P a resolt		Quines són les pel·lícules imprescindibles que no poden faltar un diumenge a la tarda?	3"	07:18
		ANNA	Són bastantes, les respostes (...) dels nostres seguidors?	9"	07:27
		PAULA	Oi tant! (...) t'han agradat Anna?	13"	07:40
BASE	2P <i>(Soundtrack Titanic)</i>				
		ANNA	se'ns dubte, i perquè (...) totes les que ens han dit?	16"	07:56

	<i>base titanic resolt</i>				
		PAULA	Jo tampoc tinc dubtes Anna (...) banda sonora com mai.	20"	08:16
BASE	2P <i>(Soundtrack Mamma Mia)</i>				
		ANNA	Ai sí, Mamma Mia és també un <i>must</i> .	3"	08:19
	<i>base mamma mia resolt</i>				
		PAULA	Com diem, aquestes dues (...) lloc les pots trobar:	9"	08:28
BASE	2P <i>(We can't be friends - Ariana Grande)</i>				
		ANNA	Per qui vol una pel·lícula (...) es pot trobar a Movistar +.	7"	08:35
		PAULA	Continuen amb el romàç (...) es pot trobar a Netflix	11"	08:46
		ANNA	Per qui us agradi els musicals (...) es pot veure a Disney+	10"	08:56
		PAULA	Continuem amb els musical, però en aquest cas de crims, amb Chicago a Netflix	4"	09:00
		ANNA	Per qui us agradi (...) i Disney.	7"	09:07
		PAULA	També (...) Disponible a Netflix	5"	09:12
		ANNA	Intocable també ha estat molt anomenada i també disponible a Netflix	4"	09:16

		PAULA	I per anar acabat (...) león i la Dama i el Vagabundo	9"	09:25
		ANNA	Ostres! se'ns dubte pel·lícules molt, però que molt recomanables.	4"	09:29
BASE	2P A 1P <i>(We can't be friends - Ariana Grande)</i>				
	<i>base friends resolt</i>				
		PAULA	Vinga vinga (...) següent secció:	8"	09:37
SEPARADOR CARTELLERA	1P a resolt		Què hi ha actualment a la cartellera?	3"	09:40
BASE	2P <i>(Despechà - Rosalia)</i>	ANNA	Agafeu l'agenda perquè hi ha propostes ben interessants!	3"	09:43
		PAULA	Sí, tenim una (...) Comencem pel teatre!	6"	09:49
		ANNA	En la cartellera teatral (...) és estèticament imbatible.	20"	10:06
		PAULA	Té una pinta molt interessant (...) preguntant quan la tornen a fer.	14"	10:20
		ANNA	Ostres doncs aquesta (...) han passat tota la vida junts.	15"	10:35
		PAULA	I no ens oblidem de "Jauría" (...) ganes de veure-la.	14"	10:49
		ANNA	Potser m'animo a venir amb tu (...) director d'escena.	16"	11:05

	<i>base despechà ressolt</i>				
BASE	2P <i>(Milionària - Rosalía)</i>				
		PAULA	I ara, passem (...) per a tu?	7"	11:12
		ANNA	Certament, hi ha una varietat (...) comença a tenir una relació.	16"	11:28
		PAULA	Uau, sona molt interessant! (...) en una doble vida.	10"	11:38
		ANNA	També l'aniré a veure. Però, Paula, quina és la que més està cridant l'atenció del públic?	4"	11:42
		PAULA	Sembla que "Rosalie" (...) jaciments arqueològics.	12"	11:54
		ANNA	I per als amants de les històries de fantasia?	2"	11:56
		PAULA	Han de veure "Guardiana de dracs" (...) estan en temps foscos.	8"	12:04
		ANNA	I alguna comèdia o pel·lícula lleugera?	2"	12:06
		PAULA	"Matusalén" pot ser una opció genial. És sobre un raper (...) prepara per al Carnaval.	12"	12:18
		ANNA	Uau, definitivament (...) perdre els títols anomenats!	8"	12:26
	<i>base mil·lionaria ressolt</i>				
BASE	FADE IN FINS A 2P				

	(Jonas Brothers - Burnin' Up)				
		PAULA	I estimats oients, (...) dels Jonas Brothers, obrirem el capítol.	12"	12:38
		ANNA	Així és Paula, (...) discogràfica	15"	12:53
	<i>base jonas ressolt</i>				
		PAULA	Doncs sí. Sembla (...) aquest darrer cap de setmana.	12"	13:05
		ANNA	Exacte. (...) 12 euros, van poder fer-ho	15"	13:20
		PAULA	La veritat és que aquesta 36ena edició de la Fira del (...) pels amants de la música, oi?	16"	13:36
BASE	FADE IN FINS A 2P <i>(La bachata - Manuel Turizo)</i>				
		entrevistat	Marc Ariñó		
		ANNA	Ostres de ben segur que ho vas passar d'allò més bé. Vas anar sol o acompanyat?	3"	13:19
		entrevistat	Marc Ariñó		
		PAULA	Home aquestes (...) adquisicions. Vas comprar-te alguna cosa?	5"	13:24
		entrevistat	Marc Ariñó		
		ANNA	Moltes gràcies (...) l'experiència, Rita?	6"	13:30

		entrevista	Rita Vilalta		
		PAULA	Què opines que la Fira del Disc es faci a Barcelona. És una oportunitat per la ciutat i els seus habitants?	4"	13:34
		entrevista	Rita Vilalta		
		PAULA	Tota la raó Rita. I és que (...) sembla que la tradició continuarà.	12"	13:46
		ANNA	Ostres Paula, això sí que són bones notícies. De ben segur que aquesta propera, jo no me la perdo.	4"	13: 50
		PAULA	Fas bé Anna, jo m'ho (...) oportunitat que tindreu a l'octubre.	8"	13:58
	base bachata resolt				
PROMO	1P	ANNA	Bé, i fins aquí el (...) les novetats culturals)	10"	14:08
		PAULA	Ja sabeu que (...) a tots i totes!	10"	14:18

14.2.3 Guió literari - *Episodi 3, El més musical de tots (publicat el 21 de maig)*

CARETA: Barcelona no només és una destinació, sinó un estil de vida, una inspiració constant pels amants de la cultura. *Barcelona Vibra*, amb Paula Aviñoa i Anna Clarà

Anna: Hola a tots i benvinguts a un nou episodi del nostre pòdcast sobre esdeveniments culturals a Barcelona! Soc Anna i avui tindrem un episodi ple de música!

Paula: I jo soc la Paula, estem molt emocionades de presentar-vos aquesta edició, així que quedeu-vos amb nosaltres!

Anna: De què parlarem avui, Paula?

Paula: Avui és l'episodi musical per excel·lència del Barcelona Vibra. Parlarem dels concerts que els Jonas Brothers faran a Barcelona en la seva gira internacional, com també, d'altres músics que faran parada a la capital

catalana. A més, com ja us vam prometre en l'últim episodi, avui us portem una jove promesa del panorama musical actual.

Anna: Estic ben intrigada per saber qui és.

Paula: Hauràs d'esperar una mica més. En primer lloc, i com és habitual en el nostre pòdcast, farem un breu resum de les novetats culturals que ens esperen aquesta setmana.

SUMARI: Quines activitats ens esperen aquesta setmana?

Paula: Aquesta setmana Barcelona es transforma en un viatge a través del temps amb la 18^a Fira Modernista de Barcelona.

Anna: Del 24 al 26 de maig, la ciutat ens convida a fer un salt virtual fins a la Barcelona del final del segle XIX i principis del XX. Hi haurà activitats com recorreguts per l'arquitectura modernista, espectacles en viu, tallers interactius i parades d'artesanía i gastronomia. A més, la fira estarà dedicada al poeta i dramaturg Àngel Guimerà. Les entrades per als diferents tallers i activitats estan disponibles a través del seu lloc web i xarxes socials.

Paula: El tret de sortida d'aquesta 18a Fira es donarà a la Casa Elizalde amb una conferència sobre Guimerà i el Modernisme a càrrec de l'especialista Ramon Bacardit, comissari de l'any. No us perdeu el taller de trencadís, les exposicions del vehicle Genoveva i l'àlbum de cromos dedicat a la 18a Fira Modernista de Barcelona.

Anna: I el cap de setmana que ve, del 30 de maig al 2 de juny, no us podeu perdre les activitats preparades per celebrar el Corpus. En especial, us recomanem veure l'Ou com balla. Aquesta tradició centenària torna a omplir les places i carrers de Barcelona amb ous pintats que ballen gràcies al raig d'aigua d'algunes fonts de la ciutat.

Paula: Doncs amb aquestes dues activitats, ja teniu l'agenda dels caps de setmana plena fins al pròxim episodi.

Barcelona Vibra, el pòdcast cultural de la capital catalana

Paula: Vinga! Ara que ja estem al dia de l'agenda cultural, comencem amb la gran notícia d'aquest episodi dedicat a la música: Els Jonas Brothers han decidit que la ciutat de Barcelona serà l'única parada a l'Estat espanyol de la seva gira mundial 'The Tour: Five Albums. One Night'.

Anna: Ostres Paula, quin orgull que hagin triat la Ciutat Comtal com a únic destí d'Espanya?

Paula: Doncs sí, Anna. La veritat que amb decisions com aquestes ens adonem del nucli cultural que suposa Barcelona per la indústria musical.

Anna: Bé, i ja han anunciat data pel concert?

Paula: Doncs sí Anna. En un principi, el concert havia de ser el pròxim 25 de maig, és a dir, d'aquí res. No obstant això, per problemes d'itinerari, el grup de música ha anunciat una reprogramació del concert, movent la data al 26 de setembre.

Anna: Ostres, quin canvi més dràstic. Suposo que els qui ja tenien entrada no l'hauran de tornar a comprar, no?

Paula: Exacte. Les entrades ja comprades serveixen per al nou concert. Això sí, els fans dels Jonas Brothers hauran d'esperar al 26 de setembre a les 9 de la nit per veure als seus ídols interpretar 5 discos plens d'èxits de tot el seu catàleg al Palau Sant Jordi.

Anna: 5 discos en una nit, això potser un concertàs. Tot i això, no sé què els haurà semblat als fans haver d'esperar quatre mesos pel concert.

Paula: Perquè ens ho expliqui, tenim amb nosaltres a Júlia Puigcerver, una fan incondicional dels Jonas Brothers que té l'entrada des que van sortir. Hola, Júlia, què et sembla que els Jonas Brothers només facin parada de la gira internacional a Barcelona?

Júlia Puigcerver: RESPOSTA _____

Paula: Tota la raó Júlia, per no parlar del benefici econòmic que un concert així suposa per la ciutat. Tots aquells espanyols que vulguin veure als Jonas Brothers hauran de desplaçar-se a la Ciutat Comtal, assumint les despeses que això implica: allotjament, desplaçaments, àpats...

Anna: Júlia, des de quan ets fan dels Jonas Brothers?

Júlia Puigcerver: RESPOSTA _____

Anna: Què opines d'aquesta reprogramació de dates? D'estar a punt de veure als teus ídols a esperar 4 mesos per veure'ls

Júlia Puigcerver: RESPOSTA _____

Paula: Al concert aniràs sola o acompanyada?

Júlia Puigcerver: RESPOSTA _____

Anna: Molt bé Júlia, moltes gràcies per acompanyar-nos i respondre les nostres preguntes.

Júlia Puigcerver: RESPOSTA _____

Paula: I per continuar amb més música, volem parlar-vos d'altres grans concerts que vindran al Palau Sant Jordi aquest 2024. Penseu que moltes entrades comencen a esgotar-se i si voleu gaudir dels vostres grups i cantants preferits, és ara o mai!

Anna: Tota la raó Paula. Comencem amb una gran actuació el 9 de juny. Maná, la banda de rock en espanyol més influent del món, estarà al Palau Sant Jordi amb la seva gira 'Mexico lindo y querido tour'.

Paula: Per a continuar amb grans artistes, el 13 de juny, Marc Anthony torna a Barcelona amb el seu Historia Tour 2024.

Anna: I el 18 de juny, la jove artista Olivia Rodrigo actuarà amb la seva gira mundial. És increïble que amb tan sols 21 anys, estigui arrasant arreu del món.

Paula: I finalment, els fans del rock estan d'enhorabona! Pearl Jam actuarà al Palau Sant Jordi els dies 6 i 8 de juliol presentant el seu duodècim àlbum 'Dark matter'.

Què pensen els nostres seguidors?

Paula: I ara, com sempre, la part més interactiva amb la nostra audiència. Com és habitual, us vam preguntar per xarxes socials quins eren els vostres cantants o grups de música preferits i si mai els havíeu vist en directe.

Anna: Anna: doncs Paula, hem tingut una gran varietat de respostes per xarxes socials, com sempre baia. I és que tenim un públic i seguidors molt actius per Instagram.

Paula: Totalment d'acord. Quins han estat els artistes més anomenats pels nostres seguidors?

Anna: Comencem amb Dua Lipa. Una de les nostres oients va anar a veure-la en el concert que va fer al juny de l'any passat i diu que l'espectacle al Palau Sant Jordi va ser memorable.

Paula: Selena Gomez també ha estat una artista molt anomenada, i és que molta gent li segueix la pista des que era molt joveneta. Mira Anna, una artista que vam conèixer també a través de Disney i que, actualment, és molt influent ja no només en el món de la música.

Anna: Ostres sí, quins records els inicis de la Selena Gómez a Disney i que popular que és avui dia eh.

Paula: Sí, juraria que és un dels perfils amb més seguidors a Instagram. Imagina't.

Anna: Bé, continuem. Stay Homas, si us plau, el meu grup preferit. Explicar pandèmia i quan els vaig descobrir.

Paula: Doncs Anna em sap greu dir-te que aquest any pleguen eh.

Anna: Ja ho sé...

Paula: Aitana Ocaña, també ha estat mencionada per moltes persones. I és que tu diràs l'artista que està feta. I recordem que va sortir fa tan sols 6 anys d'Operación Triunfo.

Paula: Anna, t'he de dir que ha arribat el gran moment de l'episodi d'avui. El que sé que estaves esperant inquieta.

Anna: Ha arribat el moment de parlar amb la nostra convidada especial?

Paula: Exacte!

Paula: Sota el nom artístic de Roserona, Roser Canet és una jove de Cardedeu que s'està fent un lloc a la música catalana a través d'un imaginari de lletres senzilles i quotidianes que parlen de les seves experiències i sentiments. Després d'haver tret diversos singles com 'sorrasoliaigua' o 'oda a la terrassa', ara ens presenta el seu primer EP, 'ombres d'amors perduts'. Sis temes on l'artista reflexiona sobre l'amor i també fa un viatge al passat, recurrent a experiències viscudes i escrites durant l'adolescència. Bon dia, Roser, com estàs?

RESPOSTA _____

Paula: Volem que els nostres seguidors et coneguin una mica més, així que comencem fent-te la pregunta més bàsica de totes: Quan vas decidir que et volies dedicar a la música?

RESPOSTA _____

Anna: Què et va portar a llençar el 2021 el teu primer senzill, sorrasoliaigua?

RESPOSTA _____

Anna: Quines característiques musicals creus que et defineixen? T'encaselles en un estil en concret o busques provar coses noves?

RESPOSTA _____

Anna: Hem estat veient que les teves cançons giren entorn la vida quotidiana. Per què has triat aquest estil?

RESPOSTA _____

Paula: Com ha estat el procés de crear un disc? A mi em semblaria complicadíssim... no sabia per on començar! Et va ajudar algú?

RESPOSTA _____

Paula: I com valores la rebuda general que ha tingut?

RESPOSTA _____

Anna: També hem vist que l'idioma principal que fas servir en les teves cançons és el català. Ho fas per preservar i promocionar la llengua?

RESPOSTA _____

Paula: Roser, no tinguis dubte que et seguirem la pista de ben a prop al llarg de la teva carrera professional. Per acabar; algun concert programat que hàgim de tenir en compte?

RESPOSTA _____

Anna: Doncs ja sabeu oients: a comprar entrades! No us podeu perdre aquesta jove promesa en directe! Moltes gràcies pel teu temps i esperem que et vagi tot molt bé!

Paula: Bé i amb la Roser Canet ens acomiadem de l'episodi d'avui.

Anna: Espera, espera, estic seguint a la Roser per xarxes socials i m'adono que és la germana de la Juliana Canet. Un altre referent pel jovent català, ella però, com a creadora de continguts audiovisuals. Jo en soc molt fan, potser la podríem convidar a un dels nostres episodis!

Paula: Bona idea! Però això serà quan parlem de l'impacte que tenen els influencers en la cultura catalana. Amb la Roser tanquem l'episodi musical d'avui.

Anna: En el pròxim episodi, el 4 de juny, parlarem de festivals com el Primavera Sound i Share Festival, així que no us ho perdeu! Ben segur que, com sempre, us llençarem alguna pregunta per xarxes socials, així que estigueu ben atents.

Paula: Exacte! Pels qui encara no ens seguiu @bcn_vibra a Instagram i a TikTok. Moltes gràcies per escoltar-nos i fins d'aquí a quinze dies!

14.2.4 Escaleta tècnica - *Episodi 3, El més musical de tots*

Títol: *Barcelona Vibra*_Capítol 3; El més musical de tots

Autors: Paula Aviñoa i Anna Clarà

Dimarts 21 de maig del 2024

Blocs del programa	Indicacions tècniques	Veus	Peus de les locutores	TEMPS	
SINTONIA BARCELONA VIBRA	PP a 2P		Barcelona no només és una destinació, sinó un estil de vida, una inspiració constant pels amants de la cultura. <i>Barcelona Vibra</i> , amb Paula Aviñoa i Anna Clarà	8"	00:08
		ANNA	Hola a tots i benvinguts (...) música!	11"	00:19
		PAULA	I jo sóc la Paula (...) quedeu-vos amb nosaltres!	9"	00:28
		ANNA	De què parlarem avui, Paula?	3"	00:31
		PAULA	Avui és l'episodi (...) musical actual.	24"	00:55
		ANNA	Estic ben intrigada per saber qui és.	5"	01:00
		PAULA	Hauràs d'esperar (...) aquesta setmana.	12"	01:12
BASE SUMARI	2P <i>(Houdini - Dua Lipa)</i>				
SEPARADOR SUMARI	PP a resolt		Quines activitats ens esperen aquesta setmana?	5"	01:16
		PAULA	Aquesta setmana Barcelona es transforma en un viatge a través del temps amb la 18 ^a Fira Modernista de Barcelona.	10"	01:26

		ANNA	Del 24 al 26 de maig, la ciutat ens convida a fer un salt (...) través del seu lloc web i xarxes socials.	24''	01:50
		PAULA	El tret de sortida (...) de Barcelona	18''	01:08
		ANNA	I el proper (...) raig d'aigua d'algunes fonts de la ciutat.	22''	01:30
		PAULA	Doncs amb (...) episodi.	10''	01:40
	<i>base sumari resolt</i>				
2N SEPARADOR SUMARI	1P		Barcelona Vibra, el pòdcats cultural de la capital catalana	6''	01:46
		PAULA	Vinga! Ara que ja estem al dia de l'agenda cultural (...) One Night'.	20''	02:06
BASE	1P a 2P <i>(Burnin' Up - Jonas Brothers)</i>				
		ANNA	Ostres Paula, quin orgull que hagin triat la Ciutat Comtal com a únic destí d'Espanya?	10''	02:16
		PAULA	Doncs sí, Anna. La veritat que amb decisions com aquestes ens n'adonem del nucli cultural que suposa Barcelona per la indústria musical	14''	02:30
		ANNA	Bé, i ja han anunciat data pel concert?	5''	02:35
		PAULA	Doncs sí Anna. (...) movent la data al 26 de setembre.	13''	02:48
		ANNA	Ostres, quin canvi més dràstic. Suposo que els qui ja tenien entrada no l'hauran de tornar a comprar, no?	5''	02:53
		PAULA	Exacte. Les entrades (...) el seu catàleg al Palau Sant Jordi.	19''	03:12

		ANNA	5 discos en una nit, això pot ser un concertàs. Tot i això, no sé que els haurà semblat als fans haver d'esperar 4 mesos pel concert	15"	03:27
		PAULA	Per a que ens (...) internacional a Barcelona?	20"	03:47
		entrevista da	...		
		PAULA	Tota la raó Júlia, per no parlar del benefici econòmic (...) implica: allotjament, desplaçaments, àpats...	19"	04:06
		ANNA	Júlia, des de quan ets fan dels Jonas Brothers?	6"	04:12
		entrevista da	...		
		ANNA	Què opines d'aquesta reprogramació de dates? D'estar a punt de veure als teus ídols a esperar 4 mesos per veure'ls	10"	04:22
		entrevista da	...		
		PAULA	Al concert aniràs sola o acompanyada?	5"	04:27
		entrevista da	...		
		ANNA	Molt bé Júlia, moltes gràcies per acompanyar-nos i respondre les nostres preguntes.	7"	04:34
	<i>base jonas resolt</i>				
		entrevista da	...		
BASE SPEACH	2P				

	(Soundtrack - Camp Rock)				
		PAULA	I per continuar (...) és ara o mai!	18"	04:52
		ANNA	Tota la raó Paula. (...) 'Mexico lindo y querido tour'.	16"	05:08
		PAULA	Per a continuar (...) 2024	14"	05:22
		ANNA	I el 18 de juny, (...) del món.	13"	05:35
		PAULA	I per últim, (...) 'Dark matter'.	15"	05:50
SECCIÓ OIENTS					
BASE	2P (Dance the night - Dua Lipa)				
			Impro Anna i Paula		
	base dua lipa resol't				
BASE	2P (Stay Homas - Gotta Be Patien)				
			Impro Anna i Paula		
	base stay homas resol't				

		PAULA	Anna, t'he de dir que ha arribat el gran moment de l'episodi d'avui. El que sé que estaves esperant inquieta.	11"	06:01
		ANNA	Ha arribat el moment de parlar amb la nostra convidada especial?	8"	06:09
		PAULA	Exacte!	1"	06:10
BASE	2P (Roser Canet)				
		PAULA	Sota el nom artístic de Roserona, (...) com estàs?	39"	06:49
		entrevista da	...		
		PAULA	Volem que (...) a la música?	13"	07:02
		entrevista da	...		
		ANNA	Què et va portar a llençar el 2021 el teu primer senzill, <i>sorrasoliaigua</i> ?	9"	07:11
		entrevista da	...		
		ANNA	Quines característiques musicals creus que et defineixen? T'encaselles en un estil en concret o busques provar coses noves?	10"	07:21
		entrevista da	...		
		ANNA	Hem estat veient que les teves cançons giren entorn la vida quotidiana. Per què has triat aquest estil?	11"	07:32
		entrevista da	...		

		PAULA	Com ha estat el procés de crear un disc? A mi em semblaria complicadíssim... no sabia per on començar! Et va ajudar algú?	9"	07:41
		entrevista da	...		
		PAULA	I com valors la rebuda general que ha tingut?	6"	07:47
		entrevista da	...		
		ANNA	També hem vist que l'idioma principal que fas servir en les teves cançons és el català. Ho fas per preservar i promocionar la llengua?	8"	07:55
		entrevista da	...		
		PAULA	Roser, no tinguis (...) de tenir en compte?	12"	08:07
		entrevista da	...		
		ANNA	Doncs ja sabeu oients: a comprar entrades! No us podeu perdre aquesta jove promesa en directe! Moltes gràcies pel teu temps i esperem que et vagi tot molt bé!	10"	08:17
	<i>base roser resolt</i>				
		PAULA	Bé i amb la Roser Canet ens despedim de l'episodi d'avui.	5"	08:22
		ANNA	Espera, espera, estic seguint a la Roser per xarxes (...) convidar a un dels nostres episodis!	18"	08:50
		PAULA	Bona idea! Però (...) la Roser tanquem l'episodi musical d'avui.	12"	09:02
		ANNA	En el proper episodi, (...) així que estigueu ben atents.	16"	09:18

PROMO	1P				
		PAULA	Exacte! Pels (...) i fins d'aquí 15 dies!	14"	09:32

14.2.5 Guió literari - *Episodi 4, La temporada de festivals musicals* (previst pel 4 de juny)

CARETA: Barcelona no només és una destinació, sinó un estil de vida, una inspiració constant pels amants de la cultura. *Barcelona Vibra*, amb Paula Aviñoa i Anna Clarà

Anna: Hola a tots i totes i benvinguts al capítol 4 de *Barcelona Vibra*. Soc l'Anna i avui tenim pensat fer un capítol destinat a explicar un dels festivals més èpics que se celebra a Barcelona. Com sempre, Paula, què tal com estàs?

Paula: Encantada d'estar un dia més aquí, al pòdcast de la capital catalana! Ja són 4 els episodis que portem, i no podem estar més orgulloses de la comunitat que estem creant i del suport que ens esteu donant per xarxes.

Anna: És cert! Ara que ja han passat tres capítols, podem dir que *Barcelona Vibra* ha rebut una molt bona benvinguda, i tot és gràcies a vosaltres!

Paula: I per commemorar aquest quart capítol, hem pensat a parlar sobre festivals de música. Ja sabeu que s'acosta l'estiu i això implica veure 300 stories al dia dels vostres seguidors vivint la vida al màxim en un festival de música. Aquest any, us portem les últimes novetats dels cartells previstos en cada festival perquè no us quedeu sense entrada. Anna, quina experiència tens tu en aquests actes?

Anna: Mira Paula, t'he d'admetre una cosa... Mai he anat a cap festival de música.

Paula: Ostres no? Jo la veritat és que sí i he de dir que acabes cansadíssima, però és molt, molt, molt collonut. Poder viure en directe la música de tants artistes diferents és un luxe.

Anna: Ai que guai Paula, tens alguna anècdota que t'hagi passat?

Paula: Doncs sii! Recordo que, en un festival fa uns anys, estava esperant amb una amiga per a un dels concerts principals. De sobte, va començar a ploure... I quan dic ploure, vull dir un diluvi eh!

Anna: Uau! I què va fer?

Paula: Sí, tot el recinte es va convertir en un mar de fang. Va ser tot un caos, però al mateix temps, vam viure tots un moment èpic. La gent va començar a riure, ballar sota la pluja, cantar... Va ser com si res més importés, només la bona música i la companyia.

Anna: I tu que ja has anat a alguns festivals, aclareix als nostres oients que estiguin pensant-s'ho tant com jo: Què creus que hem de saber abans d'anar a un festival d'aquests?

Paula: Bé, primer de tot, porta sempre una mica d'aigua i protecció solar. Sobretot les hores de la tarda són mortals. I no tinguis por de conèixer gent nova i explorar nous artistes. Els festivals són llocs d'obertura i descobriment. Al final, és una molt bona oportunitat per conèixer artistes o, fins i tot, per anar a veure a aquells que potser no pagaries una entrada de concert per a veure'ls individualment, però que si van acompanyats d'altres artistes que et criden l'atenció en el cartell, els escoltes i et captiven.

Anna: Et faré cas, Paula. La veritat que tinc ganes d'anar i de viure aquesta experiència.

Paula: Sí, són moments inoblidables. Potser és cert que acabes extremadament cansat, però val la pena. Després només cal recuperar hores de son i... llest!

Anna: Per la manera en com ho expliques ha de ser impressionant. I ja que el nostre pòdcast està centrat en cultura, imagino que aquests tipus de festivals, està molt present aquest concepte.

Paula: Exactament. No és només música, és una reivindicació cultural en estat pur. Moltes de les actuacions van acompanyades de danses, tradicions culturals, entre d'altres.

Anna: Què guai!, jo volia anar al primavera sound però ara ja ha passat i no sé si m'animaré amb cap altre...

Paula: Anna, però si l'estiu no ha fet més que començar! Tens milers d'opcions encara igual de maques que el Primavera Sound. Jo aquest proper cap de setmana vaig al Share Festival i la veritat és que van una gran diversitat d'artistes. Anima't i vine així després segur que podem fer una crònica molt millor als nostres oients!

Anna: Que súper Pauli... Doncs compte que no m'animi! Només per informar correctament als nostres seguidors eh, jiji!, ai crec que ens n'estem anant del tema principal ha, ha, ha

Paula: Si Anna, recapitem hahah. Mentre et penses si m'acompanyes o no, com és habitual, us portem la secció on fem un breu resum de les novetats culturals que ens esperen aquesta setmana.

SUMARI: Quines activitats ens esperen aquesta setmana?

Paula: Sembla que juny és un mes carregat d'activitats a la Ciutat Comtal, i comencem amb una cita gastronòmica que ningú es pot perdre: el festival "Tast a La Rambla".

Anna: Sí, del 8 a l'11 de juny, la plaça de Catalunya es convertirà en el centre de la gastronomia barcelonina. Allà podrem gaudir de les delícies dels 36 millors restaurants i bars gastronòmics de Barcelona.

Paula: I no només això, entre ells tindrem el plaer de degustar plats com el melós amb suc i formatge del Cadi del Gaig Barcelona de Carles Gaig o la tradicional truita trufada del Bar Alegria de Tomás Abellan.

Anna: I per als amants de la cuina més internacional, hi haurà plats com l'arròs fregit amb porc a la cantonesa i quimchi de Casa Xica o un caneló de salmó salvatge d'Alaska amb guacamole del Nectari d'en Jordi Esteve.

Paula: Sense oblidar-nos dels entrepans, com un de botifarra de pa amb tomàquet i allioli de la Bodega Amposta o un altre de gambes a l'allet i allioli suau a càrrec de The Fish & Chips Shop. Així que prepareu els vostres paladars!

Anna: A més dels plats que es podran degustar i que, segurament siguin l'element principal de Tast a la Rambla, durant els dies que dura el festival gastronòmic s'organitzen algunes activitats paral·leles que, en la majoria dels casos i com no podia ser d'una altra manera, estan relacionades amb el món gastronòmic.

Paula: L'accés serà totalment gratuït i els preus dels plats i tapes és de 4€.

Anna: I continuem amb un juny ple d'activitats per als que esteu orgullosos de celebrar el Pride.

Paula: La veritat és que, en aquest sentit, Barcelona és una ciutat que no defrauda.

Anna: Hi ha una gran varietat d'activitats, tallers i exposicions organitzats pel Centre LGBTIQ+ de Barcelona i molts llocs on gaudir de la festa i la diversitat.

Paula: I finalment, per als que us agradi la festa i les tradicions, no us podeu perdre la nit de Sant Joan a Barcelona! Ja sabeu que la nit del 23 al 24 de juny és una nit especial i Barcelona ho celebra amb revetlles, fogueres i moltes activitats per a tots.

Anna: A més Paula, cal recordar als nostres oients que el metro funcionarà tota la nit i tot el dia de Sant Joan perquè tothom pugui gaudir sense preocupar-se del transport.

Paula: I una novetat aquest any és que La Traca ha obert una caseta de petards 'low noise' a la plaça de Molina, per una pirotècnia més inclusiva i respectuosa amb tothom. Així que si voleu celebrar Sant Joan de manera diferent i respectuosa, ja sabeu on anar!

Barcelona Vibra, el pòdcast cultural de la capital catalana

Paula: Doncs vinga, comencen amb el temari en qüestió; els festivals que ens esperen aquest estiu.

Anna: Paula, ja sé que ha passat, però m'he quedat amb l'espineta del Primavera Sound. De debò que hi volia anar i no parlar d'un dels festivals més grans de l'any, em sembla delictes. He vist milers d'històries a Instagram de gent passant-s'ho d'allò més bé.

Paula: Sí, jo també ho he vist! És impressionant com en un festival han aconseguit reunir tants noms importants en un sol esdeveniment. Qui destaca per a tu?

Anna: Els assistents al Primavera van poder gaudir de tantes opcions genials... Però sembla que Arcade Fire i Tame Impala han estat concerts amb molt de públic. La varietat d'estils musicals al Primavera va ser realment impressionant, ja que també es van poder veure a Lorde, Tyler, the Creator, i Björk.

Paula: A mi m'agrada molt Lana del Rey, que va actuar el dia 31. És una artista que he estat escoltant molt últimament. No hi ha dubte que el Primavera Sound és sempre una gran oportunitat per explorar Barcelona i tot el que la ciutat té per oferir. Hi ha alguna curiositat interessant que hagi descobert sobre el festival, Anna?

Anna: Sí, he llegit que el Primavera Sound va començar el 2001 i des de llavors ha crescut exponencialment. També és famós per la seva oferta culinària, amb una gran varietat de food trucks i restaurants que ofereixen delícies gastronòmiques de tot el món.

Paula: Wow, això sona deliciós! Una experiència completa per a tots els sentits. I no podem oblidar el bonic entorn del Parc del Fòrum, on es celebra el festival. Amb el mar de fons i una vista espectacular, l'escenari està realment ambientat per a un esdeveniment inoblidable.

Anna: Exacte, tots aquests elements fan que el Primavera Sound sigui molt més que un simple festival de música. És una experiència totalment immersiva en la cultura contemporània i l'art en el seu sentit més ampli. Però això, més que jo ho saben els qui han pogut gaudir del Gran Festival per excel·lència varies temporades. Avui tenim amb nosaltres a Carlos Espinosa. Carlos, quart any consecutiu al Primavera, oi?

Carlos Espinosa: RESPOSTA _____

Paula: Què és el que més t'agrada del Primavera Sound?

Carlos Espinosa: RESPOSTA _____

Anna: Quin és el concert que vas gaudir més?

Carlos Espinosa: RESPOSTA _____

Paula: No sé si has anat a altres festivals de música, però si és així, com valdries el Primavera en comparació a altres?

Carlos Espinosa: RESPOSTA _____

Paula: Moltes gràcies, Carlos. El que està clar és que el Primavera Sound va ser una oportunitat única per veure tants artistes destacats en un mateix lloc. I a més, que el festival se celebrés del 30 de maig al 3 de juny va ser una gran oportunitat pels assistents, que van poder gaudir de la música i l'ambient del festival tota una setmana.

Quins festivals ens esperen a Barcelona aquest estiu?

Anna: I després de treure'm l'espineta del Primavera, ara sí Paula, endinsem-nos si us plau en els festivals que hi ha previstos per a aquest estiu.

Paula: Uf Anna, en tenim uns quants... Estàs preparada?

Anna: Sí, sí, som-hi a tope!

Paula: Comencem amb el Share Festival, que es celebra aquest mateix cap de setmana: del 7 al 9 de juny al Parc del Fòrum. És un dels festivals de música urbana més nous de Barcelona i presenta un cartell de luxe amb noms com Aitana, Lola Indigo, Juan Magán, Ptazeta, Chanel, Julieta i Belén Aguilera.

Anna: Ostres quin cartell més variat. Què top!

Continuem amb un dels grans clàssics, el Sónar! Del 13 al 15 de juny, la Fira de Montjuïc i la Fira Gran Via L'Hospitalet es transformaran en un paradís de música techno amb artistes com Air, Kaytranada, Jessie Ware i molts més. El Sónar celebra més de tres dècades fent vibrar la ciutat!

Paula: I per als amants de la música més clàssica, no us podeu perdre les Nits de Barcelona al Palau de Pedralbes. Del 5 al 24 de juliol, podrem gaudir de concerts amb artistes com Patti Smith, Luz Casal, Sopa de Cabra, Mika i molts altres.

Anna: Continuem amb el Cruïlla! Del 10 al 13 de juliol al Parc del Fòrum, el festival acollirà unes 25.000 persones cada dia per gaudir de noms com Avril Lavigne, The Smashing Pumpkins, Amaral i molts més.

Paula: I per als amants del reggaeton, no us podeu perdre el Reggaeton Beach Festival els dies 20 i 21 de juliol a la Platja del Fòrum amb noms com Tiago Pzk.

Anna: Aquest és un Festival que sempre acaba esgotant les seves entrades, oi Paula?

Paula: Sí, cada cop presenta cartells més atractius pel jovent. I Tornem als Jardins de Pedralbes amb l'ALMA | Festival Jardins Pedralbes al Poble Espanyol, del 25 de juny al 22 de juliol. Aquest any amb artistes com Take That, James Blunt, Glen Hansard i molts altres. I una novetat, també a Madrid!

Anna: I per als fans del rock, no us podeu perdre el Barna'n'Roll el 29 de juliol al Poble Espanyol amb grups com The Dropkick Murphys, Me first and the Gimme Gimmes i molts més!

Paula: Bé Anna, del que no hi ha dubte és que després de parlar de tota aquesta varietat, amb el bon temps arrenca la temporada de festivals i aquest estiu promet ser inoblidable! La música sonarà ben alta a Barcelona!

Anna: Sí, sigui que siguem molt melòmans o no, aquest estiu hi haurà una gran oferta musical per a tots els gustos. És una oportunitat perfecta per fer una ruta de festivals i descobrir nous artistes i llocs increïbles.

Paula: Així que ja ho sabeu, agafeu la vostra agenda i apunteu totes les cites musicals que us hem dit perquè aquest estiu la música sonarà ben alta a la capital catalana!

Anna: Bé oients, ha arribat el moment de donar-vos una notícia que ens pensem que no us agradarà massa.

Paula: Així és. Ens sap molt de greu comunicar-vos que amb aquest gran llistat de festivals musicals, ens acomiadem de vosaltres fins passat l'estiu.

Anna: Donem una pausa temporal al nostre pòdcast per vacances d'estiu, però tranquils perquè tornarem al setembre amb més cultura que mai.

Paula: Recordar-vos també que per xarxes socials (@bcn_vibra a Instagram i TikTok), seguirem en contacte amb vosaltres per tal de tornar al setembre amb les piles ben carregades i disposades a respondre totes les demandes que tingueu sobre la cultura de la capital catalana.

Anna: Exacte, un parón veraniego que tots i totes necessitem, però... ens veiem en uns mesets per continuar vibrant junts!

Paula: Adeu a tots i totes i gràcies per acompanyar-nos aquests 4 episodis i ser el motor pel qual *Barcelona Vibra* ha continuat creixent.

Anna: No és un adeu, és un fins aviat!

14.2.6 Escaleta tècnica - *Episodi 4, La temporada de festivals musicals*

Títol: *Barcelona Vibra*_Capítol 4; La temporada de festivals musicals

Autors: Paula Aviñoa i Anna Clarà

Dimarts 4 de juny del 2024

Blocs del programa	Indicacions tècniques	Veu	Peus de les locutores	TEMPS	
SINTONIA BARCELONA VIBRA	PP a 2P		Barcelona no només és una destinació, sinó un estil de vida, una inspiració constant pels amants de la cultura. <i>Barcelona Vibra</i> , amb Paula Aviñoa i Anna Clarà	8"	00:08
		ANNA	Hola a tots i totes (...) Paula, què tal com estàs?	15"	00:23
		PAULA	Encantada d'estar (...) per xarxes.	14"	00:37
		ANNA	És cert! Ara que (...) i tot és gràcies a vosaltres!	11"	00:48
		PAULA	I per commemorar aquest quart capítol, hem pensat en parlar (...) sense entrada. Anna, quina experiència tens tu en aquests actes?	22"	01:00
		ANNA	Mira Paula, t'he d'admetre una cosa... Mai he anat a cap festival de música.	7"	01:07
		PAULA	Ostres no? Jo la (...) és un luxe	12"	01:19
		ANNA	Ai que guuai Paula, tens alguna anècdota que t'hagi passat?	7"	01:26
		PAULA	Doncs sii! Recordo que, en un festival fa uns anys, (...) I quan dic ploure, vull dir un diluvi eh!	10"	01:36
		ANNA	Uau! I què va fer?	3"	01:39
		PAULA	Sí, tot el recinte es va convertir en un mar de (...) només la bona música i la companyia.	12"	01:51
		ANNA	I tu que ja has anat a (...) festi d'aquests?	10"	02:01

		PAULA	Bé, primer de tot, porta sempre una mica d'aigua i (...) els escoltes i et captiven	22"	02:23
		ANNA	Et faré cas, Paula. La veritat que tinc ganes d'anar i de viure aquesta experiència.	9"	02:32
		PAULA	Sí, són moments inoblidables. Potser és cert (...) de son i... llest!	11"	02:43
		ANNA	Per la manera (...) molt present aquest concepte.	9"	02:52
		PAULA	Exactament. No és només música, és una reivindicació (...) entre d'altres.	10"	03:02
		ANNA	Què guai! (...) passat i no sé si m'animaré amb cap altre...	8"	03:10
		PAULA	Anna però si l'estiu no ha fet més que començar! (...) una crònica molt millor als nostres oients!	17"	03:27
		ANNA	Què guai Pauli... Doncs ojo que no m'animi! Només (...) hahaha	15"	03:42
		PAULA	Si Anna, (...) setmana.	12"	03:54
BASE SUMARI	2P <i>(Houdini - Dua Lipa)</i>				
SEPARADOR SUMARI	PP		Quines activitats ens esperen aquesta setmana?	6"	04:01
		PAULA	Sembla que juny és un mes carregat d'activitats (...) "Tast a La Rambla"	12"	04:13
		ANNA	Sí, del 8 a l'11 (...) i bars gastronòmics de Barcelona.	15"	04:28
		PAULA	I no només això, entre ells tindrem el plaer de degustar (...) truita trufada del Bar Alegria de Tomás Abellan	16"	04:44
		ANNA	I per als amants de (...) Jordi Esteve.	12"	04:56
		PAULA	Sense oblidar-nos (...) vostres paladars!	14"	05:10

		ANNA	A més dels plats que es podran degustar i que, segurament (...) el món gastronòmic	16''	05:26
		PAULA	L'accés serà totalment gratuït i els preus dels plats i tapes és de 4€.	6''	05:32
		ANNA	I continuem amb un juny ple d'activitats per als que esteu orgullosos de celebrar el Pride.	8''	05:38
		PAULA	La veritat és que, en aquest sentit, Barcelona és una ciutat que no defrauda.	5''	05:43
		ANNA	Hi ha una gran varietat d'activitats, tallers i exposicions organitzats pel Centre LGBTIQ+ de Barcelona i molts llocs on gaudir de la festa i la diversitat.	12''	05:55
		PAULA	I finalment, per als que us agradi la festa i les tradicions, (...) per a tots.	13''	06:07
		ANNA	A més Paula, (...) transport.	10''	06:17
		PAULA	I una novetat aquest any és que La Traca ha obert una (...) sabeu on anar!	13''	06:30
2n SEPARADOR SUMARI	PP		Barcelona Vibra, el pòdcats cultural de la capital catalana	8''	06:38
	<i>base sumari resolt</i>				
		PAULA	Doncs vinga, comencen amb el temari en qüestió; els festivals que ens esperen aquest estiu.	7''	06:45
		ANNA	Paula, ja sé que ha passat, però m'he quedat amb (...) de gent passant-s'ho d'allò més bé.	10''	06:55
		PAULA	Sí, jo també ho he vist! És impressionant com en (...) per a tu?	9''	07:04
BASE	2P <i>(Selfish - Madison Beer)</i>				
		ANNA	Els assistents al (...) the Creator, i Björk.	18''	07:22

		PAULA	A mi m'agrada molt Lana del Rey, que va actuar (...) hagi descobert sobre el festival, Anna?	17"	07:29
		ANNA	Sí, he llegit (...) de tot el món.	14"	07:43
		PAULA	Wow, això sona deliciós! Una experiència completa (...) esdeveniment inoblidable	15"	07:58
		ANNA	Exacte, tots aquests elements fan que el Primavera (...) al Primavera, oi?	20"	08:18
		entrevi stat	...		
		PAULA	Què és el que més t'agrada del Primavera Sound?	5"	08:23
		entrevi stat	...		
		ANNA	Quin és el concert que vas gaudir més?	4"	08:27
		entrevi stat	...		
		PAULA	No sé si has anat a altres festivals de música, però si és així, com valors el Primavera en comparació a altres?	7"	08:34
		entrevi stat	...		
		PAULA	Moltes gràcies Carlos. (...) del festival tota una setmana	12"	08:46
	<i>base selfish result</i>				
SEPARADOR FESTIVALS	PP		Quins festivals ens esperen a Barcelona aquest estiu?		
		ANNA	I després de treure'm l'espina del Primavera, ara sí Paula, endinsem-nos si us	10"	08:56

			plau en els festivals que hi ha previstos per a aquest estiu.		
		PAULA	Uf Anna, en tenim uns quants... Estàs preparada?	7"	09:04
		ANNA	Sí, sí, som-hi a tope!	4"	09:08
BASE	PP a 2P <i>(El tonto - Lola Índigo)</i>				
		PAULA	Comencem amb el (...) Belén Aguilera.	12"	09:20
		ANNA	Ostres quin cartell més variat. Què top! Continuem (...) més de tres dècades fent vibrar la ciutat!	18"	09:38
		PAULA	I per als amants (...) Mika i molts altres.	12"	09:50
		ANNA	Seguim amb el (...) Smashing Pumpkins, Amaral i molts més.	14"	10:04
		PAULA	I per als amants del reggaeton, no us podeu perdre el (...) Tiago Pzk.	10"	10:14
		ANNA	Aquest és un Festival que sempre acaba esgotant les seves entrades, oi Paula?	8"	10:22
		PAULA	Sí, cada (...) una novetat, també a Madrid!	16"	10:38
		ANNA	I per als (...) Gimmes i molts més!	12"	10:50
	<i>base el tonto resolt</i>				
SEPARADOR SEGUIDORS	PP a resolt		Què en pensen els nostres seguidors?		
			Speech Anna i Paula festivals		
BASE	PP a 2P				

	(Summercat - Billie The Vision)				
		PAULA	Bé Anna, del que no hi ha dubte és que després (...) alta a Barcelona!	14"	11:04
		ANNA	Sí, sigui que siguem molt melòmans o no, aquest (...) llocs increïbles.	15"	11:19
		PAULA	Així que ja ho sabeu, agafeu la vostra agenda i (...) catalana!	12"	11:31
		ANNA	Bé oients, ha (...) ens pensem que no us agradarà massa.	9"	11:40
		PAULA	Així és. Ens sap molt de greu comunicar-vos que (...) de vosaltres fins passat l'estiu.	10"	11:50
		ANNA	Donem una pausa temporal al nostre pòdcast per (...) més cultura que mai.	10"	11:60
		PAULA	Recordar-vos també que per xarxes (...) capital catalana.	16"	12:16
		ANNA	Exacte, un parón veraniego que tots i totes necessitem, però... ens veiem en uns mesets per seguir vibrant junts!	11"	12:27
		PAULA	Adeu a tots i (...) Vibra ha seguit creixent.	13"	12:40
		ANNA	No és un adeu, és un fins aviat!	5"	12:45
	<i>base summercat resolt</i>				

14.3 ANNEX 3: CRONOGRAMA

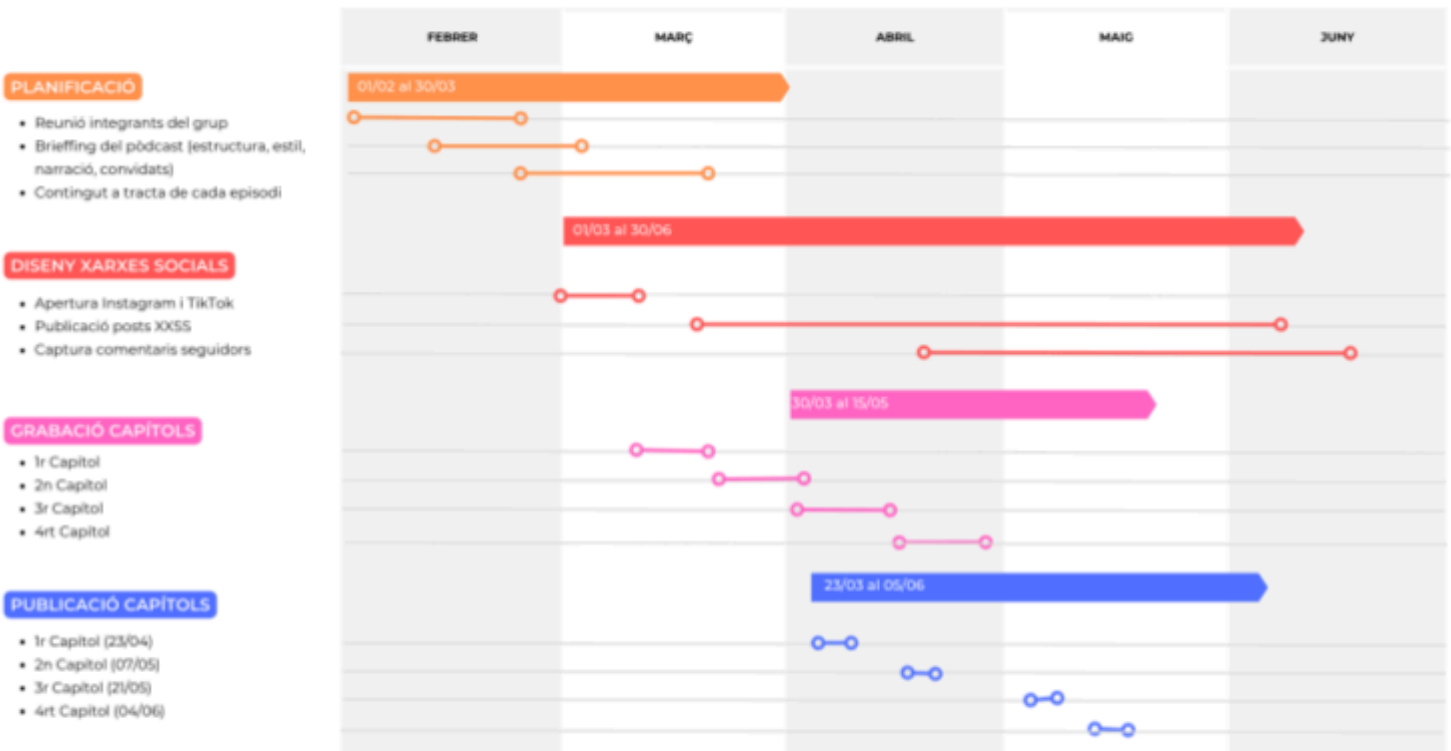
El present cronograma detalla la planificació y execució del projecte *Barcelona Vibra*. La tria d'aquesta estructura temporal es fonamenta en la necessitat d'organitzar de manera eficient les diferents fases del projecte, garantint el compliment dels objectius plantejats en el temps establert.

El cronograma ha estat dissenyat considerant diverses variables, entre les quals s'inclouen, també, la disponibilitat de recursos, la complexitat de les tasques i la

durada estimada de cada etapa. A continuació es presenta el cronograma visual detallat del pòdcast.

CRONOGRAMA BARCELONA VIBRA

Previsió de les tasques



Imatge 62: Cronograma Barcelona Vibra.
Autoria pròpia