

Treball de Fi de Grau

Títol

“Bambolines al descobert”: producció d'un pòdcast sobre els processos i les pràctiques del teatre català

Autoria

Pep Aizpitarte Via

Professorat tutor

David Revelles Soriano

Grau

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

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

Del 10 al 13 de juny de 2025	X
De l'1 al 2 de setembre de 2025	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	"Bambolines al descobert": producció d'un pòdcast sobre els processos i les pràctiques del teatre català.		
Castellà:	"Bambalinas al descubierto": producción de un podcast sobre los procesos y las prácticas del teatro catalán.		
Anglès:	"Backstage Uncovered": A podcast about the processes and practices of Catalan theater.		
Autoria:	Pep Aizpitarte Via		
Professorat tutor:	David Revelles Soriano		
Curs:	2024/25	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques
			Comunicació Interactiva
			Comunicació de les Organitzacions

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Pòdcast, teatre, arts escèniques, cultura, Catalunya
Castellà:	Podcast, teatro, artes escénicas, cultura, Cataluña
Anglès:	Podcast, theater, scenic arts, culture, Catalonia

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

Català:	"Bambolines al descobert" és un pòdcast sobre les vessants socioeconòmiques del fet teatral a Catalunya. L'objectiu del projecte és donar visibilitat als aspectes que constitueixen i vertebran el sector, però que no tenen tanta exposició de cara al públic. El treball recull la documentació prèvia, el pla de producció i distribució del producte i l'enregistrament del capítol pilot, que tracta sobre la titularitat de les sales.
Castellà:	"Bambalinas al descubierto" es un podcast sobre las vertientes socioeconómicas del hecho teatral en Cataluña. El objetivo del proyecto es dar visibilidad a los aspectos que constituyen y vertebran el sector, pero que no tienen tanta exposición de cara al público. El trabajo recoge la documentación previa, el plan de producción y distribución del producto y la grabación del capítulo piloto, que trata sobre la titularidad de las salas.
Anglès:	"Backstage Uncovered" is a podcast about the socioeconomic aspects of the theater industry in Catalonia. The aim of the project is to shed light on the elements that constitute and structure the sector, but which are not widely publicized. The project includes the preliminary research, the production and distribution plan of the podcast and the recording of the pilot episode, which discusses theater ownership.



bambolines al descobert

**Producció d'un pòdcast sobre
els processos i les pràctiques
del teatre català**

Índex

1. Introducció.....	1
1.1. Objectius	2
2. Marc teòric.....	4
2.1. Context històric del teatre a Catalunya.....	4
2.2.1. Històric del teatre a Catalunya abans de la Guerra Civil.....	4
2.2.2. El teatre català durant el franquisme.....	7
2.2.3. Evolució del teatre durant la Transició i la democràcia.....	11
3. Disseny del producte.....	14
3.1. Pòdcast.....	14
3.1.1. Definició.....	14
3.1.2. Història del pòdcast i panorama actual.....	14
3.2. Idea principal.....	16
3.3. Estructura.....	16
3.4. Anàlisi del públic objectiu.....	17
3.5. Periodicitat.....	18
3.6. Productes semblants en l'actualitat i referents.....	19
4. Producció del pòdcast.....	24
4.1. Metodologia.....	24
4.2. Pla de producció.....	24
4.2.1. Disseny visual.....	24
4.2.2. Disseny sonor.....	27
4.2.3. Elecció d'entrevistats.....	27
4.2.4. Costos de producció.....	28
4.3. Planificació de la primera temporada.....	29
4.4. Guió del capítol pilot.....	33
4.7. Emissió.....	34
4.7.1. Enllaç al capítol pilot.....	34
5. Distribució del producte.....	35
5.1. Plataformes de difusió.....	35
5.2. Pla de comunicació.....	37
6. Conclusions.....	40
7. Bibliografia.....	41

8. Webgrafia.....	43
9. Annexos.....	44

1. Introducció

L'objectiu d'aquest Treball Final de Grau és dissenyar i produir el pòdcast “Bambolines al descobert”, el qual analitzarà diferents aspectes històrics i d'actualitat del teatre català, per oferir una imatge completa dels processos i pràctiques que el defineixen com a tal. El nom del producte fa referència a tot allò que passa desapercebut dalt de l'escenari, entre bambolines, perquè el propòsit és tractar temes d'interès dels quals no se'n parli habitualment als mitjans o passin per alt a l'opinió pública, per generar un debat sobre l'estat de salut del teatre a Catalunya i entendre'n les causes a través dels seus protagonistes.

L'elecció del format pòdcast es deu al fet que és un mètode comunicatiu en especial auge els últims anys (segons el Digital News Report 2024¹, ha crescut tres punts en només dos anys, fet que consolida l'Estat espanyol com el quart país que consumeix pòdcast - ho fa un 44% de la població - a nivell mundial), que s'ha pogut consolidar com a eina accessible per als creadors i consumidors i que no presenta gaire limitacions tècniques, però amb el qual es pot disposar d'una gran llibertat creativa. A més, gaudeix de molta popularitat sobretot entre els joves, un públic a qui es vol adreçar “Bambolines al descobert”, tant per fomentar l'esperit crític i la producció periodística de qualitat, com per crear un nou espai d'entreteniment que parli i, doncs, fomenti el fet teatral. Per a fer-ho, s'utilitzaran, més enllà del format, codis que interpel·lin a aquest públic, amb els quals s'identifiquin, per intentar explicar d'una altra manera, però amb profunditat i rigor, un context d'actualitat i proximitat.

Justament, la tria del teatre com a eix principal del pòdcast recau en la poca visibilitat que té aquest àmbit cultural. El treball no només per posar en valor la seva acció i contribució a la vida social del territori, sinó també induir els oients a la reflexió sobre aspectes que van més enllà dels merament artístics. És a dir, tenint en compte que els circuits culturals operen en un marc socioeconòmic que ve determinat pel sistema polític general, és interessant veure quina cabuda i com es mouen en aquest medi les empreses i els elements que el conformen. Seguint amb la pregunta sobre si cal separar l'obra de l'artista, aquest treball vol encarar diverses maneres de veure el fet teatral des de dins, centrant-se en aspectes com, per exemple, la titularitat pública o privada de les sales i la conseqüent afectació que pot tenir en els consumidors, o bé sobre la relació i incidència de les institucions públiques en aquestes empreses, fent-ho sempre amb una mirada crítica, com se suposa del periodisme.

¹ Labiano, R. (2024). España sigue siendo uno de los países con mayor consumo de pódcast (44%). Digital News Report España 2024, 142-147. Recuperat de <https://dadun.unav.edu/entities/publication/885d2469-0dae-4309-812b-6a545def596a>

Finalment, una última motivació és la creació d'un producte radiofònic, en contraposició de la popularitat del format vídeo. La imatge pot, de vegades, distreure l'espectador, perquè requereix una atenció superior que el so. Així, en vista de la importància del missatge d'aquest pòdcast, s'ha cregut convenient donar-li preponderància a la sonoritat i descartar altres ímputs que en dificultin la transmissió. A més, com que l'àudio és molt més versàtil i continua tenint moltes possibilitats, malgrat la força i l'auge de la imatge, se l'ha considerat com a bon canal pel que fa a la funcionalitat.

La primera part d'aquest treball es centra en la documentació prèvia sobre el context històric del teatre a Catalunya: un recull de dades de l'evolució de les sales, les associacions i altres actors del sector tot relacionant-los amb la deriva socioeconòmica del moment. S'ha aprofundit, sobretot, en la relació del teatre amb el poder i l'administració pública, per entendre les causes de la salut cultural de cada època. També es fa èmfasi en els moviments contraculturals d'esperit popular, una branca determinant al llarg de la línia temporal estudiada (bàsicament, l'abans i el després de la Guerra Civil i la dictadura). Aquest marc històric ha servit, no només per contextualitzar el tema, sinó per trobar evidències que responguin les hipòtesis del treball.

La següent part gira al voltant del disseny, la producció i la distribució del pòdcast. Per això, s'hi ha delimitat l'estructura, la periodicitat i els dissenys visuals i sonors que donen forma al producte, a la vegada que el diferencien. També hi ha un estudi previ de cada component, tenint en compte el públic objectiu i la competència. Finalment, s'hi detallen totes les tasques pràctiques per a la materialització de la idea i la difusió final.

1.1. Objectius

La voluntat principal del pòdcast és crear un nou espai comunicatiu en català sobre el teatre. És a dir, barrejar diversos formats per a elaborar-ne un de propi, amb una vessant d'entreteniment i una de més informativa, tot delimitant diferents seccions amb una personalitat, un to i una finalitat particulars, per donar contrast i dinamisme i poder encabir cada contingut al lloc més adequat. D'altra banda, el fet que sigui pensat exclusivament en català també respon a una intencionalitat: normalitzar l'ús social de la llengua i atorgar-li visibilitat a les xarxes i a les plataformes digitals. El fet de crear un producte nou que encara no ha arribat al mercat en l'idioma propi de Catalunya ajuda a estendre la incidència d'aquest i a donar-li prestigi. Com que el format és, en principi, únicament sonor no hi haurà la possibilitat d'afegir-hi subtítols en altres llengües, però si més endavant s'optés per convertir-

lo en videopòdcast en una segona temporada, aleshores sí que hi tindrien cabuda i a priori no requeriria cap modificació, només afegir-hi la imatge, on s’hi inclourien els subtítols.

Un altre dels objectius és donar importància a la sonoritat, en contraposició del vídeo, ja que el contingut i la forma de “Bambolines al descobert” s’adequa en aquest context. La proliferació de la imatge, no poques vegades sense cap justificació, ha conquerit molts espais i adeptes, per la qual cosa també és interessant donar preponderància a l’esperit radiofònic i allunyar-se de la tendència d’adherir qualsevol tipus d’enregistrament visual. Només s’hi ajuntaria vídeo si aquest contribuís a donar més informació i aportés un “extra” al producte, la qual cosa, de moment, no s’ha vist com a necessària.

Finalment, un últim objectiu seria aportar valor i visibilitat al món del teatre, així com detectar-ne les mancances des d’una postura crítica. El fet cultural és sovint deixat de banda en els mitjans i plataformes (és l’última secció en aparèixer als butlletins informatius i poques vegades obre portades), encara que constitueixi un fet inalienable de la història i la societat d’un país. El teatre, en concret, és una activitat transversal amb moltes arestes que intenta copsar la realitat del moment i incidir-hi a través de la posada en escena. Com aquest pòdcast o la pràctica periodística, l’art dramàtic indaga en els relats de les persones per crear històries i actua com a contrapoder del sistema establert. Aquest artefacte vol explicar una realitat quotidiana i fer-la arribar a l’oient, que potser d’una altra manera no hi tindria accés. Es tracta d’avocar dades i testimonis perquè qui el consumeixi pugui extreure’n conclusions i fer-se una pròpia imatge d’allò que s’hi exposa.

2. Marc teòric

2.1. Context històric del teatre a Catalunya

Per a aprofundir en l'evolució del teatre durant el segle XX, s'han analitzat tres etapes que varien molt entre sí, marcades per la dictadura franquista; aquesta divideix dos períodes marcats pels canvis polítics, que també es tradueixen en l'àmbit de les arts escèniques. Per a això, es repassen les principals corrents artístiques i la cabuda que tenen en l'escena nacional, tot tenint sempre en compte el pes i la implicació que hi tenen les institucions públiques. Amb aquesta investigació prèvia es delimitarà un marc de context per extreure'n dades històriques que es repassaran al llarg dels capítols del pòdcast.

2.2.1. Històric del teatre a Catalunya abans de la Guerra Civil

El fet teatral, en comparació amb altres corrents culturals, té diverses particularitats que podrien explicar la seva relació amb el poder (o el contrapoder): té la capacitat de congregar grans quantitats de públic, a qui es llança un missatge, que pot ser més o menys explícit i que es pot camuflar entre recursos artístics i d'estil. El dirigisme polític i ideològic, a través de mecanismes de control i censura, s'ha succeït en diferents expressions a cada època². És a dir, determinats ordres sociopolítics al llarg de la història han trobat en el teatre o bé una amenaça que havia de limitar-se o bé un filtre de difusió de valors i idees.

El format que predominava a la tradició teatral catalana fins el segle XX, on es configura l'art dramàtic tal com el coneixem avui dia, eren les escenes costumistes heretades de les farses medievals i el teatre breu d'origen castellà, dirigit, sobretot, a les classes populars. Durant el segle XIX, el teatre bascula entre aquesta forma més profana, de representació de la vida local tradicional, i una certa alineació amb les noves classes dominants. Aleshores, que fins llavors havia “sancionat públicament i exemplarment uns valors cohesionadors, començava a esdevenir un àmbit obert al debat i a la propaganda”³. D'alguna manera, es liberalitzava i s'aprofundia artísticament en una forma que havia servit per plasmar la realitat comunal i com a una eina més de distracció. A la darrereria d'aquest segle, la producció teatral va ampliar i diversificar els públics, en especial a les grans ciutats, a Barcelona i Madrid, a més

² i Segalà, J. X. Q. (2016). Notes per a una història política del teatre a Catalunya (1765-1849). *Butlletí de la Societat Catalana d'Estudis Històrics*, 261-302.

³ Bacardit, R. (2011). El teatre català del segle XIX i la realitat catalana de l'època. *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, (50), 113-138.

de canviar l'organització, fins aleshores monopolista; a partir del 1830, van edificar-se noves sales, fruit de desamortitzacions liberals⁴. Aquesta tendència va consolidar-se durant els anys posteriors, acompanyada, com descriu Moisand, de les conseqüents llibertats d'expressió i creació que també proliferaven per tot Europa: “la llibertat econòmica del sector va permetre la professionalització d'una verdadera ‘societat de l'espectacle’ a les grans capitals”. Precisament, van sorgir dos variants de sales teatrals: les “privades”, que, a poc a poc, van deixar de ser elitistes per convertir-se en ateneus i societats, i les “públiques”, on els espectadors eren anònims. Aquesta distinció, de fet, encara perdura en certa manera avui en dia. Moisand fa referència als teatres construïts en barris populars, com el cas del Paral·lel, on s'oferien entrades barates i els quals van gaudir de gran èxit a l'època. El públic urbà va trobar-hi un sistema simbòlic amb el qual s'identificava, per això els valors de les comèdies i els drames catalans són conservadors pel que fa a la classe, però no si fan referència als drets i llibertats burgesos⁵. D'alguna forma, les escenes es posicionen a favor dels ideals de cada moment, tot entrant en sintonia tant amb el públic com amb els encarregats de la seva producció i distribució.

Seguint amb aquesta tònica, a inicis del segle XX, després de la Primera Guerra Mundial, la *revolució cultural* va fer aflorar el moviment avantguardista, amb expressions en tota disciplina artística, que en l'art dramàtic es van traduir en el “teatre objectivista”, el “teatre subjectivista” i el “teatre de l'experiència”⁶. Cal tenir en compte els corrents revolucionaris que van aparèixer arreu del continent arran de la desolació causada per la guerra i del sorgiment d'ideologies com el socialisme en un context marcat per l'imperialisme i l'herència de la Il·lustració. En el cas de l'Estat espanyol, l'ambient pessimista del desastre del 98 va transformar-se arran del règim de Primo de Rivera: “un factor decisiu en la incorporació de temes socials va ser la radicalització del clima social i polític experimentat al voltant de la crisi de la primera Dictadura”, que va propiciar el sorgiment de corrents intel·lectuals com la Generació del 27⁷, que desembocarien en la Segona República.

⁴ Moisand, J. (2018). Teatro e identidades populares: Madrid y Barcelona, finales del siglo XIX. *Tejer identidades: socialización, cultura y política en época contemporánea*. Valencia: Tirant Humanidades, 283-304.

⁵ Bacardit, R. (2011). El teatre català del segle XIX i la realitat catalana de l'època. *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, (50), 113-138.

⁶ de Cabo, I. (2004). La cultura catalana sota el franquisme: la lluita pel teatre a la revista Destino: 1957-1962. *Cercles: revista d'història cultural*, 52-78.

⁷ de Cabo, I. (2004). La cultura catalana sota el franquisme: la lluita pel teatre a la revista Destino: 1957-1962. *Cercles: revista d'història cultural*, 52-78.

Mentre Moisand parla dels teatres dels barris populars de l'època de Barcelona i Madrid com a espais per a l'educació cultural i l'aproximació a la paraula literària des de l'auto-organització, que sovint emulaven els gustos burgesos⁸, Foguet ressalta la decadència i buidor espiritual del moment, que després de l'experiència de la Restauració es volia revitalitzar amb els nous aires que el règim republicà prometia⁹. Com també destaca Foguet, la llengua queda al marge d'aquest anàlisi, perquè les produccions en català ni tenien públic ni s'apostava per elles, sinó que es seguia majoritàriament la tradició castellana. Durant la primera temporada republicana (1931-1932), hi havia “quatre espais comptats de programació de teatre en català”, on s'hi destacava la incidència de l'administració: el Romea estava subvencionat per la Generalitat i, per tant, també variava quant als continguts –no només s'hi representaven melodrames-, i, més endavant, una altra subvenció oficial al Poliorama faria “esperonar altres empresaris a provar sort”¹⁰. A la temporada del 1934-1935, les sales que programaven en català van augmentar fins a sis: el Romea, el Poliorama, el Circ Barcelonès, l'Apol·lo, el Pompeia i l'Espanyol, tot i que “el teatre subvencionat continuava recorrent a les traduccions, mentre que els dramaturgs indígenes havien de refugiar-se en el teatre amateur”, tal com assenyala Foguet i Boreu. Una altra vegada, el pes institucional determina la creació i reproducció teatral segons certs valors, en aquest cas, el lingüístic o nacional, i també pel que fa als continguts o els formats.

En general, però, durant el període republicà, “la política cultural respecte al teatre només va tenir temps de ser esbossada”, perquè la Generalitat va aprovar l'Estatut el 1932, va ser intervinguda pel Govern central el 1934 i restablerta el 1936, abans d'entrar en excepció per la Guerra Civil, així que “va tenir poc marge per reactivar culturalment el país”, segons De Cabo. És una evidència que la línia política defineix l'estat de la cultura i, en períodes de convulsió social, el sistema, que requereix temps per legislar i aplicar la normativa, està condicionat pels terminis.

L'esclat del conflicte bèl·lic va paralitzar en bona part l'oferta teatral. A Madrid, pràcticament va desaparèixer, mentre que a València i Barcelona “es manté en bona part i es

⁸ Moisand, J. (2018). Teatro e identidades populares: Madrid y Barcelona, finales del siglo XIX. *Tejer identidades: socialización, cultura y política en época contemporánea*. Valencia: Tirant Humanidades, 283-304.

⁹ Foguet i Boreu, F. (2018). L'escena catalana durant la Segona República vista per Domènec Guansé (1931-1936). *Marges, Els: revista de llengua i literatura*, (116).

¹⁰ Foguet i Boreu, F. (2018). L'escena catalana durant la Segona República vista per Domènec Guansé (1931-1936). *Marges, Els: revista de llengua i literatura*, (116).

revesteix de les noves circumstàncies: col·lectivitzacions dels teatres i cinemes a mans dels sindicats, programació pública des de la Generalitat, etc.”, perquè va comprendre's com a mitjà de propaganda a favor de la lluita ideològica, com una arma de combat¹¹. Gran part de les obres eren de “naturalesa banal i convencional”, tot i que també van emergir peces de teatre de lluita, teatre d'agitació i teatre revolucionari¹². Cal destacar que durant l'inici de la revolució, amb la CNT al capdavant, es va crear la Comissaria d'Espectacles de Catalunya en el sí de la nova estructura de la Generalitat, que va impulsar col·lectivitzacions de les sales amb noves condicions laborals: uniformització dels salaris de tots els professionals de l'engranatge teatral, diferents subsidis per assegurar el benestar dels treballadors, rebaixes dels lloguers i dels impostos o vacances retribuïdes, entre d'altres, a més de la planificació de l'activitat econòmica, amb un especial component de descentralització¹³.

2.2.2. El teatre català durant el franquisme

La instauració de la dictadura franquista, un cop acabada la guerra, va suposar la persecució de tota manifestació catalana i va relegar la llengua a la clandestinitat i, per tant, el teatre en català va desaparèixer, tenint en compte que s'exercia en locals públics: “No s'autoritza cap representació pública en llengua catalana en els escenaris professionals de la ciutat de Barcelona fins a 1946”¹⁴, és a dir, set anys després del final del conflicte bèl·lic a Espanya i coincidint amb el final de la Segona Guerra Mundial. Una altra vegada, queda palès que la situació de la cultura depèn inequívocament del poder i es regeix per la situació politicosocial de cada episodi històric. En aquest cas, davant el triomf dels aliats i la relació del règim de Franco amb les forces de l'Eix, la dictadura va veure's obligada a adoptar una progressiva obertura i permissivitat en diversos sectors per afavorir la imatge de cara a la galeria internacional. La represa de l'escena professional catalana va desenvolupar-se, segons Gallén, amb un marcat perfil regionalista i “provincià” fins el 1954, sense producció autòctona actual,

¹¹ Foguet i Boreu, F. (Ed.). (2008). *Teatre en temps de guerra i revolució (1936-1939)*. Punctum.

¹² de Cabo, I. (2004). La cultura catalana sota el franquisme: la lluita pel teatre a la revista Destino: 1957-1962. *Cercles: revista d'història cultural*, 52-78.

¹³ Foguet i Boreu, F. (Ed.). (2008). *Teatre en temps de guerra i revolució (1936-1939)*. Punctum.

¹⁴ Gallén, E. (1993). Dades per a una anàlisi del teatre a Catalunya. 1939-1993. *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, 11-29.

només rescatant repertoris d'abans de la guerra d'autors coneguts com Àngel Guimerà, per exemple.

A Madrid, algunes companyies i dos teatres estaven subvencionats aleshores, mentre que Barcelona no en rebia cap; de fet, Espanya només destinava 6 milions de pessetes al conjunt del teatre nacional el 1961¹⁵. Com detalla De Cabo, durant els anys cinquanta el teatre representat a Catalunya “era en llengua castellana i el feien normalment companyies madrilenyes que estaven de gira i que eren subvencionades per l'Estat central”, a més, “era prohibit traduir obres estrangeres al català”, per tant, tot i que el Principat ja havia tingut dificultats anteriorment per produir peces pròpies, sigui per la falta d'inversió o d'interès, ara el teatre català quedava sepultat per mandats polítics. I no només aquell escrit en la llengua autòctona, sinó que tota la indústria va perdre pistonada i Madrid va emergir com el gran focus espanyol de l'art dramàtic professional.

Cal esmentar el paper que va tenir el teatre popular durant el franquisme, pensat per “a les classes socials marginades, la major part analfabetes i vingudes d'arreu de l'Estat (per la qual cosa molts espectacles es feien en castellà)”¹⁶, una senyal de la necessitat ciutadana d'accedir a espais de formació cultural i divulgació ideològica. Aquest teatre independent té el seus orígens en el teatre de compromís social com el d'Ignasi Iglésias, el teatre anarquista de Jaume Brossa o el teatre revolucionari de Joan Oliver, que havien vist la llum des de finals del segle XIX i desapareixerien amb la instauració de la dictadura de Franco, com recull Padullés. Podem constatar que l'agitació política queda plasmada durant cada època en el fet teatral, encara que la distribució es vegi limitada per un règim determinat. El teatre popular va veure la seva esplendor durant els anys 60, tot fent aliances amb altres sectors com l'universitari o les classes mitjanes oposades al franquisme, amb postulats revolucionaris i amb vocació didàctica; algunes de les companyies més rellevants foren Gil Vicente o El Camaleó¹⁷. Com recull Padullés, aquests grups van haver-se de reorientar durant els anys 60 a l'entrar en crisi després d'anys de bonança, de manera que va dirigir-se definitivament a les classes mitjanes

¹⁵ De Cabo, I. (2004). La cultura catalana sota el franquisme: la lluita pel teatre a la revista Destino: 1957-1962. *Cercles: revista d'història cultural*, 52-78.

¹⁶ Padullés, X. (2004). Les companyies del teatre independent a Barcelona durant el franquisme. *Assaig de teatre: revista de l'Associació d'Investigació i Experimentació Teatral*, 175-182.

¹⁷ Padullés, X. (2004). Les companyies del teatre independent a Barcelona durant el franquisme. *Assaig de teatre: revista de l'Associació d'Investigació i Experimentació Teatral*, 175-182.

(no només les marginals), havent de renunciar a part de la seva ideologia a la vegada que havien d'augmentar la qualitat artística.

Pel que fa al centre de creació i formació oficial que s'havia fundat el 1918 per Adrià Gual, l'Institut del Teatre, a partir del 1939 va quedar sota la direcció de Guillermo Díaz-Plaja, qui va "haver de fer acte de constricció pública en relació amb el seu passat republicà"¹⁸. Es va destituir el professorat nomenat per la Generalitat republicana, és a dir, com a organisme públic depenent de l'administració va iniciar una depuració dels seus càrrecs i es va reorientar com a institució, si bé el perfil de Díaz-Plaja "generava suspicàcies en la família política falangista"¹⁹. El 1941 va dur-se a terme un procés per a designar un director definitiu, atès que Díaz-Plaja va ser nomenat en primera instància de manera provisional per a dos anys, encara que "les bases específiques del concurs oposició s'havien fixat d'una manera molt favorable a la [seva] candidatura", de la qual en resultà guanyador²⁰. És interessant veure els requisits que es demanaven als aspirants a la direcció de l'Institut: "acreditar la más absoluta adhesión al Glorioso Movimiento Nacional", "certificado del registro central de penados y rebeldes que acredite no haber sufrido condena ni estar declarado en rebeldía" i ser militant de FET i de les JONS, a més d'altres aspectes referits a l'experiència professional en el sector²¹. La línia política de l'escola de formació oficial era fixada pel règim, on la ideologia preponderava per sobre de les capacitats i la trajectòria dels qui oposaven. Un dels seus principals projectes va ser la creació del "Teatro de la Ciudad", un equipament municipal que no va arribar mai a veure la llum a causa dels canvis de torn polítics²². Aquesta idea il·lustra com els moviments sociopolítics veuen la necessitat d'instaurar d'un teatre públic a càrrec de l'administració per promoure certs valors o com a font d'identitat, malgrat aquests fossin contraris als que després originarien el que coneixem avui com a Teatre Nacional de Catalunya. Díaz-Plaja va ser forçat a deixar la direcció de l'Institut el 1970, després d'una estada que s'identifica per haver-se anant acomodant a les circumstàncies de cada moment: va concedir progressivament, com la

¹⁸ Gallén, E. (2015). Guillermo Díaz-Plaja, director de l'Institut del Teatre durant el primer franquisme. *Franquisme & Transició. Revista d'Història i de Cultura*.

¹⁹ Gallén, E. (2015). Guillermo Díaz-Plaja, director de l'Institut del Teatre durant el primer franquisme. *Franquisme & Transició. Revista d'Història i de Cultura*.

²⁰ Gallén, E. (2015). Guillermo Díaz-Plaja, director de l'Institut del Teatre durant el primer franquisme. *Franquisme & Transició. Revista d'Història i de Cultura*.

²¹ Gallén, E. (2015). Guillermo Díaz-Plaja, director de l'Institut del Teatre durant el primer franquisme. *Franquisme & Transició. Revista d'Història i de Cultura*.

²² Gallén, E. (2015). Guillermo Díaz-Plaja, director de l'Institut del Teatre durant el primer franquisme. *Franquisme & Transició. Revista d'Història i de Cultura*.

dictadura, una obertura al panorama internacional i una major permissivitat als continguts en català, evidentment, sense que aquests arribessin a ser rellevants, conforme al pas dels anys²³.

Durant el últims anys del franquisme, van entrar a Espanya “noves estètiques d’agitació teatral”, de manera que el teatre popular, que es basava en el text, donà pas als grups de teatre gestual, fonamentats en l’avantguarda²⁴. De fet, com en moltes altres disciplines, els corrents independents i contraculturals acaben sent incorporats als circuits convencionals i en propicien l’evolució: “la veritable renovació del teatre català procedí d’altres fronts allunyats de l’escena comercial”²⁵. L’autor remarca que fou l’Agrupació Dramàtica de Barcelona (1955) qui assumí durant els anys seixanta “sense proposar-s’ho les precàries i falses funcions d’una política teatral que en unes altres circumstàncies històriques potser hauria pogut realitzar un Teatre Nacional o un Centre Dramàtic protegit i institucionalitzat per organismes oficials, com en la majoria de països europeus industrialitzats”²⁶. Altra vegada, es torna a fer evident que és necessari i un símptoma democràtic el fet que l’administració pública es faci càrrec de la línia política de la cultura i n’instigui la creació, perquè aquesta no obeeixi només els preceptes comercials i es redueixi a importar materials internacionals que no s’identifiquin amb la identitat nacional. És més, les èpoques de mínima producció autòctona i l’absorció de peces externes coincideix amb períodes polítics de règims autoritaris. Tot i així, es fa evident que la ciutadania reclama l’espai teatral i poder-s’hi sentir identificada. En general, posseir una escena nacional, i, com en molts altres moviments socials, en aquest cas s’obrí camí no pas mitjançant organismes institucionals, sinó a través de l’agrupació i la col·lectivitat popular. I, sens dubte, queda palès que el fet dramàtic és una eina cohesionadora a nivell nacional i de classe.

L’ADB va ser el “primer intent seriós de postguerra de dignificar el teatre català - des del règim no professional- bo i situant-lo a uns nivells d’exigència i de qualitat insòlits en l’escena coetània”, tant adaptant obres d’autors amb gran ressò internacional com Bertolt Brecht, com vetllant per autors tradicionals com Santiago Rusiñol, consagrats com Josep Maria

²³ Gallén, E. (2015). Guillermo Díaz-Plaja, director de l’Institut del Teatre durant el primer franquisme. *Franquisme & Transició. Revista d’Història i de Cultura*.

²⁴ Padullés, X. (2004). Les companyies del teatre independent a Barcelona durant el franquisme. *Assaig de teatre: revista de l’Associació d’Investigació i Experimentació Teatral*, 175-182.

²⁵ Gallén, E. (1993). Dades per a una anàlisi del teatre a Catalunya. 1939-1993. *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, 11-29.

²⁶ Gallén, E. (1993). Dades per a una anàlisi del teatre a Catalunya. 1939-1993. *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, 11-29.

de Sagarra o més aviat desconeguts com Salvador Espriu, amb una capacitat d'acció sempre condicionada per la censura²⁷.

Un dels punts importants que defineix la salut teatral, sobretot pel que fa a l'àmbit comercial, és la força d'una cantera que exerceixi com a espai de formació i de trobada entre els actius de l'escena. Precisament, el 1960 va néixer l'escola d'Art Dramàtic Adrià Gual, sota la direcció de Maria Aurèlia Capmany i Ricard Salvat, fruit de l'acció de l'ADB, amb "l'ànim de donar resposta tant a l'envelliment i tractament desfasat dels ensenyaments impartit per l'oficial Institut del Teatre [...], com per la necessitat de projectar una nova concepció professional i estètico-cívica del teatre"²⁸.

Un altre punt que serveix per dotar de visibilitat i prestigi, en especial, al món de les arts són els premis. El 1963 va crear-se el Premi Josep Maria de Sagarra, una plataforma per als dramaturgs novells que aleshores no posseïen referents, relacionats amb el teatre independent; la primera edició va guanyar-la Josep Maria Benet i Jornet²⁹.

2.2.3. Evolució del teatre durant la Transició i la democràcia

Durant els últims anys de la dictadura, el teatre, com altres moviments culturals, estava en ple procés d'ebullició, el qual culminaria amb la mort de Franco, fet que va desencadenar una nova etapa en la història de l'Estat espanyol i va propiciar la Transició, una etapa de crisi i replantejament dels valors imposats fins aleshores. El 1976 va néixer l'Assemblea d'Actors i Directors, l'encarregada d'organitzar el primer Festival Grec de Barcelona, "un dels grans fenòmens culturals dels primers mesos de Transició de la ciutat"³⁰ que exemplifica la renovació i l'aflorament de plantejaments que s'assimilen a la modernitat i els corrents democràtics que imperaven en el focus internacional. Grups del teatre independent com Els Joglars, que ja havien tingut forta repercussió durant la dècada anterior, assoliren notable rellevància, els qual

²⁷ Foguet i Boreu, F. (2017). Maria Aurèlia Capmany i el teatre dels anys seixanta. *L'Espill*, 54-55.

²⁸ Gallén, E. (1993). Dades per a una anàlisi del teatre a Catalunya. 1939-1993. *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, 11-29.

²⁹ Gallén, E. (1993). Dades per a una anàlisi del teatre a Catalunya. 1939-1993. *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, 11-29.

³⁰ López, M. A. (2024). El Grec-76: el teatre com a aposta de ruptura en la Transició a Barcelona. *Cercles. Revista d'Història Cultural*, (27), 149-176.

deixaren en una situació més aviat marginal el teatre clàssic³¹: la convulsió històrica del moment va determinar els gustos del públic, que reclamava escenes fora del sistema convencional i el tractament de temes que no contenien aquests clàssics. Van apostar per espectacles experimentals i subversius que confrontaven el franquisme que just havia arribat a la seva fi³², és a dir, encara un cop més, el teatre comercial i “oficial” no respon a les necessitats de la població i sectors aïllats dels circuits “professionals” i comercials determinen l’eix del fet teatral. Tot i així, cal dir que aquests grups acabarien adoptant formes professionals i assolirien el lideratge de l’escena teatral (la nova escena) en un procés de renovació generacional.

Els “Festivales de España” se suprimiren durant aquest període, després de ser des de la dècada dels cinquanta un dels canals de difusió del teatre a l’Estat amb més recursos tècnics, malgrat només oferís una visió determinada del règim³³.

Tornant al Grec, per exemplificar la petjada de la Transició a Barcelona, aquest, un revulsiu per a la ciutat post-franquista, va integrar formes revolucionàries: una organització col·lectiva i horitzontal amb un clar component democràtic, en contraposició amb una professió de caire individualista, que va unir el sector dedicat a la interpretació³⁴. En certa manera, aquest cop també es seguia la doctrina sociopolítica de la dècada dels setanta: ruptura amb la dictadura des d’un cert reformisme (ja que no es va apostar amb la radicalitat de l’últim episodi democràtic, quan durant la Segona República s’havia col·lectivitzat la professió). Tot i que cap força política s’hi adherís explícitament, molts dels membres de l’AAD militaven en organitzacions i partits d’esquerres³⁵, és a dir, la tendència de reforma passava per integrar-se als àmbits d’actuació i propiciar els canvis des de dins.

Va ser a partir dels anys vuitanta quan aquests processos culturals van institucionalitzar-se, dotant d’estructura i planificació als ens que s’encarregarien de dirigir políticament el sector: es van constituir el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, la Regidoria

³¹ Mascarell, P. (2017). El teatro clásico español en la escena nacional contemporánea: de la decadencia en la Transición al esplendor actual. *Janus: estudios sobre el Siglo de Oro*, 6, 32-55.

³² Mascarell, P. (2017). El teatro clásico español en la escena nacional contemporánea: de la decadencia en la Transición al esplendor actual. *Janus: estudios sobre el Siglo de Oro*, 6, 32-55.

³³ Mascarell, P. (2017). El teatro clásico español en la escena nacional contemporánea: de la decadencia en la Transición al esplendor actual. *Janus: estudios sobre el Siglo de Oro*, 6, 32-55.

³⁴ López, M. A. (2024). El Grec-76: el teatre com a aposta de ruptura en la Transició a Barcelona. *Cercles. Revista d'Història Cultural*, (27), 149-176.

³⁵ López, M. A. (2024). El Grec-76: el teatre com a aposta de ruptura en la Transició a Barcelona. *Cercles. Revista d'Història Cultural*, (27), 149-176.

de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona i l'Àrea de Cultura de la Diputació de Barcelona, organismes que encara operen avui dia i que ja aleshores presentaven una dualitat de poders, ja que mentre la Diputació i la realitat municipal estaven en mans del PSC, la política autonòmica corria a càrrec de l'antiga CiU³⁶. Tot i així, aquest estudi revela com entre els anys 1995 i 2009 va ser en bona mesura l'àmbit municipal qui va sufragar les disposicions culturals de caràcter públic: el Departament de Cultura no posseïa la mateixa quantitat d'infraestructures que els territoris locals; això va provar de revertir-se, per exemple, en el cas del teatre, el titular de cultura de la Generalitat, Max Cahner, va intentar teixir una xarxa de sales descentralitzades per tot el territori català a través del Pla de Teatres durant la primera meitat dels vuitanta, però la pugna amb els socialistes, que veien allò com un atac de CiU, i la forta concentració d'inversions a la capital catalana, van aturar el projecte³⁷. D'alguna manera, aquesta dualitat de poders i la lluita entre institucions continua intacta des d'aleshores. De fet, les diferències entre la Catalunya "comarcal" i la metròpoli responen encara a l'esperit dels organismes de govern, perquè justament l'Ajuntament de Barcelona ha rivalitzat històricament amb la Generalitat quant a la despesa cultural, entenent-t'ho com una estratègia³⁸.

Entre els 80 i els 90 van impulsar-se diferents projectes per arrelar noves plataformes i donar continuïtat a la tradició del teatre català, tot i que sempre amb el condicionant de la política: el 1981 va crear-se el Centre Dramàtic de la Generalitat de Catalunya, el 1996 va inaugurar-se el Teatre Nacional de Catalunya i el 2001 va fer-ho el Teatre Lliure de Montjuïc, que fins aleshores tenia seu a Gràcia. Pel que fa a aquest darrer, es va impulsar el projecte de la "Ciutat del Teatre", seguint amb aquesta preponderància de Barcelona quant als equipaments culturals, però finalment només van veure la llum el nou edifici de l'Institut del Teatre i l'esmentat Lliure, amb el clar objectiu de preservar el patrimoni cultural i blindar la identitat de l'art nacional.

³⁶ Ulldemolins, J. R., Morató, A. R., & Illa, S. M. (2012). El sistema de la política cultural en Cataluña: un proceso inacabado de articulación y racionalización. *RIPS: Revista de investigaciones políticas y sociológicas*, 11(3).

³⁷ Ulldemolins, J. R., Morató, A. R., & Illa, S. M. (2012). El sistema de la política cultural en Cataluña: un proceso inacabado de articulación y racionalización. *RIPS: Revista de investigaciones políticas y sociológicas*, 11(3).

³⁸ Ulldemolins, J. R., Morató, A. R., & Illa, S. M. (2012). El sistema de la política cultural en Cataluña: un proceso inacabado de articulación y racionalización. *RIPS: Revista de investigaciones políticas y sociológicas*, 11(3).

3. Disseny del producte

3.1. Pòdcast

3.1.1. Definició

Segons Termcat³⁹, un pòdcast és una “emissió d'àudio o audiovisual emmagatzemada a internet com a arxiu digital, sovint formant part d'una sèrie, que l'usuari pot reproduir en qualsevol moment, sigui en línia o, un cop descarregada a l'ordinador o en un dispositiu mòbil, fora de línia”. És a dir, és important l'accés a la xarxa per al seu consum, cosa que, a diferència de la ràdio tradicional, el fa un producte durable en el temps de consum. El fet de ser un producte tancat amb capacitat per a ser reproduït en un context més ampli no implica que hagi de tenir la mateixa immediatesa i tractar l'actualitat amb una perspectiva com el format radiofònic lineal. També en destaca el seu caràcter continu, normalment a través d'episodis, que li propicia una estructura determinada, distingible pels oients. Com explica l'autor Iván Tenorio, el pòdcast representa “l'evolució del llenguatge radiofònic”, sense limitacions per “l'accés al mitjà, el temps, els horaris, les polítiques d'empresa, la cadena de comandament vertical, els índex d'audiència, etc.”⁴⁰. Tot i així, hi ha elements compartits, com “la paraula, la música, els efectes de so i els silencis”, però més enllà de les eines del llenguatge sonor ambdós divergeixen en “la forma de consum, les plataformes de distribució, els formats i els models de negoci”⁴¹, que en el cas del pòdcast són molt més diversos.

La investigadora Isabel María Solano recull la definició del New Oxford American Dictionary del 2005, que en fa una aproximació més oberta, segons la qual es tracta d'un “programa de ràdio o qualsevol format d'àudio posat al lliure accés a Internet que pot ser descarregat per tots els usuaris interessats en la temàtica”⁴².

3.1.2. Història del pòdcast i panorama actual.

La primera vegada en utilitzar-se el terme “pòdcast” va ser l'any 2004, per Dave Winner al diari The Guardian amb l'article “Audible Revolution”. També va ser el moment quan va arribar el primer pòdcast a l'Estat espanyol, Comunicando, de José A. Gelado. L'any següent,

³⁹ Centre de Terminologia. (s.d.) Pòdcast. <https://www.termcat.cat/es/cercaterm/fitxa/MzlwNTY4>

⁴⁰ Tenorio, I. (2009). *Podcast: Manual de podcaster*. Marcombo.

⁴¹ Parlatore, B., Delmónico, 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*.

⁴² Solano Fernández, I. M., & Sánchez Vera, M. D. M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit: Revista de medios y educación*, 36, 125-139.

però, s'acabaria de consolidar, gràcies al suport internacional d'Apple⁴³. Solano identifica l'any 2005 com a punt àlgid de la distribució d'aquests productes, quan Apple va llançar iTunes 4.9, “un programa d'ordinador capaç de reproduir, organitzar i comprar música”, on hi havia forta presència dels pòdcasts⁴⁴. A partir d'aquí, “gràcies a la generalització del telèfon mòbil, la connectivitat i les aplicacions” es va produir una expansió del format, que va professionalitzar-se, augmentant l'audiència i monetitzant les visualitzacions, fins a deixar pas a grans inversions denominades *Big Podcasting*⁴⁵.

Avui en dia, la seva presència no es limita a les noves plataformes de pòdcast, sinó que, com indiquen els investigadors Ruiz i Legorburu, ha arribat a les “emissores tradicionals, que han vist en ell una interessant via de distribució en diferit, difuminant les fronteres entre la ràdio i el *podcasting*”⁴⁶. Un exemple seria el catàleg de ràdio a la carta, disponible tant a les pròpies aplicacions dels mitjans com a espais com Spotify, on els programes perden el sentit de ràdio lineal en directe i passen a ser un contingut estàtic.

Un fet determinant per a l'auge del consum de pòdcasts a l'Estat espanyol va ser la pandèmia de la Covid-19, en especial, del confinament: durant el primer semestre del 2020, que coincideix amb aquestes dates, l'accés a aquests continguts va incrementar un 25%, com indica Europa Press. L'article reconeix que és gràcies a l'accessibilitat que tenen els usuaris, ja que la proliferació de plataformes que no requereixen fer la recerca per Internet posen a disposició les peces amb molta més facilitat i els oients ja les han incorporat en el seu dia a dia. També destaca la inversió que fa, per exemple, Spotify en el món dels pòdcasts: hi dedica 500 milions de dòlars i l'empresa ha adquirit Parcast, Gilmet Media i l'aplicació per a la creació Anchor. Europa Press recull l'estimació dels ingressos que fa aquesta indústria: 1000 milions de dòlars, segons l'Agència de Publicitat Interactiva (IAB) d'Estats Units⁴⁷. Un altre article també especifica que la producció d'aquest contingut en espanyol ja havia augmentat un 6,8% el 2021⁴⁸.

⁴³ Santos, I. T. (2009). *Podcast: Manual de podcaster*. Marcombo.

⁴⁴ Solano Fernández, I. M., & Sánchez Vera, M. D. M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit: Revista de medios y educación*, 36, 125-139.

⁴⁵ Gómez, S. R., Borreguero, M. A., & Hortelano, J. M. L. (2022). Radio y podcast: la nueva vida de la ficción sonora en España (2012-2021). *Austral Comunicación*, 11(2), 1-30.

⁴⁶ Ruiz, S., & Legorburu, J. M. (2023). Pódcast y ficción sonora en España: una relación simbiótica para recuperar un género olvidado (2013-2022). *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (62), 69-87.

⁴⁷ Europa Press. (8 de setembre de 2020). El consumo de podcast aumentó un 25% durante el confinamiento en España. Europapress.es. <https://www.europapress.es/portaltic/sector/noticia-consumo-podcast-aumento-25-confinamiento-espana-20200908172443.html>

⁴⁸ Europa Press. (9 de setembre del 2021). El 55% de los oyentes de pódcast consume este formato más ahora que antes de la pandemia. Europapress.es.

3.2. Idea principal

Com afirmen els autors Legorburu, Edo i González, “a diferència d’altres gèneres periodístics, el reportatge sonor incorpora totes les qualitats del seu antecessor escrit, ja que no solament observa l’actualitat, sinó que la interpreta de forma creativa i permet elaborar-la de manera artesanal, traslladant-la a l’oient mitjançant un relat personal i directe”⁴⁹. Seguint aquesta direcció, el to del producte serà distès i dinàmic, amb un toc pausat i analític, amb especial èmfasi en l’ambientació sonora i la qualitat, tant de la forma com del contingut. Com amb el disseny visual, el disseny sonor també farà referència a elements intrínsecs del teatre com a tal, per dotar-lo de sentit complet i que pugui ser identificable per part de l’oient. Es tracta de copsar petits detalls que es complementin entre sí per donar una imatge de continuïtat i coherència per situar el consumidor i diferenciar-se d’altres productes, a nivell de marca personal. Així, s’aprofundirà en la narrativa i l’expressivitat, com a elements intrínsecs del reportatge sonor.

3.3. Estructura

S’operarà amb una estructura definida i constant a cada episodi, dividida en diverses seccions amb tons i objectius concrets, com es detalla tot seguit:

- **Introducció:** Breu espai per a la presentació del projecte “Bambolines al descobert”, sempre igual a cada episodi, seguint el patró d’una falca. D’aquesta manera, si algun oient comença escoltant el pòdcast per qualsevol capítol podrà situar-se. De fet, com que els programes no tindran continuïtat, sinó que seran independents entre sí, aquesta introducció funcionarà com a nexa entre ells. Dit d’altra forma, serà la carta de presentació on es condensaran tots els elements que definiran el producte.
- **Editorial:** El presentador introduirà aquí el tema concret de l’episodi i indicarà també breument quina línia i quins subtemes es tractaran al llarg

<https://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-55-oyentes-podcast-consume-formato-mas-ahora-antes-pandemia-20210909174740.html>

⁴⁹ Legorburu, J. M., Edo, C., & González, A. G. (2021). Reportaje sonoro y podcasting, el despertar de un género durmiente en España. El caso de Podium Podcast. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 27(2), 519.

del capítol. Aquest serà un espai on, com a programa, es reflexionarà sobre el contingut que vol tractar-se, per definir un marc general, i on es formularan preguntes. Es farà amb una locució distesa i serà el lloc on puguin donar-se llicències d'autor.

- **Reportatge:** A partir d'aquí, a través de talls de veu d'especialistes o testimonis de la matèria, es formularà un reportatge tot aportant dades d'ens oficials i el recull de declaracions d'entrevistats. Serà un espai de desenvolupament del tema, de caràcter rigorós i amb un clar component informatiu. A més, si escau, podrà vincular-se i fer referència a l'actualitat més immediata, tot citant notícies. Tot això amb un caràcter més enèrgic i contundent.
- **Entrevista:** En aquesta secció es donarà protagonisme a un convidat especial per a fer-li una breu entrevista, amb un to més rebaixat, però també amb càrrega informativa i profunditat. Es centrarà, evidentment, amb el tema en concret de l'episodi.
- **Secció de col·laboradors:** Aquesta última secció es dedicarà als comentaris de col·laboradors, també especialistes, per acabar d'arrodonir les diferents perspectives davant del tema del capítol. Es tractarà d'un breu espai on podran donar la seva opinió des d'una vessant més informal i personal. A cada episodi n'hi participaran dos i tindran un temps limitat i curt per afegir algun concepte que creguin oportú.
- **Tancament:** Finalment, el presentador farà un recopilatori dels punts tractats durant el programa i anticiparà detalls del següent. Tot seguit, s'acomiarà dels oients.

3.4. Anàlisi del públic objectiu

“Bambolines al descobert” s'adreça principalment a joves interessats pel fet cultural i el teatre. Tot i així, també aspira a arribar a adolescents o a un públic adult, així com a oients més especialitzats o a un sector més generalista. Al cap i a la fi, encara que la temàtica sigui concreta i es basi en el món del teatre, es fa un anàlisi social que podria ser extrapolable a altres indústries

i, per tant, ser d'interès per a algú que no freqüenti aquest espai. S'utilitzarà un llenguatge accessible per als joves, de caire informal, però des d'una òptica periodística, sense recaure en un argot col·loquial, però amb voluntat d'englobar una audiència de totes les edats, amb interessos diferents i d'aspecte generalista. És evident que el públic haurà d'entendre el català, però també haurà de ser un consumidor habitual de continguts en aquesta llengua o, si més no, potencial (catalanoparlant o amb interès per la temàtica).

Com indica l'informe EncuestaPod⁵⁰, els oients actius de pòdcast es situen entre els 25 i 44 anys, majoritàriament treballadors a temps complet (56%), un sector a qui va dirigit aquest producte. L'enquesta destaca el canvi d'hàbits produïts arran de la pandèmia de la Covid-19: el trasllat del consum d'ordinadors a telèfons mòbils, l'augment d'escolta durant els desplaçaments i l'auge general de consumidors totals. Un altre aspecte rellevant és la seva intenció: en primer lloc, per aprendre coses noves i, en segona posició, per a entretenir-se; són dues característiques a les quals es dirigeix aquest pòdcast. I encara més, segons el Digital News Report 2024⁵¹, els joves entre 18 i 24 anys prefereixen els pòdcasts sobre assumptes socials i successos (un 30%), una temàtica on podria encabir-se “Bambolines al descobert”.

3.5. Periodicitat

La primera temporada del pòdcast “Bambolines al descobert” és un producte tancat, és a dir, tot i poder-se consumir aleatòriament o només alguns capítols per separat, pren sentit quan es segueix l'ordre lògic, de manera que podria penjar-se de cop, com un reportatge complet dividit en diverses píndoles. Tot i així, l'actual model de consum requereix uns tempos concrets i, amb la intenció de captar el màxim d'audiència possible, es difondrà setmanalment, per crear una dinàmica d'expectació i romandre així amb visibilitat. També serà una manera d'aconseguir marge per a poder produir i editar els següents episodis. D'alguna manera, si es gravés de cop seria una gran inversió de temps i recursos, però si s'allarga en el temps hi ha possibilitat d'actuació en el cas, per exemple, que hi hagi retroacció i es vulgui modificar algun aspecte.

⁵⁰ Encuesta Pod 2022 (2022). *Encuesta Pod 2022. Un estudio colaborativo para conocer a la audiencia de podcast en español*. Podcasteros. Recuperat de https://encuestapod.com/2022/Reporte_EncuestaPod2022.pdf

⁵¹ Labiano, R. (2024). España sigue siendo uno de los países con mayor consumo de pódcast (44%). Digital News Report España 2024, 142-147. Recuperat de <https://dadun.unav.edu/entities/publication/885d2469-0dae-4309-812b-6a545def596a>

La campanya de publicació està pensada perquè comenci durant la primera setmana de juny, durant deu setmanes, fins la primera d'agost. Com que es tracta d'un pòdcast de nínxol, dirigit a un públic concret, no s'ha vist necessari fer-ho coincidir amb una altra època de l'any amb més moviment mediàtic o laboral i acadèmic. Al contrari, com que a l'estiu l'oferta radiofònica i audiovisual disminueix, es considera un bon moment per captar l'atenció dels usuaris amb més facilitat, al no tenir tants estímuls. I com que durant aquests mesos les rutines tendeixen a ser més laxes i part de la població té més temps lliure, per exemple, per vacances, un producte d'aquestes característiques (d'entreteniment i amb una temàtica molt acotada) podria resultar atractiu. A més, els mesos de juny i juliol encara no són quan la major part de la gent marxa fora de vacances, per tant, no estarien desconnectats i podrien seguir les publicacions. De tota manera, és un artefacte que, per la seva naturalesa, pot acompanyar els oients en diverses situacions, llavors aquest fet de les vacances no seria decisiu.

Els episodis es publicaran cada dilluns (consultar la taula de Planificació de la primera temporada), entenent que les activitats dels dies laborals són més propenses a l'escolta, com indica l'informe d'EncuestaPod⁵²: sobretot, durant les feines domèstiques i els desplaçaments. El fet de ser estiu també juga a favor, perquè aquesta enquesta determina que durant les estones d'oci (descansar o fer exercici físic) els potencials oients recorren al pòdcast.

3.6. Productes semblants en l'actualitat i referents

A través d'un estudi de mercat s'ha constatat que no hi ha productes semblants, que tractin el teatre des de la mateixa vessant que aquest pòdcast. Per tant, no hi ha peces que puguin arribar a competir amb aquest treball, sobretot, pel que fa a la temàtica. De fet, aquells que parlen sobre teatre es basen, en especial, en obres o intèrprets concrets (bàsicament, en el fet artístic), sense arribar a plantejar-se com funciona internament. És més, tampoc hi ha exemples d'altres pòdcasts que disseccionin una indústria en particular i des dels seus vessants socioeconòmics. Tornant a la temàtica teatral, també n'hi ha d'altres que ofereixen lectures dramatitzades. Pel que fa a l'estructura o el to, però, hi ha diferents casos dels quals pren inspiració "Bambolines al descobert", exposats a continuació:

⁵² Encuesta Pod 2022 (2022). *Encuesta Pod 2022. Un estudio colaborativo para conocer a la audiencia de podcast en español*. Podcasteros. Recuperat de https://encuestapod.com/2022/Reporte_EncuestaPod2022.pdf



Font: Spotify.

- **La Turra**⁵³: Videopodcast de la plataforma juvenil de 3Cat, EVA, presentat per Alba Riera, el qual aborda temes d'interès social, sovint tabús, a través de joves, majoritàriament influents o presents a les xarxes socials, però amb rellevància pel que fa a la temàtica. És un programa que convida a la reflexió i ajunta punts de vista oposats per dotar de complexitat i matisos la idea central de cada episodi. També és interessant la seva estructura: a l'inici, la presentadora introdueix el tema a través d'un editorial, que no només defineix línies de pensament, sinó que també es fa preguntes per solucionar-les després; després, hi ha un col·loqui on els convidats (normalment, quatre) exposen la seva perspectiva i contraargumenten, sense arribar a obrir mai cap debat llarg i profund; finalment, hi ha una entrevista conduïda per Riera, de caràcter més pausat i reflexiu, a un personatge conegut, per reforçar el tema principal, però que es basa, sobretot, en aquella persona com a tal.

En destacaria la bona mesura de l'estructura, amb un temps i uns codis ben definits que distingeixen un espai de l'altre. En aquest cas, la presentadora té un paper central: la seva personalitat és part intrínseca de La Turra, amb capacitat per recórrer tots els registres que s'empren de manera exemplar. D'una banda, s'atreveix a donar forma política a cada episodi, mentre que no deixa de ser bona entrevistadora i abraça tot punt de vista que disti del del programa. Tot i així, la secció dedicada al col·loqui es podria esprimer més i generar una discussió que apropés posicions, és a dir, qüestionar els col·laboradors perquè renunciessin o s'aferressin als seus postulats. D'alguna manera, s'entén que el fet que es dirigeixin al públic juvenil i adolescent els fa moderar en aquest sentit.

⁵³ “La Turra” [On line] a Spotify:
<https://open.spotify.com/show/1S81AQbdyrktHM1OS7QEWx?si=030b548b04074cf5>



Font: Spotify.

- **Crims**⁵⁴: La versió radiofònica del fenomen de 3Cat, també presentada per Carles Porta, presenta casos criminals mediàtics, a través d'un ambient sonor molt acurat i una investigació periodística remarcable. Els episodis exposen el crim i, mitjançant testimonis i el recull de proves, reconstrueixen el procés policial fins al desenllaç, habitualment de manera cronològica. El públic al qual es dirigeix és adult, tot i que es continua utilitzant un llenguatge accessible i proper. Els capítols estan envoltats d'una tensió propiciada, no només pel tipus de contingut, sinó pels recursos auditius, un dels ingredients principals que dota de personalitat els *true crimes*.

En destacaria, sobretot, la manera com s'introdueixen les fonts, en un format que no deixa de ser el d'un reportatge radiofònic, les qual tenen molt de protagonisme (tot això sense que l'oient pugui perdre's durant el relat). Un altre punt interessant seria el tret distintiu (una barreja de tots els elements mencionats) d'aquest programa, que el fan identificable en tot moment.



Font: Spotify.

- **Com dir-t'ho**⁵⁵: Aquest pòdcast, que neix de l'Escola Guillem Agulló, amb la Jana Jubert i la Laura Grau com a cares visibles, repassa l'actualitat política amb temes concrets i originals i una marcada línia ideològica. Com "La Turra", també comença amb una petita editorial que es fa preguntes sobre la qüestió que s'abordarà, per després deixar

⁵⁴ "Crims" [On line] a Spotify:

<https://open.spotify.com/show/3DcwEMyFnVftWBS0E0HXM1?si=2440361043a54f5b>

⁵⁵ "Com dir-t'ho" [On line] a Spotify:

<https://open.spotify.com/show/3oQGyaFCxSBYesa56wADkH?si=0ace0dc4e4a94184>

pas a una conversa amb convidats, on també hi participen les presentadores.

En destacaria, per sobre de tot, tant el to distès i enfocat al públic juvenil, com l'elecció dels temes a tractar, vinculats a la política i la societat, però des d'una perspectiva molt diferenciada i innovadora. Tot i que l'ambientació sonora no brilla com a tal, ajuda en certs moments a rebaixar la càrrega discursiva del contingut. Bàsicament, fa la funció d'acompanyar.



Font: Spotify.

- **En guàrdia!**⁵⁶: Enric Calpena es troba al capdavant d'aquest projecte de Catalunya Ràdio, enfocat al voltant de la divulgació històrica de fets que van marcar èpoques passades. Té un to més seriós que els altres exemples, per reforçar el rigor amb què es parla, així com més enèrgic i contundent, també en sintonia amb el contingut que s'hi exposa. Es dirigeix a un públic adult i més concret (no tant especialitzat com a tal, però interessat pel tema general: la història).

En destacaria la construcció del relat, així com la feina periodística que permet fer amena una història amb molta càrrega informativa. També el paper dels convidats, sempre a cor amb Calpena i molt adequats amb la sintonia general del programa. Hi ha efectes sonors (música, interpretacions o fragments de biografies dramatitzades) que parteixen els episodis i en fan més distesa la reproducció.

⁵⁶ “En guàrdia!” [On line] a Spotify:

<https://open.spotify.com/show/6NSh44gLtDNskXVacDkKF0?si=9448469e22324124>



Font: Spotify.

- **Mapamundi**⁵⁷: Un altre programa de Catalunya Ràdio, conduït per Quim Olivares, que respon a l'actualitat internacional. La seva estructura es parteix en tres entrevistes a especialistes o testimonis de la matèria que es tracta a cada episodi. Són converses de to pausat, però amb profunditat i amb molta càrrega informativa. El públic al qual es dirigeix és generalista i més aviat adult. Hi ha diversos recursos sonors que també parteixen el relat per injectar-li dinamisme i trencar amb el pregunta-resposta.

En destacaria la qualitat de les entrevistes, ben formulades i amb bona edició. S'hi donen diversos punts de vista molt matisats i ho fan amb poc temps (cada capítol dura aproximadament mitja hora). En definitiva, com molts altres dels productes analitzats, té una personalitat molt marcada, amb la qual es diferencia de la competència i es fa ràpidament identificable.

⁵⁷ “Mapamundi” [On line] a Spotify:
<https://open.spotify.com/show/1pbHfAIsirjiMn30Dgf9Un?si=308983bcf6164f62>

4. Producció del pòdcast

4.1. Metodologia

En primera instància, s'han concretat els temes de cada episodi i la data de publicació per determinar l'estructura global i la regularitat. Després, s'han buscat i ordenat els entrevistats segons cada capítol, sempre amb la intenció de donar una cobertura àmplia i tocar els diversos elements que intervenen en el sector teatral. S'ha donat veu tant a especialistes com a testimonis que puguin traslladar la seva experiència a l'audiència. Finalment, s'ha escrit el guió amb l'ajuda de la documentació prèvia i els portals de dades disponibles a Internet. També s'ha detallat aquí la composició sonora, sempre al servei del guió literari.

El següent pas és l'enregistrament de les entrevistes i la posterior edició. Per exemple, en el primer capítol, sobre la titularitat pública o privada dels teatres, se n'han realitzat dues: de la de l'Àlex Casanovas se n'han extret talls per complementar el reportatge, mentre que la de la Isabel Vidal es reproduirà sencera. Tot i així, com que les converses són extenses i repassen diversos temes, es podran aprofitar talls per als propers episodis (o la de l'Àlex es pot editar i escurçar perquè funcioni per a la secció de l'entrevista). També s'han contactat els col·laboradors perquè produeixin les seves peces.

Una vegada amb tots els recursos disponibles, s'han introduït al guió, de manera que s'han hagut de fer uns retocs (per donar-los pas, per exemple). L'últim pas ha estat l'enregistrament i la postproducció.

4.2. Pla de producció

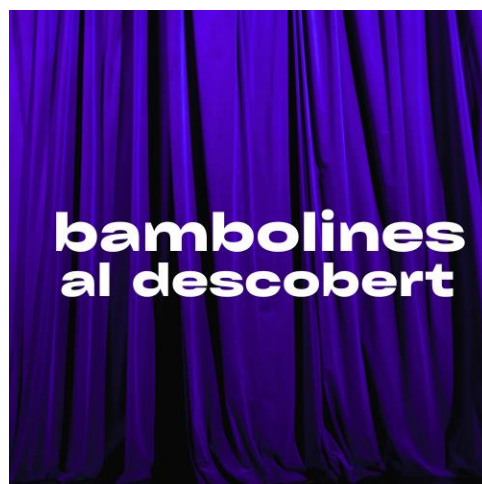
4.2.1. *Disseny visual.*

La imatge del pòdcast ha de reflectir tant el contingut com la forma que presentarà després. Per això, s'ha creat a partir d'elements distintius que també en determinin la seva personalitat. El teló, símbol del teatre i, en particular, de les bambolines, havia de ser un concepte present en tota creació gràfica referent al producte. A més, també hi juguen els colors magenta (propis del teló) i blau, com a contrast, per conferir una simbologia que remeti al circ, a un imaginari fantàstic, a l'exageració, però a la vegada no són especialment vius, sinó durs i severs, per aportar un punt rígid i de rigor, tenint en compte que no serà simple entreteniment, sinó també informació.

En primer lloc, el logotip serà la imatge a les xarxes socials i servirà com a identificador, com a perfil, com a cara visible, en qualsevol espai digital. La intenció era fer-lo senzill i clar,

però amb connotacions: com s’ha mencionat, el teló és l’element indispensable, però aquí hi apareix de color blau, tant per captar l’atenció, al diferenciar-se de l’estereotip del teló convencional, com per assenyalar el caràcter irreverent, de doble cara, especial, del contingut del pòdcast. D’alguna manera, podria identificar-se com un teló vist des de dins de l’escenari, a les fosques: la cara menys visible per al públic.

Pel que fa a la tipografia, “Cy Grotesk”, s’ha optat per una lletra divertida i curiosa, també a to amb aquest imaginari teatral i somniador, però sense resultar ser massa extravagant ni informal.



Logotip del pòdcast “Bambolines al descobert”

Font: Elaboració pròpia (2025)

A més a més, també s’ha creat una portada específica per al producte, pensada perquè aparegui com a caràtula del pòdcast a les plataformes on es difondrà, com si fos la portada d’un àlbum musical. En aquest cas hi ha més detalls: el teló recupera el seu color original, perquè tant el blau com la intencionalitat ja hi apareixen d’altres formes; l’element més distintiu serien les dues típiques màscares gregues associades històricament al teatre (fins i tot avui en dia són un

emoticona), però amb un disseny especialment grotesc i bicolor (tornant a la dualitat). La tipografia i la paleta de colors continuen referint-se al circ i la màgia, però també aposten per un posat misteriós i dur.



Portada del pòdcast "Bambolines al descobert"

Font: Elaboració pròpia (2025)

Finalment, cada episodi tindrà una careta particular, on hi aparegui el títol i el número corresponents. Aquí es torna al color blau al complet, però hi continua apareixent el símbol de les màscares. És el disseny amb més informació, tant per elements com per la quantitat de text, però perquè ja no està orientat al reconeixement i la identificació, sinó més aviat a la funcionalitat, que informi i sigui llegible. Aquí s'hi suma una nova tipografia, "Times New Roman", per aportar contrast amb la del títol, que resulta més despreocupada. Una altra vegada, tornem amb la dualitat: el nom del capítol (els quals tenen una actitud lleugerament punyent) ressalta per la seva rectitud i contundència i suggereix un transfons. A més a més, el disseny juga amb el desequilibri i la confusió, sembla desendreçat, però simplement remet als valors i la personalitat del pòdcast.



Careta del capítol pilot del pòdcast “Bambolines al descobert”

Font: Elaboració pròpia (2025)

4.2.2. Disseny sonor

Un dels elements indissociables del teatre és, en molts casos, la música. De fet, i a nivell personal, hi associo sobretot el jazz. Per això, l’ambientació sonora utilitzarà cançons d’aquest gènere, tant per a les sintonies, com per a música de fons. Serà especialment un jazz enèrgic, sense arribar a ser una melodia optimista, de l’estil de les bandes sonores de “Cabaret” o “Chicago”, al més pur estil Fosse, amb una obertura de percussió a l’inici, pel que fa a les sintonies. Quant a les pistes de fons, s’utilitzarà jazz més suau, per no saturar l’oient, amb tocs de swing o blues. Totes les cançons s’han descarregat de plataformes amb música lliure de drets.

A part, també hi haurà efectes sonors que podran variar cada a cada episodi, segons el guió. Seran sons que aportaran a la teatralitat buscada i serviran per arrodonir la locució i el text. Estaran presents, sobretot, a l’editorial i el reportatge.

4.2.3. Elecció d’entrevistats

Per al capítol pilot s’han entrevistat els següents perfils, tenint en compte el seu àmbit d’actuació i amb la intenció de donar representativitat a sectors diferents i contraposats:

- Isabel Vidal: És la presidenta d’AETCA (Associació d’Empreses de Teatre de Catalunya) i directora del Grup Focus, un dels líders en la producció i distribució d’arts escèniques a l’Estat espanyol. L’estructuració del sector privat teatral català no s’entén sense el paper d’aquesta gestora cultural, una ferma defensora de la col·laboració pública i privada per enfortir el fet teatral. Per parlar sobre titularitats, representarà la vessant empresarial d’àmbit privat.

- Àlex Casanovas: És el president de l'AADPC (Associació de Professionals de la Interpretació i la Direcció de Catalunya) des del 2014 i un intèrpret amb una dilatada carrera professional en el teatre, el cinema i la televisió. Ha participat a la pel·lícula *Manila* (1991), d'Antonio Chavarrías, per la qual va guanyar el premi d'interpretació de la Generalitat de Catalunya i ha treballat amb Mario Gas, Josep Maria Flotats i Sílvia Munt, per exemple. Per a l'episodi sobre titularitats, defensarà la postura dels treballadors del teatre, a causa del seu compromís i experiència en l'associacionisme del sector.
- Clara Cols: És la cofundadora i sòcia de la Sala Flyhard de Barcelona, una sala de proximitat i de referència per al teatre emergent de poc més de quaranta localitats, on hi desenvolupa tasques de producció i administració, entre d'altres. També té una llarga trajectòria com a actriu en l'escena contemporània catalana. La seva figura representarà la vessant empresarial de les sales i productores petites.

A més, s'ha comptat amb la col·laboració del Mag Lari, un dels intèrprets més importants del país, que actualment dirigeix la seva pròpia companyia, a més de l'últim espectacle de El Mago Pop. La seva trajectòria professional es remunta als anys 90, amb aparicions a la televisió i diversos espectacles d'èxit al darrere (*Splenda*, *Ozom* o *25 il·lusions*), que combinen humor i tocs teatrals. Com a figura rellevant del món escènic i coneixedor tant del circuit cultural de Barcelona com de la resta del territori català, el seu testimoni és clau per a parlar del teatre.

Una segona participant és la cap de la secció de cultura dels informatius de Catalunya Ràdio, la Marta Vives, que també exerceix com a escriptora i està vinculada directament al fet cultural. Està especialitzada en arts escèniques i ha estat una veu destacada en programes com *El Matí de Catalunya Ràdio*, on s'ocupava de la secció cultural. També ha col·laborat en altres mitjans com TV3 i el diari *Ara*, a més de publicar els llibres *Diguem-ne amor* i *Tens la força de les coses* (Ara llibres).

La darrera participant és la prescriptora cultural d'iCat i creadora de contingut Bet Molina. La seva tasca de divulgació cultural entre el públic jove a través de les xarxes i els mitjans públics la consolida com un perfil destacat en el sector. És la cara visible del programa *Literal* a 3Cat i co-presenta *Rèplica* a iCat.

4.2.4. Costos de producció

Per aquesta primera temporada, així com per a l'enregistrament del capítol pilot, no hi ha hagut costos econòmics per a la producció, ja que s'ha optat per utilitzar material propi. Les entrevistes s'han gravat mitjançant un micròfon Yotto de condensació, que ofereix una qualitat del so adequada per al producte. Per a l'edició s'ha fet servir el programa Audacity que, tot i tenir unes funcions bàsiques, són suficients per donar forma a un pòdcast amb màxim tres plans sonors. Pel que fa a la imatge gràfica, s'ha utilitzat Canva, que posa a disposició de l'usuari diverses plantilles i és un programari molt intuïtiu i ple de possibilitats creatives.

Com ja s'ha esmentat, ja es tenia accés (i experiència en l'ús) a tots aquests dispositius i aplicacions, per tant, no hi ha despeses. Tot i així, en el cas que s'optés per monetitzar-lo (desenvolupat més endavant, a l'apartat 5. Distribució del producte), una vegada sufragats els costos personals, s'invertiria en el programari. Per exemple, per a millorar l'edició del so es podria adquirir l'Adobe Audition o l'Audacity Galaxy. Per a realitzar els dissenys gràfics, sobretot encarat al contingut destinat a les xarxes o a les plataformes de vídeo (posts, portades, històries, etc.) també s'invertiria amb l'Adobe Illustrator o el Publisher o simplement afegint funcions de pagament al Canva. Finalment, si es volgués introduir la imatge en una hipotètica següent temporada seria imprescindible trobar el material necessari: càmera, microfonia, il·luminació i aplicació per a l'edició, sense comptar en la localització i el decorat, que no hauria de ser tan específic.

4.3. Planificació de la primera temporada

Número de capítol	Títol	Publicació
#1	Titularitat: pública o privada	2 de juny de 2025
#2	L'epicentre: les sales	9 de juny de 2025
#3	Propietats i organigrames, qui és qui?	16 de juny de 2025
#4	La llengua del teatre	23 de juny de 2025
#5	Un pot fer-se ric amb el teatre?	30 de juny de 2025
#6	Més actors: intèrprets i companyies	7 de juliol de 2025
#7	Accessibilitat: desigualtats territorials i socials	14 de juliol de 2025

#8	El públic: la tercera pota	21 de juliol de 2025
#9	Arts escèniques minoritàries	28 de juliol de 2025
#10	Quotes i legislació: intervenció institucional	4 d'agost de 2025

A continuació, un detall de la temàtica i l'entrevistat de cada un dels capítols de la primera temporada:

CAPÍTOL 1: Titularitat: pública o privada

Descripció: Quines diferències hi ha entre la gestió pública i privada? La manera de programar segueix barems diferents? Com intervenen en el teatre les institucions públiques? A Barcelona només hi ha dos teatres que depenen de l'administració: el TNC i el Lliure, amb una història recent d'èxits i entrebancs. Així doncs, la major part de les obres es fan en sales privades. En aquest capítol parlarem sobre dos models de gestió empresarial antagònics que, com a mínim, comparteixen l'amor per l'art... o tampoc?

Entrevista: Isabel Vidal, directora d'ADETCA i de Focus.

CAPÍTOL 2: L'epicentre: les sales

Descripció: Com era fa uns anys la distribució de sales de Barcelona? En concret, com era el Paral·lel? Per què ja no presenta aquesta esplendor? A l'escena teatral hi apareixen nous espais, d'altres es remodelen i n'hi ha que han d'abaixar la persiana. En aquest capítol repassarem l'històric de sales de Barcelona i parlarem de la decadència o l'auge d'espais culturals a la ciutat.

Entrevista: Mont Plans, intèrpret.

CAPÍTOL 3: Propietats i organigrames, qui és qui?

Descripció: Com funciona una empresa teatral? Quins en són els papers menys visibles? Qui té la propietat de les sales i les companyies? La producció i distribució de cada obra és un factor determinant per a l'èxit, però sovint passa desapercebut pel públic. En aquest capítol parlarem de les tasques, els perfils i les condicions dels treballadors dels teatres.

Entrevista: Isabel Vidal, directora d'ADETCA i de Focus.

CAPÍTOL 4: La llengua del teatre

Descripció: Quina és la salut de la llengua catalana en l'escena teatral del territori? Històricament ha arribat a tenir pes? Quina tipologia d'espectacles i quines sales aposten més pel català? En aquest capítol parlarem

Entrevista: Marta Vives, periodista de la secció de cultura de Catalunya Ràdio.

CAPÍTOL 5: Un pot fer-se ric amb el teatre?

Descripció: Com és el teatre com a activitat econòmica? Quin gruix d'inversió necessita? És un sector precari? La demanda de més inversió per part de l'administració pública és una reivindicació constant dels treballadors del teatre. En aquest capítol parlarem de la relació amb les institucions, dels beneficis econòmics segons la tipologia d'espectacles i dels formats més rentables.

Entrevista: Àlex Casanovas, president de l'Associació de Professionals de la Interpretació i la Direcció de Catalunya.

CAPÍTOL 6: Més actors: intèrprets i companyies

Descripció: Quins inconvenients troben en la professió teatral els seus treballadors? Quin paper juguen en el món del teatre les escoles d'interpretació? L'associacionisme del sector gaudeix de bona salut? Aquesta indústria té una naturalesa indubtablement temporal, la qual ha normalitzat la incertesa, però fa aflorar més oportunitats. En aquest capítol parlarem de la constitució de companyies i el rol que desenvolupen en el fet teatral, de la perspectiva de futur dels intèrprets i dels reptes dels sindicats d'actors i directors.

Entrevista: Andreu Mauri, intèrpret.

CAPÍTOL 7: Accessibilitat: desigualtats territorials i socials

Descripció: Com és l'oferta teatral en el conjunt del territori català? Quina tipologia d'espectacles es distribueixen amb més facilitat fora de Barcelona? Quin tipus de públic acudeix amb regularitat al teatre? Hi ha veus que sempre han defensat la descentralització del teatre a Catalunya i d'altres que volen enfortir el sector a la capital, així com iniciatives per a eixamplar i diversificar la base d'espectadors o d'altres que han blindat espais de caràcter més elitista. En aquest capítol parlarem de les problemàtiques de la ciutadania per accedir a les sales i reflexionarem sobre les mesures que podrien revertir aquestes desigualtats.

Entrevista: Clara Cols, cofundadora i directora de la Sala Flyhard.

CAPÍTOL 8: El públic: la tercera pota

Descripció: L'element indispensable del teatre és el públic i en aquest capítol volem homenatjar-lo. Parlarem dels hàbits de consum i ens aproparem per conèixer-lo: què els interessa, que valoren més d'una proposta teatral, quines són les seves sales i companyies

preferides o com ha sigut la seva relació amb el teatre al llarg dels anys.

Entrevista: Testimonis de diferents espectacles.

CAPÍTOL 9: Arts escèniques minoritàries

Descripció: Hi ha espectacles que quedin al marge dels circuits teatral? Hi ha tipologies d'obres que pels seus requeriments condicionin la seva producció i distribució? Hi ha arts escèniques estereotipades? La diversitat del fet artístic ofereix un ampli ventall de peces, algunes de les quals poden quedar eclipsades justament per la popularitat d'altres produccions. En aquest capítol parlarem de l'hegemonia entre els formats, de la inversió i la rendibilitat entre ells i dels elements diferencials dels sectors minoritaris.

Entrevista: Josep Maria Lari, intèrpret i director de la companyia Mag Lari.

CAPÍTOL 10: Quotes i legislació: intervenció institucional

Descripció: Hi ha paritat en el teatre? El sector es regula des de l'administració pública laboral o econòmicament? Com afecta la legislació en la producció escènica? El fet teatral, com qualsevol altre empresa, està determinat per la normativa que emeten els poders públics. En aquest capítol repassarem com incideix la llei en l'escena catalana i el compararem a altres activitats econòmiques del territori.

Entrevista: ICUB, Ajuntament de Barcelona.

4.4. Guió del capítol pilot

El guió és un dels eixos principals de la producció del pòdcast, que encabeix tota la tasca periodística, tant informativa com comunicativa. Després de la documentació prèvia,

l'enregistrament de talls de veu (i la posterior edició), així com de la definició de l'ambientació sonora, es reproduceix tot el contingut literari i tècnic, a l'estil americà (per facilitar la gravació i la post-producció). En ell, s'hi detalla l'estructura per seccions i s'hi indica cada entrada de so, semblant a l'escaleta radiofònica. El principal objectiu és la funcionalitat i que sigui entenedor per al locutor. De fet, s'hi plasma l'ús del llenguatge que s'ha determinat i la intenció comunicativa (subratllant paraules i expressions per propiciar una entonació concreta).

Tot seguit, un extracte del guió del capítol 1: "Titularitat: pública o privada".

SINTONIA PRINCIPAL

PRESENTADOR:

- Què és el teatre? El teatre és passió, el teatre és ànima, el teatre és un edifici públic, el teatre són els espectadors. El teatre és, sobretot, cultura.

Però aquest teatre no és solament allò que veiem, sinó un engranatge amb diversos elements que li donen forma, que fan que evolucioni o que, fins i tot, el condicionen.

El teatre també és allò que passa entre bambolines però que el públic no percep. Benvinguts, benvingudes a **Bambolines al descobert**, una fotografia de l'escena teatral del territori.

Previnguts. Teló, teló, teló.

CARETA

MÚS EDITORIAL 3P

A l'apartat 4. Annexos hi ha inserit el guió complet.

4.7. Emissió

4.7.1. Enllaç al capítol pilot (Spotify)

5. Distribució del producte

5.1. Plataformes de difusió

S'ha fet un anàlisi de diferents plataformes on poder difondre el pòdcast, ja que, al ser un format darrerament en auge, proliferen els espais per compartir aquests productes.

Spotify	Pros: Hi ha una gran audiència potencial, perquè és una de les plataformes més utilitzades per a l'escolta de contingut sonor. És fàcil accedir-hi (només s'ha de disposar d'un dispositiu electrònic i registrar-s'hi), però per a la reproducció il·limitada i lliure des d'un aparell mòbil cal pagar la subscripció Premium. A més, el procés per a penjar-hi creacions també és simple. El fet que tingui tants adeptes fa augmentar la visibilitat i la possibilitat de descobrir nous autors. L'aplicació també posa a disposició les estadístiques dels productes, així que es pot seguir l'evolució de les pujades. Finalment, en alguns països com Espanya es pot monetitzar; hi ha diversos mètodes i alguns requisits, com ara tenir 100 oients durant els últims 60 dies. Contres: El fet d'haver-se d'instal·lar i registrar-se a l'aplicació podria ser una impediment per aconseguir tot el públic possible. Si ja tenen una altra plataforma de contingut semblant també dificultaria la visibilitat. La monetització, depèn del producte, és limitada, degut als requisits esmentats. Per últim, els algorismes per a descobrir nous autors poden no beneficiar un pòdcast d'aquest tipus.
---------	--

iVoox	Pros: Té molts continguts especialment en català i gran aflluència de públic per els continguts en aquesta llengua. A més, està especialitzada en pòdcasts, per tant l'audiència que tingui aquesta aplicació buscarà precisament aquest tipus de material. També poden monetitzar-se les reproduccions i és fàcil pujar-hi i distribuir-hi peces.
	Contres: Fora del món de parla hispana té menys presència, però tenint en compte que és en català (i no castellà) no és tan important la seva difusió internacional. El programari és menys intuïtiu i atractiu que altres plataformes com Spotify i, a més a més, té molta més publicitat.
Patreon	Pros: És fàcil monetitzar el producte i crear una comunitat integrada. Hi ha diverses possibilitats per compartir el contingut, en diferents nivells. És una plataforma simple i intuïtiva, present a diversos països.
	Contres: El nivell d'ingressos depèn dels subscriptors, que paguen mensualment, i s'ha de mantenir un nivell de publicació constant. Per començar, cal tenir una comunitat formada. Aquests motius juguen en contra d'aquest pòdcast.
YouTube	Pros: Es tracta d'una de les aplicacions més populars i conegudes, per la qual cosa aporta una visibilitat molt superior. El fet que sigui en format vídeo podria no acabar d'encaixar amb el format del pòdcast. També permet la monetització i la relació

	directa (així com les interaccions mitjançant els comentaris) amb la comunitat. En el cas que hi hagués una segona temporada incloent-hi la imatge seria una de les millors opcions.
	Contres: No és una plataforma pensada especialment per a pòdcasts. Si s'hi afegís vídeo donaria una feina extra de producció. El procés de monetització també funciona segons els barems que estableix l'aplicació.
Apple Podcasts	Pros: També és una plataforma molt popular, especialitzada en pòdcasts. Es pot monetitzar el contingut a través de productes exclusius. Com Spotify, incorpora un anàlisi de les dades de reproduccions. No admet peces de vídeo, així que de moment s'escau al producte.
	Contres: Cal una validació i la monetització funciona diferent en altres països, encara que no afecti en especial aquest pòdcast.

Les dues plataformes seleccionades, un cop fet l'anàlisi, són Spotify i iVoox, tant per les seves facilitats, com per ser un espai on podrà trobar-se més fàcilment el públic objectiu.

5.2. Pla de comunicació

La finalitat de l'estratègia de comunicació és que el producte arribi al públic objectiu que anteriorment s'ha descrit. El principal mitjà que s'utilitzarà, doncs, per promocionar el pòdcast són les xarxes socials. Es tracta d'una eina de dimensió social i cultural que ha penetrat ràpida i eficaçment en el conjunt de la població global.

Com il·lustra l'Idescat, a Catalunya, el 96'4% de persones entre 16 i 74 anys són usuaris habituals d'Internet, superant l'Estat espanyol (95%) i la Unió Europea (91'7%)⁵⁸. Les dades mostren que el creixement de l'accés a la xarxa i l'ús que se'n fa a la llar és exponencial: fa 15 anys només el 70% de la població estudiada s'hi connectava recurrentment. A nivell d'Espanya, com exposa l'informe d'IAB Spain, el 86% dels internautes d'entre 12 i 74 anys utilitzen les xarxes socials, per tant, signifiquen uns 30,5 milions aproximadament. A més, aquests coneixen de mitjana entre tres i quatre aplicacions, situant-se Facebook com la més popular entre els enquestats. Tot i així, a nivell d'ús, Spotify, TikTok i WhatsApp, en aquest ordre, són les que s'utilitzen diàriament amb més intensitat. Si les analitzem segons la freqüència, però, són WhatsApp, BeReal i Instagram. Pel que fa a les interaccions, són Instagram i TikTok qui s'imposen a les estadístiques, els mateixos que estan al capdavant en qüestió de "views" (TikTok creixia un 66% i Instagram, un 285%)⁵⁹.

Després de l'anàlisi d'aquestes dades i fruit de la pròpia experiència s'han escollit tres xarxes per a desenvolupar-hi una estratègia, tot tenint en compte el públic objectiu i les possibilitats i funcionalitat que ofereixen.

Els objectius principals del pla de comunicació són:

- 1- Donar visibilitat al pòdcast entre el públic objectiu, a través d'Internet i les xarxes socials.
- 2- Augmentar la presència a les xarxes socials, tot generant contingut específic i multimèdia.
- 3- Crear una identitat pròpia i diferenciada a les xarxes, com a producte paral·lel, però complementari.
- 4- Adaptar el contingut segons la xarxa, amb llenguatges i intencionalitats diferents, per a arribar a una audiència més àmplia, segons els usuaris de cada lloc.
- 5- Fidelitzar els oients al pòdcast i aconseguir seguidors a cada plataforma de difusió, per posicionar-lo dins del mercat.

Per a assolir-los es recorrerà a les següents plataformes:

⁵⁸ Institut d'Estadística de Catalunya. (30 de gener de 2025). *Usuaris habituals d'Internet. Per sexe*. Idescat. Recuperat el 16 de maig de 2025 de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=ue&n=10145>

⁵⁹ IAB Spain. (22 de maig de 2024). *Estudio Redes Sociales 2024*. IAB Spain. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2024/>

- **Instagram:** Segons l'informe d'IAB SPain és una de les xarxes més visitades i on es produeixen més interaccions. A més, utilitza la foto com a principal format de comunicació, que segons l'estudi és el que genera més eficiència al mercat. En aquesta aplicació es crearà un perfil i hi haurà diversitat de continguts. A més de la portada de cada capítol, es penjarà material visual segons la temàtica de cada episodi, a mode de petit resum o destacant-ne els punts més importants. També es faran posts presentant l'entrevistat. Tot i això, es donarà rellevància a les històries, visibles durant vint-i-quatre hores, on hi ha la possibilitat de penjar un enllaç directe cap a les plataformes de difusió.
- **X:** L'estratègia a X passarà per penjar un enllaç de cada capítol i avisar de les properes publicacions. Aquest perfil també servirà per relacionar-se amb altres creadors i repenjar continguts externs que tinguin vinculació amb el tema del pòdcast. S'inspirarà en la comunicació de "Les Golfes".
- **TikTok:** En aquesta aplicació es buscarà la viralitat, amb continguts de caire més informal. Es penjaran vídeos de la gravació del pòdcast i d'anuncis per atraure més públic. El presentador serà una cara visible i es reproduiran formats en tendència.

Amb la presència a les xarxes es vol crear una comunitat de contactes estable, perquè segueixin en directe les novetats del pòdcast a través dels diversos perfils, permetent també la seva interacció (sigui compartint el material o a través de visualitzacions i "m'agrades", per continuar creixent en el món virtual). Altres opcions valorades en el pla de comunicació són:

- **Col·laboracions:** Una de les tasques en l'àmbit de la promoció serà trobar espais on fer publicitat del pòdcast. Per això, es contactarà amb mitjans, programes o llocs web per mostrar-los el contingut i puguin parlar-ne. Per exemple, per aconseguir entrevistes a ràdios per presentar-lo o articles en llocs web especialitzats (com el digital Núvol) on se'n faci una crítica.
- **Episodis amb públic:** Es valorarà enregistrar episodis amb públic, si la producció ho permet. D'aquesta manera, s'enfortirà el vincle amb l'audiència i aportarà un ingredient més a l'ambientació sonora gràcies a la interacció. Per això, caldrà trobar un espai adequat i el material necessari per a la gravació en directe.

6. Conclusions

Amb la creació i producció del pòdcast “Bambolines al descobert” s’ha dotat al mercat d’un producte inexistent: una peça sonora que tracta diferents aspectes socioeconòmics del teatre des d’una perspectiva crítica, amb vocació periodística. Aquest treball en recull el procés de documentació, disseny, producció i distribució, que persegueixen l’objectiu de diferenciar-se d’altres exemples d’aquest format i trobar un nínxol al mercat per a poder-s’hi posicionar. Per a això, s’ha definit una primera temporada on cada episodi desenvoluparà una temàtica concreta (l’accessibilitat al teatre, la salut de que hi té llengua o les condicions socials del sector), tot seguint una estructura determinada perquè el resultat sigui un producte cohesionat i complet.

El teatre és un àmbit de la cultura que representa un element indissociable del patrimoni i la identitat nacionals. Tot i estar suficientment vertebrat en el cas català, té moltes demandes a nivell institucional i lluita per al seu reconeixement, de manera que aquest projecte vol contribuir a la difusió d’aquestes problemàtiques a través d’un format radiofònic que convida a parlar els testimonis directes i ajuda l’oient a contextualitzar cada relat. Com que el tractament que en fan els mitjans tradicionals sovint és superflu o estereotipat, aquest pòdcast vol dedicar-se al fet teatral, però des d’una visió que sigui interessant no només per als seus consumidors habituals, sinó per al públic general. A més, s’utilitzen elements, una locució i un llenguatge atractius per a constituir-lo com a eina pedagògica, especialment enfocada als joves.

Un aspecte que ha sigut rellevant per a produir el treball han sigut la bona planificació i l’estructura seguides, així com la conceptualització i la ideació detallada del projecte. Definir les bases del futur producte és essencial per a la materialització d’aquest, així com basar-se en bons referents i, en el cas del pòdcast, agafar exemples d’èxit que funcionin entre els oients. Una de les limitacions ha sigut, sense dubte, el material per dotar de qualitat tècnica les peces i un pressupost a l’alçada per a poder-hi invertir. Com que s’han utilitzat aplicacions per a l’edició i eines per a l’enregistrament senzilles, sense poder adquirir les òptimes per a produir-lo, el resultat encara podria millorar-se a nivell auditiu. Encara més, pel que fa a l’ambientació sonora, un agent indispensable per al format, el qual “Bambolines al descobert” ha intentat donar-hi importància.

7. Bibliografia

- Bacardit, R. (2011). El teatre català del segle XIX i la realitat catalana de l'època. *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, (50), 113-138.
- Foguet i Boreu, F. (Ed.). (2008). *Teatre en temps de guerra i revolució (1936-1939)*. Punctum.
- Foguet i Boreu, F. (2017). Maria Aurèlia Capmany i el teatre dels anys seixanta. *L'Espill*, 54-55.
- Foguet i Boreu, F. (2018). L'escena catalana durant la Segona República vista per Domènec Guansé (1931-1936). *Marges, Els: revista de llengua i literatura*, (116).
- de Cabo, I. (2004). La cultura catalana sota el franquisme: la lluita pel teatre a la revista Destino: 1957-1962. *Cercles: revista d'història cultural*, 52-78.
- Gallén, E. (1993). Dades per a una anàlisi del teatre a Catalunya. 1939-1993. *Caplletra. Revista Internacional de Filologia*, 11-29.
- Gallén, E. (2015). Guillermo Díaz-Plaja, director de l'Institut del Teatre durant el primer franquisme. *Franquisme & Transició. Revista d'Història i de Cultura*.
- Gómez, S. R., Borreguero, M. A., & Hortelano, J. M. L. (2022). Radio y podcast: la nueva vida de la ficción sonora en España (2012-2021). *Austral Comunicación*, 11(2), 1-30.
- Labiano, R. (2024). España sigue siendo uno de los países con mayor consumo de pódcast (44%). Digital News Report España 2024, 142-147. Recuperat de <https://dadun.unav.edu/entities/publication/885d2469-0dae-4309-812b-6a545def596a>
- Legorburu, J. M., Edo, C., & González, A. G. (2021). Reportaje sonoro y podcasting, el despertar de un género durmiente en España. El caso de Podium Podcast. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 27(2), 519.
- López, M. A. (2024). El Grec-76: el teatre com a aposta de ruptura en la Transició a Barcelona. *Cercles. Revista d'Història Cultural*, (27), 149-176.
- Mascarell, P. (2017). El teatro clásico español en la escena nacional contemporánea: de la decadencia en la Transición al esplendor actual. *Janus: estudios sobre el Siglo de Oro*, 6, 32-55.
- Moisand, J. (2018). Teatro e identidades populares: Madrid y Barcelona, finales del siglo XIX. *Tejer identidades: socialización, cultura y política en época contemporánea. Valencia: Tirant Humanidades*, 283-304.
- Padullés, X. (2004). Les companyies del teatre independent a Barcelona durant el franquisme. *Assaig de teatre: revista de l'Associació d'Investigació i Experimentació Teatral*, 175-182.
- 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*.
- Ruiz, S., & Legorburu, J. M. (2023). Pódcast y ficción sonora en España: una relación simbiótica para recuperar un género olvidado (2013-2022). *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (62), 69-87.
- i Segalà, J. X. Q. (2016). Notes per a una història política del teatre a Catalunya (1765-1849). *Butlletí de la Societat Catalana d'Estudis Històrics*, 261-302.

Solano Fernández, I. M., & Sánchez Vera, M. D. M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit: Revista de medios y educación*, 36, 125-139.

Tenorio, I. (2009). *Podcast: Manual de podcaster*. Marcombo.

Ulldemolins, J. R., Morató, A. R., & Illa, S. M. (2012). El sistema de la política cultural en Cataluña: un proceso inacabado de articulación y racionalización. *RIPS: Revista de investigaciones políticas y sociológicas*, 11(3).

8. Webgrafia

Centre de Terminologia. (s.d.) *Pòdcast*. <https://www.termcat.cat/es/cercaterm/fitxa/MzIwNTY4>

Encuesta Pod 2022 (2022). *Encuesta Pod 2022. Un estudio colaborativo para conocer a la audiencia de podcast en español*. Podcasteros. Recuperat de https://encuestapod.com/2022/Reporte_EncuestaPod2022.pdf

Europa Press. (9 de setembre del 2021). El 55% de los oyentes de pódcast consume este formato más ahora que antes de la pandemia. Recuperat de Europapress.es. <https://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-55-oyentes-podcast-consume-formato-mas-ahora-antes-pandemia-20210909174740.html>

Europa Press. (8 de setembre de 2020). El consumo de podcast aumentó un 25% durante el confinamiento en España. Europapress.es. Recuperat de <https://www.europapress.es/portaltic/sector/noticia-consumo-podcast-aumento-25-confinamiento-espana-20200908172443.html>

IAB Spain. (22 de maig de 2024). *Estudio Redes Sociales 2024*. IAB Spain. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2024/>

Institut d'Estadística de Catalunya. (30 de gener de 2025). *Usuaris habituals d'Internet. Per sexe*. Idescat. Recuperat el 16 de maig de 2025 de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=ue&n=10145>

9. Annexos

Annex 1: Entrevista a Isabel Vidal, presidenta de l'Associació d'Empreses de Teatre de Catalunya (ADETCA) i directora del Grup Focus, una de les productores i distribuïdores més importants de l'Estat espanyol.

- Quina és la funció d'ADETCA i quins objectius teniu com a col·lectiu?

I: ADETCA neix per intentar estructurar un sector privat d'empreses productores, exhibidores i distribuïdores de teatre, perquè, sota els prismes de la unió i de treballar conjuntament, puguin avançar i demanar millores en el sector. Això és pel qual es constitueix ADETCA i l'objectiu és defensar els socis, representar-los davant de les administracions, procurar la millora dels socis, el seu creixement i anar units com a sector, per donar una visió de sector estructurat que permeti afrontar conjuntament les problemàtiques que tenim, com a sector i com a àmbit empresarial.

- Quina és la diferència entre la gestió d'una empresa, un teatre, de titularitat pública i un de privada? Teniu més llibertat artística, per exemple, a l'hora de programar?

I: Jo crec que la llibertat artística existeix a tot arreu, el que passa és que segurament hi ha molts equipaments públics que tenen un contracte programa i hi ha un marc que el director artístic d'aquell equipament ha de complir. En la part de la gestió privada, s'han d'intentar complir uns pressupostos, que són els que permeten la viabilitat de l'empresa i, per tant, quan es fa la programació tens certs condicionants. No crec que en aquests moments les empreses productores estiguem condicionades a Catalunya per cap condicionant que limiti aquesta llibertat. Sí que és veritat que no pots fer tot el que voldries: repartiments més grans, espectacles més arriscats, etc, perquè a vegades tens aquesta limitació pressupostària. Tant en el privat com en el públic, perquè també es mouen per pressupostos.

- Des d'ADETCA dieu que voleu també ser un eix de cohesió del sector del teatre a Catalunya, però, tot i així, hi ha competència entre els teatres representats?

I: Sí, és que la unió d'associacions és una unió d'interessos conjunts que no té per què significar que no puguem competir. La competència és molt bona, és sana. És necessari tenir competència si es vol créixer i si es vol millorar per l'excel·lència artística. Per tant, no té res a veure amb que competim perquè el públic entri a les nostres sales o per ser la millor sala o per tenir el millor espectacle, perquè és una competència absolutament raonable i positiva, perquè després ens unim per treballar per interessos comuns.

- A nivell d'ADETCA i també a nivell de Grup Focus, quina relació teniu amb les institucions públiques?

I: Doncs molt bona. La veritat és que hi ha un canal d'interlocució boníssim. Discutim amb absoluta lleialtat i franquesa, i amb la veritat per davant, dels problemes que tenim i les coses que volem. L'administració ens respon amb aquesta mateixa llibertat i franquesa i intentem anar conjuntament per aconseguir la millora del sector. Per tant, tots els canals d'interlocució

d'ADETCA amb l'administració estan oberts en primera línia, i ens comuniquem i ens expliquem les coses que ens passen, les bones i les no tan bones.

- I a nivell de normativa, hi ha alguna cosa que reivindicueu perquè es canviï?

I: Sí, hi ha moltes coses en què estem treballant. Si la normativa entén que som un sector d'activitat que té unes singularitats, les hauria d'acollir per facilitar la nostra activitat. I a partir d'aquí, en tots els àmbits, s'estan demanant millores i creixements. Saps perfectament que estem amb la demanda del 2% del pressupost de cultura de la Generalitat i també amb la demanda del 2% des del Ministeri de Cultura.

- Ara que parles d'això del 2%, què significaria un increment d'aquest pressupost? Després, com es plasmaria la realitat dels teatres?

I: Dels teatres i les productores. Es plasmaria d'una manera com ha passat amb els últims increments: els primers van tapar moltes mancances que venien derivades de la crisi econòmica. Ens vam recuperar una mica. Ja s'ha vist que aquests diners han estat molt positius. Com que ens acompanya també el públic, tenim una situació perfecta per encarar millores, però per a certes millores necessitem arribar a aquesta quantitat que estem demanant. Hi ha reformes, hi ha polítiques que es necessiten implantar de seguida. Per exemple, millorar les gires al territori català. Això necessita planificació i recursos.

- Com creus que és l'oferta a nivell de territori català? Hi trobeu alguna mancança o alguna dificultat, a l'hora de fer aquestes gires?

I: L'oferta que va de Barcelona a la resta de Catalunya és una oferta de molta qualitat, i l'oferta que es produeix a Catalunya i que a vegades no pot entrar a Barcelona també és una oferta de molta qualitat. El que es necessitaria és que s'incrementés, sobretot en determinats equipaments, la programació d'arts escèniques de tots els àmbits, tant de teatre, com dansa, com circ, per a totes les edats i públics. Això necessita recursos, necessita una planificació del mapa escènic català, veure on hi ha espais que estan tancats i que haurien d'estar en programació. Hi ha molta feina per fer.

- Creus que l'associacionisme dintre del món teatral gaudeix de bona salut? Teniu relació amb l'AADPC (Associació d'Actors i Directors Professionals de Catalunya)?

I: Sí, fa molts anys que tenim molta relació. Els agents de la cadena de valor que s'han pogut associar fa molts anys que ho estan i fa molts anys que han fet feina bona, fins a arribar a un nivell de maduresa molt alt. Igual que tenim bona interlocució amb l'administració, tenim molt bona interlocució amb la resta d'entitats, com pot ser l'AADPC, però també amb altres entitats com CIATRE (Associació de Companyies de Teatre Professional de Catalunya), que és una altra associació d'empreses, o TTP (Associació Professional de Teatre per a Tots els Públics), de Teatre Familiar, o l'APAC (Associació Plataforma d'Arts de Carrer), Teatre de Carrer, o amb les titelles, el circ, o la dansa. Jo crec que a nivell català podem estar orgullosos, perquè estem força vertebrats i hi ha molt de diàleg i molta comunicació entre nosaltres.

- El fet artístic fa que sigui diferent una empresa teatral d'una altra empresa de qualsevol altre sector?

I: Hi ha una base econòmica o social de la pròpia empresa que és igual a totes les empreses. Totes les empreses hem de presentar els balanços, els pressupostos, hem de comptabilitzar, hem de fer inversions, hem d'amortitzar. Això és general a tot arreu, però la nostra activitat té un punt de singular, que és que les nostres inversions depenen o de la contractació pública, quan anem de gira, o que el públic vagi a veure els nostres espectacles. Per tant, depenen de l'èxit. Hi ha altres activitats que també depenen de l'èxit per part del públic, com els restaurants o els centres comercials. Però, a més a més, hi ha un fet artístic a protegir que ho fa una activitat una mica especial, perquè les actuacions en directe, en viu, són de les coses més arriscades que hi ha, perquè hi han de confluïr molts factors. Cada dia, cada nit, quan s'aixeca el teló, el fet que tot funcioni ho converteix en una activitat especial. La resta, com la resta d'empreses.

Annex 2: Entrevista a Àlex Casanovas, president de l'Associació de Professionals de la Interpretació i la Direcció de Catalunya (AADPC).

- D'on neix i quins reptes més immediats té l'AADPC?

À: L'associació neix, depèn amb qui parlis, l'any 81, però pràcticament del que va passar durant l'estiu del 76 a Barcelona, el que és conegut com a Grec del 76, on la professió de les arts escèniques, principalment del teatre s'ajunten i demanen a l'Ajuntament de fer-se càrrec de la programació del Festival Grec de Barcelona de Teatre. A partir d'allà es veu que la unió de tot el sector possibilita el fet d'autogestionar-se i de tirar endavant projectes teatrals i oferir-los a la ciutadania de Barcelona i Catalunya a uns preus bastant assequibles, molt assequibles en aquell moment, i al mateix temps es veu que quan hi ha aquesta unió i aquesta força davant de les administracions es poden aconseguir algunes coses, algunes fites que no es pensava que s'arribarien a aconseguir.

Això va provocar que uns anys més tard, cinc anys més tard concretament, un grup decidís constituir l'Associació d'Actors i Directors Professionals de Catalunya, ADPC, que es va constituir a casa d'un dels membres que va formar part de la Junta, i a partir d'aquí es va començar a tirar endavant aquesta organització de caràcter sindical, que pretén aconseguir millores laborals de caràcter fiscal per tots els que ens dediquem al teatre. A més a més, també aconseguir que des de la societat no es vegi que aquelles coses que es demanen des d'aquest sector són privilegis, sinó que senzillament es podrien considerar equiparacions amb altres drets que ja tenien aconseguits altres sectors laborals.

- Vosaltres voleu ampliar la representativitat dins del sector cultural català. Quin és actualment el vostre lloc a dintre del sector cultural de Catalunya?

À: A veure, això ve a partir també d'aquelles dècades del 75, quan mor el dictador, i s'obre aquest procés d'entrar dins d'una democràcia. Llavors el que es fa és legalitzar una sèrie de sindicats que fins aquell moment havien estat prohibits i al mateix temps es decreta una llei orgànica de llibertat sindical, és a dir, no és obligatori estar sindicat a un col·lectiu per poder tenir una representació sindical davant de l'empresa. I aquí els que es van aconseguir mantenir van ser els sindicats que havien estat CNT, FAI, Comissions Obreres, UGT, etcètera, que ja havien estat durant el franquisme reivindicant els drets dels treballadors. Per exemple, en les

arts escèniques, la majoria d'actors estaven en sindicats com CNT i la FAI. En canvi sí que es veu al cap dels anys la necessitat d'organitzar-se per sectors, sobretot en les arts escèniques, perquè en els sindicats majoritaris som un col·lectiu relativament petit.

Quan vam aconseguir anar-nos organitzant en sindicats que ens representessin concretament el que nosaltres volíem demanar va funcionar millor. Aquesta llei de representativitat sindical diu que tu has de tenir una feina com a mínim de 6 mesos en un mateix lloc de feina, en una mateixa empresa, per poder accedir a les eleccions del comitè d'empresa, etc. Clar, en el nostre sector és molt complicat estar 6 mesos. Ara encara ho és més. Ara les produccions duren 6 setmanes, un mes i mig o dos com a màxim. Per tant, estàs amb 3 mesos i mig, 4 mesos de feina en una mateixa empresa.

Això no et dona dret a la representativitat sindical per poder negociar tu directament i parlar de tu a tu, sense haver de necessitar aquest recolzament dels sindicats majoritaris. I tot això és el que s'està treballant perquè es reconegui a través del estatut de l'artista que se'ls hauria d'atorgar a aquestes organitzacions, diguem-ne, de professionals, però que tenen un caràcter sindical i representen la música, el circ, la dansa, el teatre, etc. I hem aconseguit un primer pas, que és que en lloc de 6 mesos d'antiguitat en una mateixa empresa només es demanin 20 dies. Però, clar, aquí tenim un altre problema. Què passa quan aquesta persona deixa de treballar? Una sèrie de televisió pot estar 10 anys en antena, però a tu t'agafen només per estar o una temporada, que ja és molt, o 3 mesos en una obra de teatre.

Aquests són els punts que estem ara treballant perquè se'ns reconegui, almenys a les associacions que representem aquests professionals, que puguem tenir aquesta representativitat. Ens donaria aquest marge de maniobra de poder parlar de tu a tu, no només amb la part patronal, que ja ens reconeix aquesta representativitat, sinó també amb les administracions. O, per exemple, la possibilitat de tenir un espai on poder estar la majoria, doncs estem depenent d'espais de lloguer, perquè no se'ns dona, com tenen altres sindicats, uns espais perquè puguin desenvolupar la seva tasca sindical. O el fet de poder tenir gent alliberada. Tota la tasca que fem la gent que estem a les juntes directives d'aquestes organitzacions professionals de caràcter sindical no és remunerada, som associacions. Per tant, estem entre una mena de línia que fluctua que si se'ns reconeix una representativitat i una tasca i una feina, però per altra banda no se'ns reconeixen uns drets que sí tenen els altres sindicats a hores d'ara legalment constituïts i reconeguts com a tal.

- Ara parlaves de certes particularitats que té el sector. Podríem dir que el sector teatral funciona més o menys com una empresa de qualsevol altre àmbit o, en alguns casos, la raó artística pot prevaldre i el fa diferent de qualsevol altre sector econòmic?

À: Hi va haver una època on els empresaris teatrals eren una gent molt especial i molt particular i realment *apretaven* molt, fins al màxim i una mica més enllà. Com a exemple, fins l'any 76 no es va aconseguir un dia festiu a la setmana en el sector del teatre. Fins l'any 76 no hi havia cap dia de festa. La gent treballava de dilluns a diumenge i hi havia dobles funcions. Els dissabtes, els diumenges, a vegades n'hi havia tres: matinal, a la tarda i a la nit. Era una animalada. També és cert que hi havia gent que no treballava tots els dies de la setmana, però els que tenien la sort de treballar en una companyia o en un teatre estable anaven endavant. L'empresari sempre ha estat una paraula que fa por pel sector de l'actor o de l'actriu, fins i tot,

el director. A vegades el director coincidia que també era empresari. Però últimament el paradigma ha canviat molt i moltes companyies que estan sorgint ara, que són de nova creació, que podrien ser companyies independents perquè són ells els que es belluguen i es munten els seus projectes, són empresaris també.

Per tant, també està en les seves mans la possibilitat de canviar aquest paradigma del que és un empresari “xungo” amb una bona manera de fer-hi una bona praxis en el sector. I aquesta és una mica la tasca que des de l'AADPC també fem amb tota aquella gent que està acabant els seus estudis i vol començar a fer els seus projectes, d'intentar explicar-los i ensenyar-los-hi, perquè hi ha unes regles de jocs diferents. Però és evident que una companyia que comença no es pot comparar a una productora, que ja té una estructura empresarial molt més gran per funcionar. Està molt definit què és cada sector i què és cada cosa. Jo crec que hem de conviure.

- Hi ha productores que produeixen molts espectacles, és a dir, que són grans grups empresarials consolidats històricament molt diferents que això que em deies tu ara, sobre una companyia que potser estava començant i no tenia ni els recursos ni la trajectòria.

À: Ho pots traslladar a una companyia com Dagoll Dagom. Era una companyia de teatre i després s'ha convertit en una productora i propietària de sales. Aquestes coses van evolucionant. El que passa que n'hi ha uns que directament van definir-se com a productors empresarials i com a productors de teatre i d'altres companyies que començaven cooperativament. El mateix Tricycle era una companyia de teatre que els va funcionar tan bé, que van haver de fer dos o tres companyies Tricycle que anaven repetint els espectacles per tot el món, no només per Espanya sinó per Europa, per Amèrica i per Àsia. Van estar voltant per tot el món i després es van convertir, vulguis o no, en productores, mantenint el seu nom i la seva estructura. Vull dir, és fàcil barrejar-ho i és fàcil també identificar en el nostre sector qui està començant, i no cal que t'hagis de voler convertir en una productora.

- Des de l'associació quina posició teniu del fet que hi hagi una concentració de la propietat de teatres?

À: No ho veuria com un monopoli, perquè, a més a més, ho estem centrant només a nivell de Barcelona. Fixa't que no parlem de què passa a Girona, ni què passa a Lleida, ni què passa a Tarragona. Estem parlant d'una producció teatral i una exhibició teatral només centrada a Barcelona. A nosaltres, allò que ens preocupa és la resta, el que ens preocupa és Catalunya, què passa fora de Barcelona. I aquest és un problema que estem intentant solucionar i és un dels motius pel qual es va impulsar el Pla Integral de Teatre de Catalunya, per consolidar un circuit d'exhibició i de producció descentralitzat i que no tothom cregui que ha de passar per Barcelona perquè la seva feina sigui reconeguda. Aquest circuit d'exhibició existia abans del 2012 d'una manera molt natural i molt còmode. Funcionava molt. Hi havia el que es coneixia com els circuits de gires. Amb la crisi econòmica, a partir del 2012, va tenir una davallada importantíssima, brutal. Es va reduir pràcticament al 50% i, en alguns casos, al 60%, l'exhibició que es feia fora de la província de Barcelona.

- Quin impuls creus que li faltaria?

À: Les administracions locals hi tenen un paper importantíssim. Quan parlem de cultura, no parlem única i exclusivament de la festa major. Parlem de programacions, de circuits, de recorreguts arqueològics o museístics, de suport als artistes locals que tens, d'exhibicions de la seva obra, d'un espai on puguis fer obres de teatre o música... I és evident que cada administració local és un món. I és evident que cadascú té els recursos que té. No és el mateix parlar d'un poble de fins a 500 habitants o de 10.500 cap amunt.

- Llavors, potser parlariem també que els teatres municipals, per exemple, agafessin força i que s'invertís, per exemple, en programació i sobretot en espais, també?

À: I per què no producció? Però, clar, què vol dir, això? Vol dir que també has de tenir gent que ha de passar unes oposicions, que també han d'estar preparats per fer producció i jugar-se els quartos. Jugar-se els quartos que venen dels impostos que paga la gent del teu poble. És tan fàcil com traduir-ho en donar suport i facilitats a una companyia que comença, sigui de música, de teatre, de dansa o de circ, que estiguin correctament contractats i donats alta a la seguretat social i cobrin un sou digne mentre estan fent la seva feina. I facilitar-los un espai perquè ho puguin fer. Precisament per això, des de l'AADPC vam aplaudir una mesura que es va impulsar l'any passat des de la Direcció General de Creació, Biblioteques i Promoció Cultural, on hi havia uns ajuts a municipis amb una població inferior a mil habitants que pràcticament els pagaven el 100% del que costava una contractació professional de teatre, música, dansa o circ. La cultura de vegades només serveix per posar-nos-la en boca quan estem fent un míting de cara a unes eleccions municipals i després es queda, amb potser la participació, la contractació d'espectacles i activitats a la Festa Major. Però en canvi no et preocupes que hi hagi una programació estable en el teu municipi.

- Els vostres principals interlocutors són les administracions?

À: Sí, evidentment, l'administració local, principalment la Generalitat de Catalunya i després segueixen les diferents diputacions.

- Quina relació hi teniu?

À: Doncs mira, des de fa uns anys, des de la Generalitat, des de la Diputació, concretament de Barcelona, se'ns ha reconegut aquesta tasca que estem fent des de les associacions professionals i, concretament, a l'AADPC per millorar les condicions i el reconeixement de la tasca que fan els nostres associats i associades, els nostres professionals. Se'ns té, creiem, en una bona consideració. Ens ho hem guanyat a pols, també. Hem estat proposant, hem estat actius, hem estat sempre al servei, sigui qui sigui, qui estigui al capdavant. No venim a demanar, d'entrada, venim a oferir-nos, perquè tot allò que pugueu fer, ho tireu endavant.

- Quina relació hi teniu?

À: Doncs bona. Curiosament és bona. Sempre ha estat així. Hi ha hagut èpoques de tot, és cert. Hi ha hagut èpoques més tenses. Tot depèn de la circumstància, del moment... Però ara mateix és bona. I de vegades es pot mal interpretar, fins i tot des de dins del sector, tant des d'una part empresarial com des de la part dels actors, actrius, directors i directores: sembla que si estem bé no puguem aconseguir res més. Sí que és cert que hi ha una consciència que tenim una cosa

en comú, que és fer teatre, fer-lo en condicions, i que tothom estigui bé, tant qui inverteix els diners com qui treballa per fer-ho. I això de vegades vol dir arribar a consensos que en moments concrets potser no estan ben vistos per alguna part d'una banda o de l'altra, però que sí que ens dona aquesta força davant de l'administració de dir “senyors, estem junts en aquest vaixell”.

- Vosaltres, des de l'associació, noteu que hi ha una manera de treballar diferent o que les produccions són diferents si venen d'un ens públic que si ve d'una productora privada?

À: No hi ha gaire diferència i funciona pràcticament igual... Tenim la concepció que un teatre públic ha de pagar millor, però no. El fet d'haver treballat, haver estat triat per treballar en una producció d'un teatre públic et dona un prestigi personal. Perquè per guanyar-te la vida ja hi ha el teatre privat. És a dir, el teatre privat sempre et pagarà més diners que treballant en un teatre públic. Públic ho són tots. Per què? Perquè tots reben subvencions. Tots estan subvencionats. Tots. Un teatre públic ha de fer 10 muntatges l'any, igual que fa un teatre privat? Per mi, no. Per mi, Àlex Casanovas, no. Un teatre públic ha de poder tenir una programació que li duri 5 mesos, si és bona.

El mateix Teatre Lliure, que la gent es pensa que és un teatre públic, és una fundació privada amb molta participació de les administracions públiques de l'Estat, és cert, amb un caràcter i una vocació de teatre públic. És a dir, estan fent una sèrie de projectes que és difícil veure'ls en una sala comercial de Barcelona on la seva gran preocupació no és el rendiment econòmic, i això també ho està fent el Nacional, en altra mesura. I depèn de qui dirigeixi una part o l'altra, aquí trobaràs si t'agrada més una programació, si és més arriscada o no, si dona més impuls a l'autoria catalana o no... És igual, però és decisió de gent que al final, al capdavant, tothom que està en un teatre, tant el Nacional com el Lliure, han estat escollits a través d'un concurs públic obert i seleccionats per uns comitès. Igual que quan es tria la direcció del Festival Grec de Barcelona. Hi ha un jurat extern que rep unes propostes, que fa unes entrevistes i que al final acaba prenent una decisió.

- Tu estàs al patronat del Lliure, de totes maneres.

À: En el Teatre Nacional no hi formem part del Consell d'Administració, perquè és una societat anònima, però a la Fundació del Teatre Lliure sí que hi formem part, perquè des que es va transformar i es va constituir la Fundació del Teatre Lliure, es va decidir que l'Associació d'Actors, igual que l'Associació d'Espectadors, serien membres vitalicis de la Fundació del Teatre Lliure, i n'ostenta la representació qui en aquell moment és president o presidenta d'una o altra associació.

- Llavors, amb el Teatre Lliure i amb el TNC, com us hi relacioneu?

À: Amb el Teatre Lliure, a través de la representativitat que tenim dins del patronat, i amb el Teatre Nacional, a través de reunions amb la Direcció Artística.

- Dintre de l'Associació d'Actors hi ha rivalitat, competència, pel fet d'estar permanentment en càstings?

À: Hi és, també hi és. Cada vegada som més gent i, curiosament, cada vegada som més gent volent treballar tots a Barcelona, i Barcelona té el que té. Per una part ens queixem que les produccions que es fan a Barcelona són d'una durada molt curta, però per altra banda tots

volem treballar i presentar les nostres produccions a Barcelona. Si estirem les produccions és evident que hi haurà menys gent que pugui treballar a Barcelona. Per això, una de les mesures que volem és la consolidació dels circuits fora de Barcelona. Ho veiem com: si no es passa per Barcelona no existeixes. Nosaltres demanem que les produccions que es facin a Barcelona puguin girar, sobretot si són de teatres considerats públics.

Annex 3: Entrevista a Clara Cols, cofundadora i actual sòcia de la Sala Flyhard de Barcelona.

- Què hauria de significar per a un teatre públic nacional? Quina idea en tens tu com a creadora, com a intèrpret, com a professional? Com creus que hauria de ser aquest teatre?

C: És cert que els teatres públics tenen, evidentment, molt més finançament per part del sector públic, però clar, que hi ha un sistema de subvencions que realment beneficia totes les empreses. No és tan clara la diferència com en altres sectors. Realment, totes les empreses privades anualment reben moltes ajudes públiques. No és tan fàcil fer aquesta distinció entre uns i altres.

Un teatre com el Nacional entenc que hauria de donar veu a totes les creadores i creadores que hi ha. Per exemple, jo recordo anys enrere, quan vam començar, que hi havia el projecte del T6, el qual va ser un projecte molt interessant per donar suport a la dramàturgua contemporània i a gent jove. D'allà, realment, van sortir, d'aquella fornada, el Sergi Belbel, el Jordi Casanovas, la Cristina Clemente, el Guillem Clua, la Marta Buchaca i molts més. Són gent que van fer aquell primer pas i que després s'han pogut desenvolupar a nivell ja més comercial. Ara crec que no hi és tant, això, no hi ha aquest trampolí. I, això, penso que és una cosa que seria molt interessant de recuperar.

Evidentment, ha de ser un teatre que cuidi el patrimoni català. Els últims anys hi ha hagut molta adaptació de novel·la, per exemple, i hi ha hagut certa controvèrsia en el sector. Per què s'ha d'adaptar a una novel·la si ja hi ha moltes obres dramàtiques escrites i molts dramaturgs que estan escrivint? No sé si és la feina del teatre, adaptar novel·les. I per altra banda, a nivell més de gestió, a vegades trobes una mica a faltar... Veus actors, actrius que repeteixen: és difícil entrar en el circuit com a intèrpret. Sempre veus la mateixa gent, una mica. Es podria blindar d'alguna manera. Tal com està el panorama, que realment hi ha molts professionals, gent que treballa moltíssim i gent que treballa molt poc, i que ho acaba deixant. L'altre dia vaig parlar amb una escenògrafa que, al final, va dir "no puc viure d'això, tinc 40 anys només i ara ja no puc". I quan caus un cop ja potser no tornen a trucar.

Perquè, clar, les condicions tampoc no són les mateixes en un teatre nacional que en una sala privada. Tot i que no sé els detalls, hi ha moltes diferències de sous i tot això s'hauria, penso, de cuidar, perquè al final són els que obren una mica camí de cara a la resta de teatres.

- Creus que està bé el fet que programin tantes obres per acollir-ne tantes com sigui possible i donar visibilitat a qualsevol tipus de disciplina o no? O haurien de programar-se durant més temps?

C: Sí, al mirar la cartellera de Barcelona hi ha obres que... Al nacional mateix, hi ha obres que posen les entrades a la venda i s'exhaureixen, vull dir, obres que hi ha gent que no hi pot accedir. Però clar, ara hi ha molta gent creant i també reclamen tenir aquest espai, no? Tampoc pots allargar les obres infinitament, perquè llavors no dona circulació. A Madrid, per exemple, hi ha moltes obres que duren molt de temps, però perquè hi ha moltes produccions, molta multiprogramació, també moviment del públic. Aquí, l'espectador també arriba a un punt que diu "jo no puc preveure amb tres mesos vista què vaig a veure". En el teatre privat es fa molta multiprogramació, però hi ha un punt en detriment, perquè necessites uns mitjans, tècnics, que puguin estar muntant, desmuntant, etc. Però sense aquesta multiprogramació hi ha moltes sales que no sobreviurien.

- Al TNC hi fan falta formats perquè hi tinguin més representativitat?

C: Al Nacional, per exemple, estan fent darrerament teatre familiar, però crec que té un punt molt testimonial. Podria ser tot un debat a obrir, perquè no sempre hem de parlar de teatre de text o del teatre per adults. El teatre familiar, en aquest país, és boníssim, però totalment deixat de la mà de Déu. I al Teatre Nacional crec que hi ha quatre obres familiars que tenen dos caps de setmana per peça. Aquí també tens feina a trobar entrades.

- Des de la Sala Flyhard porteu moltes obres aquí a Vilafranca, no? Teniu més facilitat a l'hora de fer gires?

C: Nosaltres tenim un conveni amb l'Ajuntament. Inicialment, la nostra companyia va estar molt vinculada a Vilafranca. Llavors, quan ja vam començar, com a productora, a distribuir els nostres espectacles, hi veníem tot sovint, pel simple fet de ser de Vilafranca. Miraven amb una mica més d'estima les produccions que portàvem. Hi va haver un any que, com que per fer les adaptacions de les obres la nostra sala queda petita i, a més, és de dues bandes, quan anàvem a fer gira, per una qüestió de rendibilitat econòmica, havíem d'adaptar aquells formats. Hem de fer l'adaptació escenogràfica, inclús de moviments dels actors, per passar de dues bandes a una sola banda i dimensionar-ho en un teatre més gran.

Llavors, sempre necessitàvem fer estades tècniques en teatres per fer aquesta adaptació. Es fan lloguers o intercanvis, i nosaltres vam establir aquest conveni amb l'Ajuntament de Vilafranca, segons el qual hem de portar aquí certes obres durant l'any. I l'hem anat prorrogant, aquest conveni. Som com una companyia resident, i també fem activitats en paral·lel dintre d'aquesta residència: assajos oberts, tallers a centres educatius, etc. En aquest sentit ens va molt bé, perquè és l'única manera que ttenim pper transformar les obres

i després poder-les girar.

- Gireu molt?

C: Sí, ara portem un any i gairebé dos que no hem girat gaire, però sí... A la sala sempre tenim produccions en marxa, estem tot l'any fent obres allà, i llavors, sempre que hi hagi interès per part dels programadors i si quadrem disponibilitats dels equips, intentem girar-les perquè això és la manera que tenim, perquè la sala és deficitària, d'aconseguir rendabilitat. Nosaltres tenim uns suports econòmics tant de la Generalitat com de l'Ajuntament de Barcelona, i amb tot això anem fent, però també necessitem la tercera pota de tot el que són les gires, perquè és allà on tenim el benefici que fa que puguem equilibrar aquest dèficit que genera la sala, pel fet de, per

exemple, ser productora, una qüestió ideològica inicial. Tot allò que fem són produccions pròpies i assumim tota la despesa de producció. Només amb la taquilla no recuperem la inversió de totes les obres. Amb les ajudes públiques ens recuperem, però necessitem més ingressos extra, perquè quan s'acabi la temporada estiguem a zero o, en el millor dels casos, tinguem benefici. Per això hem de fer les gires.

- Des del sector en general, s'està fent prou gira?

C: Barcelona té una dinàmica de molt de teatre privat, però a la resta del territori són bàsicament teatres públics. Depèn de cada ajuntament i la política cultural que tingui, els diners que pugui invertir en teatre. Depèn molt del partit polític de l'equip de govern, també. Volen que el teatre estigui tot ple, llavors agafen les tres campiones de Barcelona, que saben que m'ompliran i així no s'arrisquen. A més, hi ha certes empreses, grans, que tenen un catàleg: Et porto la gran, la mitjana i una de més petita.

Per exemple, aquí a Vilafranca jo crec que s'ha fet un treball de públics increïble des de fa molts anys i és un cas bastant excepcional. Tot allò que es programa, la gent ho va veure, inclús obres que potser no són tan conegudes, però la gent refia del criteri del programador. Però això no ho fa tothom. I llavors en altres pobles es programen obres i potser no hi va ningú. Des de la Generalitat, s'ajuda molt a la gira i també als programadors. Hi ha el programa.cat, un programa que dona subvencions a les obres que estan girant, i els paguen una part del catxet. O, per exemple, ara també hi ha hagut les gires del Nacional. Vulguis o no, el circuit de territori és limitat. Quanta més gent entra a jugar, es fa més difícil girar. És evident que el teatre públic fa una inversió i que aquelles obres les ha de poder veure tot Catalunya. Però clar, hem de veure com es fa per conviure amb la resta.

Abans es programaven cinc o sis espectacles, però ara ens diuen que no hi ha diners. Que amb els diners disponibles, només se'n poden programar tres. I a més demanen que arribin al 100% d'ocupació. I portem els preus congelats de les produccions des de fa molts anys. I les despeses s'han triplicat: la gasolina, una d'elles. Tu vas amb catxets baixos i encara et regategen. El mercat, en el sentit de la gira, no està gaire regulat., clar, jo diria que són molts factors, no?

- Parlaves del treball de públics de Vilafranca. A què creus que es deu?

C: Ve de fa bastants anys. A banda dels tècnics i la gent que programa, també hi ha una comissió externa formada per gent de la vila de diferents edats i gustos diferents. Si no hi ha unanimitat a la comissió, doncs no es porta aquella obra. Amb la qual cosa tinc la sensació que hi ha una visió més variada i això ajuda que entrin coses diferents. Llavors, la gent confia, inclús en les coses més alternatives, perquè són coses molt potents, aquelles que venen aquí.

També tinc la sensació que aquí hi ha molta cultura teatral, però que no hi ha unes escoles de teatre realment consolidades. Hi ha moltes escoles de música i moltes escoles de dansa, per exemple, però a nivell de teatre no acaben d'arrelar. Vilafranca és una ciutat prou important i no hi ha teatre amateur, per exemple. N'hi ha més al voltant que pròpiament a Vilafranca. I em sembla curiós, vull dir, ja tenim molt de públic, però potser hi ha poca gent fent-ne, no?

Annex 4: Guió del capítol pilot “Titularitat: pública o privada”



BAMBOLINES AL DESCOBERT

CAPÍTOL 1 - “Titularitat: pública o privada”

SINTONIA PRINCIPAL

PRESENTADOR:

- Què és el teatre? El teatre és passió, el teatre és ànima, el teatre és un edifici públic, el teatre són els espectadors. El teatre és, sobretot, cultura.

Però aquest teatre no és solament allò que veiem, sinó un engranatge amb diversos elements que li donen forma, que fan que evolucioni o que, fins i tot, el condicionen.

El teatre també és allò que passa entre bambolines però que el públic no percep. Benvinguts, benvingudes a **Bambolines al descobert**, una fotografia de l'escena teatral del territori.

Previnguts. Teló, teló, teló.

CARETA

MÚS EDITORIAL

- En aquest primer capítol parlarem del teatre com a concepte, com a conglomerat empresarial i la cabuda que té al mercat. Perquè a escena s'hi troben els intèrprets, darrere l'escenari hi ha els tècnics i, en algun lloc, dins del mateix edifici o en qualsevol altre amagatall del món, hi ha les oficines, el centre de poder que dona forma a tot allò que s'aplaudeix a les sales. Des d'aquí es programa, s'administra i es distribueix el teatre. A les oficines hi ha reunions i telèfons que sonen. Des d'aquí es donen directrius i se n'acaten d'altres. Tot aquest engranatge s'estructura a través d'una jerarquia concreta i respon a uns interessos particulars. Quins són aquests interessos? Perquè, el teatre funciona com una empresa de qualsevol altre àmbit o la raó artística preval per davant de tot? De fet, hi ha dos tipus de sectors que operen dins del mercat, en general: l'empresa privada i la pública. El teatre no s'escapa d'aquesta dicotomia, tenim exemples dels dos tipus. Parlarem de Barcelona, però no cal anar tan lluny, i ara, si em permeteu, escombraré cap a casa. A Vilafranca tenim l'Auditori municipal i el Teatre Cal Bolet, que depenen de l'Ajuntament, en concret, de la regidoria de Cultura. Per altra banda, hi ha el Teatre del Casal; d'iniciativa privada i gestionat per la junta nomenada pels socis. Son dues visions d'entendre i promocionar el teatre, perquè actuen de maneres molt diferents. I

històricament també ho han fet, perquè fins fa poc era el teatre “privat”, el que no depenia de l’administració, sinó que sorgia de l’associació ciutadana, l’abanderat de la vitalitat cultural del territori. Però sembla que aquests rols hagin caducat. Traslladant-ho a la capital, hi trobem el TNC i el Lliure, dos projectes prou recents que han revertit la concepció social del teatre: aposten per un gestió semblant a la de qualsevol altre ens públic, volen incentivar la producció nacional o programen amb criteris que podríem qualificar de democràtics, potser? Perquè què és la democratització del teatre? és equitat, donar visibilitat a les minories i funcionar a través de concursos públics? O la democratització del teatre rau en l’accés que en té la ciutadania? El teatre ha de ser públic? Que fa falta encara al nostre teatre públic? Avui parlem de titularitats: pública o privada?

MÚS HISTÒRIA

12 de novembre de 1996. Sala Tallers. Amb la peça de Tony Kushner “Àngels a Amèrica” s’inaugura el Teatre Nacional de Catalunya. Tres dècades després, el projecte de Josep Maria Flotats s’ha consolidat com a punt de referència tant del sector com a nivell social. El TNC és avui un símbol de prestigi a l’alçada d’altres teatres nacionals europeus.

MÚS PIANO

La creació d'aquests espais es remunta a finals del segle dinou, amb l'aparició dels nacionalismes i la idea de l'Estat-nació. És en aquest context, a l'entrada del segle vint, on apareix el model de “cultura nacional”. Tot això té a veure amb l'època imperialista i el declivi d'aquesta. A l'Estat espanyol en destaca, sobretot, el desastre del 98, que va significar el punt i final de l'imperi, i el moviment de regeneració que el va succeir.

En el cas de Catalunya, les aspiracions nacionals avancen més lentament. No va ser fins després de la dictadura, que evidentment va ser un revés per al teatre en general i per a les institucions catalanes, quan, per fi, els poders públics van involucrar-se en el fet cultural.

Tirem una mica enrere. Abans de la Guerra Civil, el teatre de Catalunya s'havia professionalitzat, seguint els corrents europeus. S'havia liberalitzat el sector i s'havien obert noves sales. En aquest moment, a principis del segle vint, ja tenim dos tipus d'espais: uns de “privats”, exclusius per a un grup de socis, i uns de “públics”, oberts a la ciutadania, la qual pagava una entrada. Aquest fet és relativament innovador.

Tot i així, diem públiques pel que fa a l'accés, no perquè hi hagi cap institució al darrere. Tenen un propietari i es tracta d'un negoci com un altre.

Les primeres dècades del segle vint, doncs, són anys d'avantguardes, sota el paraigües de la “revolució cultural”. 1931, Segona República.

MÚS REPÚBLICA

Fins aleshores s'havia seguit la tradició teatral castellana, melodrames, costumisme, però venen aires de canvis, propiciats per aquesta “revolució cultural”. Els pocs espais que programen en català i arrisquen en formats estan, casualment, subvencionats per l'administració: parlem del Romea i del Poliorama. De fet, aquests diners fan esperonar altres empresaris a provar sort. Tres anys més tard, al 1934, les sales que programen en català han augmentat fins a sis: s'hi han sumat el Circ Barcelonès, l'Apol·lo, el Pompeia i l'Espanyol, tot i que recorren a traduccions, en comptes d'autors autòctons, tot sigui dit.

I aquí tenim un primer indicatiu del què significa el paper de les institucions: vol dir apostar per valors i filosofies que potser dins del mercat no hi tindrien cabuda. Vol dir apostar per la

llengua o tenir un marge de llibertat creativa, és a dir, trencar amb les tendències.

MÚS TERROR

El projecte cultural català només va poder ser esbossat. Entrada la Guerra Civil, atenció, es col·lectivitzen els teatres i la Generalitat l'utilitza com a arma ideològica, s'obren els teatres de manera pública. I amb la CNT al capdavant, l'executiu va uniformitzar els salaris dels treballadors teatrals, es van rebaixar els lloguers, vacances retribuïdes, a més de descentralitzar l'oferta. En mans de l'administració, es va remodelar dràsticament el sector.

Instaurat el franquisme, tot es torna negre. Es deixa de subvencionar el teatre. Però quan no s'intervé, neixen alternatives ciutadanes: pren força el teatre popular. Durant la dictadura, el director de l'Institut del Teatre, Díaz-Plaja, d'ideologia confusa, va intentar crear l'equivalent al que seria avui el TNC, anomenat llavors "Teatro de la Ciudad", tant per assimilar-se a Europa, com per dotar al règim d'una eina més de propaganda (llàstima d'aquest règim).

Aquí es demostra la importància d'un teatre nacional i públic per crear identitat, per reforçar l'imaginari, llàstima que les intencions aleshores no fossin pas democràtiques.

Simplificant-ho, podríem dir que el teatre nacional i públic és un garant dels valors democràtics?

TALL FRANCO

MÚS CABARET

Vinga, que ja s'acaba i va per bon camí. Es constitueixen el Departament de Cultura de la Generalitat, la Regidoria de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona i l'Àrea de Cultura de la Diputació. Com sempre, dualitat de poders. Socialistes als municipis i diputacions i l'executiu a mans de Convergència i Unió. Pugnes i poques inversions al territori, tot concentrat a Barcelona, el tauler de joc dels partits, que rivalitzen a veure qui pot més, qui té més despesa cultural. I fins a dia d'avui.

I anem a parlar ara de teatres públics.

MÚS PIANO 3P

El Teatre Lliure va ser fundat el 1976 cooperativament per un col·lectiu d'artistes, tot i que avui està constituït com a

fundació privada. En ella hi participen les institucions esmentades. Però és de l'Ajuntament de Barcelona de qui rep una tercera part dels seus ingressos.

La pregunta és què implica constituir-se com a fundació? D'una banda es regeix pel dret privat i la Llei de fundacions, en comptes de pel dret administratiu. En segon lloc està governat per un patronat, amb representants d'institucions públiques, però també per membres privats. Finalment, tot i rebre subvencions, pot tenir ingressos privats o patrocinis. És a dir, seria de caràcter concertat.

Ho explica l'actor i president de l'Associació de Professionals de la Interpretació i la Direcció de Catalunya, Àlex Casanovas, que també forma part del patronat del Lliure.

TALL CASANOVAS 1

Els teatres i productores, com a actors culturals, poden beneficiar-se d'aquestes subvencions. Ho subratlla Casanovas.

TALL CASANOVAS 2

I és així. Per exemple, la societat que gestiona el teatre Tantarantana, com a entitat privada, ha rebut aquest any un ajut per part de l'Ajuntament de 218 mil euros per finançar les seves activitats. Cal destacar també, que el mateix consistori va comprar el 2017 l'edifici del teatre per evitar la seva venda a un fons d'inversió i preservar aquest projecte cultural.

La Sala Beckett, que funcionat semblant al Lliure, ja que l'edifici és de propietat municipal, però ho gestiona una fundació privada a través d'un patronat, ha rebut aquest any un ajut de mig milió d'euros. La mateixa situació també es reproduïx al Liceu. L'ajut corrent que li pertoca és d'uns dos milions, però totes aquestes entitats poden i, de fet, demanen ajuts extres per a conceptes específics.

I no només aquestes fundacions. Dagoll Dagom ha estat subvencionat amb 12 mil euros en motiu d'activitats pels seus 50 anys. El conveni que l'Associació d'Empreses de Teatre ha firmat amb l'Ajuntament per a la diada de "Cap butaca lliure" ascendeix als 24 mil. O un altre exemple, el Romea i el Goya, propietat del Grup Focus, han rebut 40 mil euros per a les activitats familiars que desenvolupen.

Més enllà de les xifres, que en realitat representen quantitats ínfimes pel que fa als pressupostos globals de Barcelona, demostren que el suport i col·laboració de les institucions són cabdals per a garantir la vida cultural. La següent

pregunta és si són suficients o no? O si haurien de virar tots cap a models com els dels concertats? Si l'Ajuntament s'ha de fer càrrec de la salut cultural i com ha de fer-ho? Si invertint diners o incidint-hi directament?

Tot i així, els patronats de les fundacions hi ha sovint representació sindical i d'intèrprets a nivell personal, com explica Àlex Casanovas. Com a president de l'AADPC, forma part del patronat del Lliure.

TALL CASANOVAS 3

Pel que fa el TNC, es tracta d'una institució de caràcter públic creada i gestionada des de la Generalitat, a través d'una societat propietat en la seva totalitat del Departament de Cultura, qui en defineix l'estratègia i en supervisa el funcionament. De fet, la mateixa Generalitat es fa càrrec de part del pressupost: dels 15 milions totals, l'any passat va aportar-ne 12.

I és que mirant la cartellera d'aquesta temporada, hi ha un fet remarcable: el Teatre Nacional de Catalunya és qui ha programat més obres exclusivament en català, 18. Només 3 han sigut en castellà. Qui el segueixen, amb 17 peces en llengua catalana, són el Lliure i el Tantarantana. Un altre punt

a destacar és que els únics que no tenen cap espectacle en català són de caràcter privat. En aquest cas es tracta del Tívoli i l'Apolo.

Per acabar d'aprofundir sobre el sector públic i privat, en el capítol d'avui ens acompanya la Isabel Vidal. És la presidenta d'ADETCA, l'Associació d'Empreses de Teatre de Catalunya, i també directora del Grup Focus, una de les productores líders en la creació i distribució d'art escèniques a l'Estat espanyol. Aquesta empresa gestiona els teatres Condal, Romea, Goya, La Villarroel i La Latina, de Madrid.

Quins son els reptes del sector privat? Com es relaciona aquest amb els ens públics? Parlem també amb ella de territori, associacionisme, pressupostos, i, sobretot, teatre.

Previnguts. Teló, teló, teló...

SINTONIA ENTREVISTA

MÚS ENTREVISTA 3P

ENTREVISTA / VIDAL / ... A TU (9'26'')

MÚS CHICAGO

Com és el teatre! Què complicat entendre'l, però com ens agrada! Què faríem sense ell? Estar tot el dia tancats en gimnasos? Que ens encanten els estímuls d'Internet, i les aplicacions, i la wifi, però on hi ha més estímuls, que en un escenari? Si tens llums, música, paraula, moviment, fum, fum, també, molt de fum i idees, molt important, les idees. Que a vegades, el fet que siguin imperfectes, siguin públics o privats, potser és un mal menor.

(Tus) Ara m'agafa la tos. Tinc la gola seca, de tanta xerrameca. Passem a l'espai dels col·laboradors, que parlin ells, tu.

(Silenci)

Ai, perdó, previnguts. Teló, teló, teló!

SINTONIA CIRC

Comencem amb el Mag Lari, un dels il·lusionistes més importants del país que, a més de dirigir la seva pròpia companyia, dirigeix també l'últim espectacle de El Mago Pop. Lari, tot teu.

TALL LARI

De les arts escèniques minoritàries passem a les sales petites. La cofundadora i sòcia de la Sala Flyhard Clara Cols parla dels reptes i deures del sector. Envadant, Clara.

TALL COLS

Ens desplaçem ara a la redacció dels Informatius de Catalunya Ràdio. L'escriptora i periodista Marta Vives, cap de la secció de cultura i especialitzada en arts escèniques hi diu la seva. Marta:

TALL VIVES

Canviem d'estudi i passem a iCat per un últim comentari, amb la prescriptora cultural Bet Molina. Bet, com hauria de ser el teatre públic de Catalunya?

TALL MOLINA

MÚS TENSÍO

Titularitat: pública o privada. Les institucions públiques no sempre s'han involucrat de manera directa en el fet teatral. Però quan ho han fet, han enfortit l'ús de la llengua i han donat espai a diferents disciplines i formats que tendeixen a quedar relegats dels circuits culturals convencionals. Tot i així, encara queda feina per fer. El teatre públic potser no és tant públic, ni el teatre privat és tant privat. Una cosa és clara: un teatre nacional i públic construeix i dona visibilitat a la identitat d'un país; el fet cultural no és en va. I d'altra banda, podem afirmar que Catalunya gaudeix d'un sector privat vertebrat i ben avingut, amb encara demandes a l'esquena, però que fa història. El del teatre, és un sector desigual, amb moltes particularitats i arestes, que treballa tant per l'èxit com pel públic. Avui en dia, sense diners públics, no tindríem un teatre català tal com el coneixem.

Fins aquí el capítol d'avui.

SINTONIA FINAL

Esperem que hagi sigut del vostre grat, sinó, al sortir, podeu reclamar a taquilla i us tornaran els diners. Això es tracta d'un pòdcast autogestionat per mi mateix, el capítol pilot d'un Treball de Fi de Grau. Abans de marxar, però, recordeu: aneu al teatre! Sigui públic o privat, petit o gran, en qualsevol llengua, de Barcelona o no. Bé, que cadascú triï en conseqüència, ja us ho fareu. Però aneu al teatre. Per a saber-ne més, sempre, "Bambolines al descobert". Tornem

tan aviat com sigui possible. Gràcies per escoltar-nos, un forta abraçada. I, ara, aplaudiu, fins que us sagnin les mans! No ens veieu però farem també tres salutacions. Una, dos i tres, estic fent un petó al terra de l'escenari. Ai, gràcies pel ram de flors, no feia falta. Tiro petons a l'aire. Em cau una llàgrima. Quina estrena! Miro entre bambolines perquè surtin a saludar els tècnics. Ai, no que també també soc jo. Faig adéu amb la mà, una última mirada al públic. Fosc. I previnguts. Avall teló!