

Treball de Fi de Grau

Títol

Converses de Sobretaula: creació i producció d'un videopodcast de proximitat en el panorama mediàtic català

Autoria

Joel Lluís Benito Quiñonero

Professorat tutor

Alberto Cabello Hernández

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:	Converses de sobretaula: creació i producció d'un videopodcast de proximitat en el panorama mediàtic català		
Castellà:	<i>Converses de sobretaula</i> : creación y producción de un videopodcast de proximidad en el panorama mediático catalán		
Anglès:	<i>Converses de sobretaula</i> : creation and production of a proximity-based video podcast in the Catalan media landscape		
Autoria:	Joel Lluís Benito Quiñonero		
Professorat tutor:	Alberto Cabello Hernández		
Curs:	2024/25	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques
			Comunicació Interactiva
			Comunicació de les Organitzacions

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Periodisme audiovisual, videopodcast, diàleg social, sobretaula, gastronomia catalana, proximitat
Castellà:	Periodismo audiovisual, videopodcast, diálogo social, sobremesa, gastronomía catalana, proximidad
Anglès:	Audiovisual journalism, video podcast, social dialogue, table talk, catalan gastronomy, proximity

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

Català:	Amb aquest treball es proposa la creació i producció d'un videopodcast de sis episodis titulat <i>Converses de Sobretaula</i> , emmarcat dins l'àmbit del periodisme de proximitat i centrat en el panorama mediàtic català. Cada episodi consisteix en un diàleg entre una personalitat referent a Catalunya en algun sector (esport, cuina, literatura, música...), i una altra persona anònima, que conversaran sobre diversos aspectes de la realitat cultural i social catalana. Aquesta trobada propiciarà l'intercanvi d'històries i vivències personals que, alhora, seran expressió del sentir col·lectiu d'un territori en un moment determinat. El projecte contempla tota la planificació del videopodcast: la descripció de la idea, el càsting, la preparació dels rodatges, l'estructura dels episodis i l'estratègia de distribució, entre altres aspectes.
Castellà:	Con este trabajo se propone la creación y producción de un videopodcast de seis episodios titulado <i>Converses de Sobretaula</i> , enmarcado dentro del ámbito del periodismo de proximidad y centrado en el panorama mediático catalán. Cada episodio consiste en un diálogo entre una personalidad referente en Cataluña en algún sector (deporte, cocina, literatura, música...), y otra persona anónima, que conversarán sobre varios aspectos de la realidad cultural y social catalana. Este encuentro propiciará el intercambio de historias y vivencias personales que, a la vez, serán expresión del sentir colectivo de un territorio en un momento determinado. El proyecto contempla toda la planificación del videopodcast: la descripción de la idea, el casting, la preparación de los rodajes, la estructura de los episodios y la estrategia de distribución, entre otros aspectos.
Anglès:	This project proposes the creation and production of a six-episode videopodcast entitled <i>Converses de Sobretaula</i> , framed within the field of proximity-based journalism and focusing on the Catalan media scene. Each episode consists of a dialogue between a Catalan personality in some sector (sport, cooking, literature, music...) and another anonymous person, who will talk about various aspects of the Catalan cultural and social reality. This meeting will encourage the exchange of personal stories and experiences which, at the same time, will be an expression of the collective feelings of a territory at a specific moment in time. The project includes the entire planning of the videopodcast: the description of the idea, casting, the preparation of the filming, the structure of the episodes and the distribution strategy, among other aspects.

Sumari

1. Introducció	5
1.1. Objectiu	8
1.1.1. Objectius formals	9
1.1.2. Objectius audiovisuals	10
1.2. Justificació i pertinença	11
1.3. Metodologia	13
1.3.1. Primera fase. Conceptualització, recerca i context teòric	14
1.3.2. Segona fase. Guió, desenvolupament de continguts i proposta de viabilitat	15
1.3.3. Tercera fase. Producció, execució i distribució	17
2. Descripció del format. Videopodcast, la sobretaula i la conversa	18
2.1. El videopodcast	18
2.2. La sobretaula i la gastronomia catalana	19
2.2.1. La importància de la sobretaula en la cultura mediterrània	19
2.2.2. Característiques de la gastronomia catalana	20
2.3. La conversa i el diàleg com a eina d'aprenentatge i empatia	22
3. Projecte	23
3.1 Títol del projecte	23
3.2. Gènere del projecte	23
3.3. Temàtiques i formats	24
3.4. Sinopsi i descripció concreta de la idea	24
3.5. Conceptualització	25
3.5.1. Idea central	27
3.6. Anàlisi de referents	29
3.6.1. Projectes destacats i referents	29
3.7. Anàlisi de competència	32
3.8. Escaleta	34
3.9. Composició visual	37
3.9.1. Moodboard	37

3.9.2. Estil fotogràfic	38
3.9.3. Estil de llum.	39
3.9.4. Tipografies	39
3.9.4.1. Tipografia dels títols i de la careta	39
3.9.4.2. Tipografia dels subtítols, descripcions i altres textos	40
3.10. Teaser del projecte	40
3.10.1. Disseny gràfic pel teaser	41
4. Pla de producció	44
4.1. Planificació dels rodatges. Preproducció	44
4.1.1. Relació de mitjans humans dels quals es disposen	44
4.1.2. Relació de mitjans tècnics dels quals es disposa	49
4.1.3. Localització	50
4.1.4. Proposta de càsting	51
4.1.4.1. Personalitats referents en diversos àmbits del panorama cultural, artístic i gastronòmic català	54
4.1.4.2. Personalitats referents en diversos àmbits del panorama cultural, artístic i gastronòmic català (descartats)	62
4.1.4.3. Persones que compartiran taula amb cadascun dels convidats reconeguts	65
4.2. Pressupost	68
4.3. Producció. Cronograma, pla de rodatge i gravació	71
4.4. Postproducció	73
4.5. Pla de programació i distribució	76
4.6. Proposta transmèdia. Característiques i accions per a cada canal	77
5. Conclusions	78
6. Referències	83

1. Introducció

El 20 d'abril de 2021, la cadena de ràdio dels Estats Units National Public Radio Music va publicar a Youtube el Tiny Desk (Home) Concert del cantant i cineasta madrileny Antón Álvarez Alfaro, més conegut com a C. Tangana. El Tiny Desk Concert és un format d'actuacions musicals enregistrades habitualment a l'oficina de la cadena a Washington D. C. que es publiquen a internet.

Aquests concerts van començar a publicar-se l'any 2008, quan el presentador Bob Boilen i un productor de la cadena van anar a veure un concert a un bar en el qual hi havia molt xivarri. Com no van poder sentir res, van tenir la idea de convidar l'artista a les oficines i començar amb aquest format (Boilen, 2018). «Tiny Desk Concerts At 10: How One Miserable Show Led To A Magical Concert Series». NPR). Des d'aleshores s'han publicat centenars d'actuacions de diferents artistes.

L'actuació de C. Tangana és una de les més particulars per diversos motius. Primer, perquè va ser enregistrada durant el període de la covid-19. Els concerts d'aquella època es van gravar de forma remota, i els artistes feien els concerts des de casa seva o des d'algun altre espai que triessin. Aquell concert es va enregistrar en una casa, no se sap pas si era casa seva o un escenari que es va muntar per a l'ocasió.

El segon motiu és que va ser molt innovador amb el format. Habitualment, els músics convidats per NPR utilitzen un únic escenari o ambient, on té lloc el concert sencer. En canvi, ell va optar per repartir el concert en dos escenaris. En tercer lloc, va participar en el concert un octet de corda. És poc habitual que en aquest format hi apareguin aquest tipus d'instruments.

Però el gran motiu que va fer única l'actuació va ser que C. Tangana va convidar els seus amics músics a tocar amb ell les seves cançons, i va organitzar una autèntica sobretaula. Artistes de tant renom com Kiko Veneno, La Húngara, Antonio Carmona

(integrant del mític grup Ketama), i el mateix C. Tangana, tots acompanyats d'un cor de veu i palmes, van muntar una autèntica festa flamenca (Sisí, 2021).

L'actuació va incloure quatre cançons del seu últim àlbum d'estudi, *El Madrileño*, que va tenir un èxit rotund entre l'audiència, la crítica i l'acadèmia, ja que va ser guardonat amb dos premis Grammy Llatins, i va rebre 3 nominacions més, entre les quals la d'Àlbum de l'Any. Aquest disc ha tingut una gran rellevància en la cultura popular espanyola dels últims anys, especialment entre els joves, i ha estat un èxit peculiar. Mentre que habitualment, la música més aclamada per aquesta franja d'edat és el reggaeton, el hip-hop i el pop, C. Tangana va publicar un àlbum que reivindica els cançoners folklòrics espanyols i llatins: el flamenc, la rumba, el guaguancó cubà, la bossa nova, el bolero... (Marcos, 2021). I aquests ritmes clàssics els barreja a la perfecció amb sons moderns, més propers als gustos musicals dels seus oients. *El Madrileño* és un disc de diàleg entre el present, l'època digital, amb el passat rural i urbà d'Espanya, i més concretament, de Madrid (Río, 2021). A més del so, l'estètica dels videoclips les lletres de les cançons també van ser molt innovadores, paradoxalment per recuperar elements i símbols tradicionals i populars que havia instrumentalitzat l'extrema dreta, com el folklore i les festes catòliques, i retornar-los al públic general (García, 2025).

A l'inici del procés per triar un tema per al Treball de Final de Grau (TFG), l'àlbum d'*El Madrileño* i el Tiny Desk Concert van tornar a la memòria, i en revisitar-los, es va encendre una espurna d'inspiració. Va ser el punt de partida d'aquest Treball de Final de Grau, la idea embrionària. Va sorgir la voluntat de crear un projecte que barregés el periodisme audiovisual i el concepte de la sobretaula, la unió de persones de diverses generacions, procedències i opinions en un àpat, de la mateixa manera que C. Tangana va unir els músics al voltant de la taula en l'actuació. Mesclar elements tradicionals i modernitat, gent d'edat avançada amb adolescents. Es volia recuperar un espai pausat de trobada entre persones, recuperar alguns dels valors i les tradicions que l'estil de vida actual, amb un ritme frenètic, lligat a la immediatesa i al desenvolupament constant de noves tecnologies, no ens permet

gaudir tan sovint. El que no se sabia encara era com dur el format de la sobretaula a un producte audiovisual inèdit.

Enllaç del vídeo del concert (NPR Music, 2021).

https://www.youtube.com/watch?v=SW6L_ITrIFg



Imatge extreta del Tiny Desk (Home) Concert de C. Tangana

La idea final i el naixement del projecte va néixer unes setmanes després. Va sorgir en una conversa en la qual es parla de la cançó *Les aventures del General Lluna* de Guillem Gisbert, inclosa en el seu primer àlbum d'estudi, *Balla la masurca* (2024). La lletra d'aquesta cançó narra les peripècies d'un personatge fantàstic, que s'embarca de polissó en un vaixell amb destí a Cuba que rep el nom d'El Català, i viu un viatge esbojarrat, en el qual es troba amb personatges peculiars i ha d'estar pendent per sobreviure constantment. Tot i ser una història irreal, aquesta cançó que imita una batalleta que podria explicar-li un avi al seu net, va ser la clau per a trobar-li una forma al projecte. Optaríem per un format en el qual persones anònimes conversessin amb personatges reconeguts, i compartint una sobretaula, expliquessin històries personals i familiars. A partir de les seves vivències aniran sortint diversos aspectes de la realitat social i cultural de Catalunya, sobre els quals els convidats debatran i compartiran les seves opinions i reflexions, amb les quals l'audiència es podrà sentir identificat.

Així va néixer *Converses de Sobretaula*, un videopodcast de proximitat en el panorama mediàtic català. Aquest Treball de Fi de Grau es basa en la planificació i

l'elaboració de tots els aspectes necessaris per a produir aquest programa, la primera temporada del qual constarà de sis capítols. Inclou tots els aspectes tècnics, els criteris visuals i d'edició, la producció, la planificació dels rodatges i els calendaris de treball i entrega del producte, una proposta econòmica i una de distribució transmèdia. La sensació de l'autor del treball és que aquest format té molt potencial i es podrien fer més, però es creu que és un producte de molta complexitat i dificultat tècnica, narrativa i d'organització. Per tant, aquest TFG només inclou la producció d'una primera temporada de sis episodis.

En aquest TFG s'han completat les dues primeres fases, que corresponen al procés d'investigació i disseny del producte audiovisual, i està prevista una tercera etapa de producció i llançament un cop s'aconsegueixi finançament per a dur a terme la gravació i edició dels episodis.

Per acabar, es considera important destacar que l'autor d'aquest treball és fundador i soci de la productora audiovisual i agència creativa El Gamatzem. Es tracta d'una petita empresa creada el 2023, però que parteix d'una iniciativa periodística amateur que feia anys que feia documentals de periodisme local a Tossa de Mar. L'activitat de la productora es divideix en la producció de continguts digitals, la producció de documentals, la comunicació corporativa i institucional i l'organització d'esdeveniments. Aquest treball conté les primeres passes d'un projecte que El Gamatzem vol fer realitat en un futur, amb la col·laboració d'algun mitjà de comunicació. El Gamatzem ha tingut reunions amb l'equip de continguts digitals de 3Cat, i s'ha mencionat aquest format. La proposta ha estat rebuda amb bons ulls per part d'alguns responsables de continguts de 3Cat, però aquesta conversa va tenir lloc a la fase inicial del treball.

1.1. Objectiu

Aquest treball té l'objectiu de planificar tots els detalls per a la futura producció i distribució del videopodcast documental de sis episodis *Converses de Sobretaula*, un programa que s'emmarca en el periodisme audiovisual de proximitat. Cada

episodi consisteix en un diàleg entre una personalitat referent a Catalunya en algun sector (esport, cuina, literatura, música...), i una altra persona anònima, que conversaran sobre diversos aspectes de la realitat cultural i social catalana mentre comparteixen un àpat.

Aquesta trobada estarà moderada per un presentador, i a través dels plats que trien els convidats, música, i altres preguntes i jocs que els proposarà el presentador, es propiciarà l'intercanvi d'històries i vivències personals que, alhora, seran expressió del sentir col·lectiu d'un territori en un moment determinat.

Amb la recerca teòrica, l'anàlisi del mercat i la competència i la planificació dels episodis amb la seva producció, rodatge, edició, distribució transmèdia i proposta de finançament, el Treball de Final de Grau servirà com un dossier on es pot trobar tota la informació per tirar endavant el projecte.

Per a planificar el videopodcast, s'han detallat una sèrie d'objectius secundaris, que s'han dividit en formals, és a dir, tot allò que fa falta per a dur a terme el producte final, tota la planificació periodística i la viabilitat econòmica del projecte; i per una altra banda, els objectius audiovisuals, que engloben tot el que es vol transmetre a l'espectador.

1.1.1. Objectius formals

- Idear un projecte audiovisual viable per a la seva producció des de la productora El Gamatzem. Es dissenyarà un format que, a banda de tenir valor narratiu i periodístic, sigui tècnicament i econòmicament assumible per a una productora petita com El Gamatzem. El projecte es planteja amb una mirada professional però realista, tenint en compte els recursos disponibles i els canals de distribució actuals. Això garanteix que el videopodcast no només sigui una proposta acadèmica, sinó també un producte audiovisual executable i sostenible.

- Dissenyar una temporada de sis episodis d'un videopodcast sota el títol *Converses de Sobretaula*, incloent-hi totes les fases de preproducció, producció i postproducció.
- Aplicar els coneixements periodístics i audiovisuals adquirits durant el grau de Periodisme, combinant recerca, la conceptualització de projectes audiovisuals, la producció periodística, l'escriptura de guions, la planificació multiplataforma i l'emprenedoria en el sector de la comunicació.
- Planificar la distribució dels capítols mitjançant plataformes digitals amb una estratègia bàsica de difusió i visibilització.

1.1.2. Objectius audiovisuals

- Retratar la diversitat d'orígens, situacions socioeconòmiques i experiències que conviuen a la societat catalana, donant veu a històries personals que sovint no tenen espai en els mitjans tradicionals.
- Promoure la cultura catalana mitjançant la llengua, el context gastronòmic i les tradicions familiars que es transmeten a través de les sobretaulas.
- Fomentar l'ús del català com a llengua vehicular del videopodcast, destacant-ne la vitalitat i la capacitat d'acollir veus diverses i contemporànies, i que reflecteixi que el català pot ser una llengua integradora, tant dins com fora dels mitjans de comunicació.
- Posar en valor la gastronomia com a element identitari de la nostra cultura, utilitzant l'àpat i la sobretaula com a espai de connexió emocional i cultural.
- Crear un format audiovisual íntim i proper, que combini el to distès de la sobretaula amb una narrativa emocional, humana i reflexiva.
- Construir una estètica coherent amb els valors del projecte (proximitat, calidesa, autenticitat) a través de la posada en escena, l'ús de la llum càlida i natural de les cases de poble antigues i el ritme de muntatge pausat, però amb transicions perquè no sigui un producte monòton.
- Experimentar amb el videopodcast com a gènere híbrid, entre el documental, el pòdcast i el periodisme narratiu, explorant les seves possibilitats expressives.

- Crear un programa que convidi a escoltar, on hi hagi diàlegs interculturals i es fomenti l'aprenentatge, l'empatia i el diàleg intercultural, i a reflexionar sobre la identitat, les arrels i la convivència.

1.2. Justificació i pertinença

El periodisme audiovisual està en un procés de transformació constant a causa de les innovacions tecnològiques, que permeten produir continguts de totes les temàtiques i de tots els formats possibles; i també de les dinàmiques de consum, que aboquen a continguts digitals curts, ràpids i poc profunds, especialment dels que estan enfocats a persones joves, però cada vegada més a públics de totes les edats. La idea de *Converses de Sobretaula* és crear un programa amb un significat i una càrrega cultural profunda, amb converses enriquidores que atregui el públic general. Això no obstant, per tal de fer que vegin el programa, no només hem d'esperar que els usuaris entrin a les plataformes de distribució dels episodis, sinó que també s'ha d'arribar al públic objectiu per la via que més utilitzen, les xarxes socials.

És crucial fer un projecte que, a part de poder ser consumit en la seva forma "completa", és a dir, veure el videopodcast sencer, es faci una estratègia transmèdia per tal que arribi al nostre públic objectiu. La idea és que alguns fragments dels episodis es divideixin en breus píndoles que es publicaran a diferents xarxes socials com Instagram, Tiktok i X (abans Twitter), especialment les dues primeres, que són les plataformes que més promouen els continguts verticals. D'aquesta manera, si es publica contingut adaptat als patrons de consum més habituals dels espectadors, i les píndoles del pòdcast són prou interessants i aconsegueixen captar l'atenció, podrem canviar els patrons de consum habituals dels espectadors i que vegin el programa sencer.

A continuació es desenvolupen els principals motius que han motivat la creació d'aquest projecte com a Treball de Final de Grau:

- Producte original. Hi ha alguns programes en els quals es recreen ambients de sobretaula, però no existeix gairebé cap programa en la qual els participants hi facin un àpat i una sobretaula real. En aquest cas un dels objectius seria veure com l'acte de conversar durant i després d'un àpat estimula la conversa i dona lloc a l'aprenentatge i a l'intercanvi de coneixements i experiències.
- Recuperació d'un espai de conversa pausada. La sobretaula és un moment de calma, un espai on s'han transmès històries, valors i vivències de generació en generació. En una societat cada cop més accelerada i hiperconnectada, el projecte reivindica la importància d'escoltar i compartir des de la proximitat i la reflexió. Aquesta dinàmica comunicativa contrasta amb el ritme vertiginós de les xarxes socials i aporta una mirada alternativa als discursos dominants.
- Promoció dels valors culturals i gastronòmics com a eines de connexió. El context d'un àpat compartit no és només un recurs estètic o escènic, sinó també narratiu i simbòlic. La gastronomia esdevé un element identitari que connecta passat, memòria i territori. A través de plats típics, rituals familiars i música, es vol crear un clima en el qual els convidats recordin relats familiars, en molts casos històries de migracions, en les quals les famílies s'han adaptat a la cultura catalana mentre intentaven mantenir les seves arrels.
- Resposta a la manca de referents culturals i programes socials per a joves. Actualment, molts joves no aconsegueixen identificar-se amb els continguts que ofereixen els mitjans convencionals. A les xarxes socials, l'oferta de pòdcasts i programes de conversa se centra al voltant dels mateixos temes: la identitat de la gent jove, la salut mental, la cultura pop, la sexualitat i les creences. Es creu que els joves també poden estar interessats en altres temàtiques, i *Converses de Sobretaula* ofereix una alternativa, amb històries autèntiques explicades per persones diverses, algunes amb visibilitat mediàtica i d'altres anònimes. Aquesta combinació aporta credibilitat, empatia

i inspira noves formes de representació col·lectiva que poden generar identificació i sentit de comunitat.

- Equilibri entre persones anònimes i persones reconegudes públicament: Un dels valors diferencials del projecte és la combinació de veus reconegudes amb veus anònimes, amb l'objectiu de trencar jerarquies narratives i posar en igualtat d'importància les experiències de vida, siguin mediàtiques o no. Aquest plantejament permet que les persones habitualment excloses de l'agenda cultural i la dels mitjans de comunicació trobin un espai per ser escoltades i valorades. Alhora, el fet de compartir taula amb figures públiques afavoreix una connexió més natural, propera i horitzontal, generant converses més riques, empàtiques i autèntiques.
- Vinculació personal i laboral. Aquest projecte de videopodcast junta moltes de les grans passions. Ser periodista no era un desig des de petit, no vaig començar aquests estudis fruit d'una vocació d'anys, però sempre m'ha fascinat la història, la literatura, la música, i aquelles persones que són capaces de transmetre els seus coneixements i les seves motivacions i inquietuds culturals a través dels mitjans de comunicació i les xarxes socials. La creació d'El Gamatzem ha permès complir moltes de les meves aspiracions, i *Converses de Sobretaula* seria el repte més gran afrontat fins al moment, per intentar transmetre una part de la nostra identitat i de la nostra cultura a través d'altres veus, d'històries i d'anècdotes desconegudes amb les quals ens puguem identificar.

1.3. Metodologia

A continuació s'exposarà com s'ha dut a terme la planificació del projecte *Converses de Sobretaula*, i també es contempla els passos a seguir per a la producció final del videopodcast. S'han tingut en compte els processos de presentació de projectes a la

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i s'han fet fins a dues reunions amb l'equip de direcció de continguts de 3Cat i EVA¹.

En aquest TFG s'han completat les dues primeres fases, que corresponen al procés d'investigació i disseny del producte audiovisual, i està prevista una tercera etapa de producció i llançament un cop El Gamatzem aconsegueixi finançament per a dur a terme la gravació i edició dels episodis.

1.3.1. Primera fase. Conceptualització, recerca i context teòric

Abans de començar aquest Treball de Fi de Grau, en les reunions creatives d'El Gamatzem s'havia reflexionat sovint sobre la importància de la sobretaula en la cultura mediterrània, especialment centrant-se en la catalana, i sobre la possibilitat d'emprendre algun projecte audiovisual al voltant d'aquest concepte. La música de l'àlbum *El Madrileño*, i posteriorment el Tiny Desk Concert mencionat a la introducció del treball, havia obert la porta al públic general a recuperar aquesta tradició en la cultura "pop". Es volia fer un producte nou, que fos diferent de la resta de formats. El programa de televisió *La Sobretaula*, en el qual un grup de personatges coneguts visiten un municipi i descobreixen la història, els restaurants i els productors locals, era massa semblant a la idea que havíem tingut.

Les primeres setmanes, aleshores, van servir per anar donant forma a una idea perquè fos única, calia focalitzar en un tema per diferenciar-nos. En aquell moment, a través de la cançó *Les aventures del General Lluna*, de Guillem Gisbert, va ser la clau que obria la porta al projecte. La lletra narra, com si d'una novel·la èpica es tractés, l'odissea d'un polissó a bord del vaixell El Català. Es va decidir que, en aquest pòdcast, històries i batalletes de personatges coneguts i referents es barreguessin amb les vivències de persones anònimes. Aquestes persones tindran edat, gènere, orígens i interessos diferents, però a vegades de forma més evident i d'altres no tant, es trobaran punts en comú. A més, cap dels elements del programa,

¹ 3Cat és l'ens públic que gestiona els mitjans de comunicació audiovisual de la Generalitat de Catalunya, els canals de Televisió de Catalunya i el grup d'emissores de Catalunya Ràdio, a més dels continguts digitals generats per aquests mitjans. El 2023, la CCMA va estrenar EVA, una plataforma digital dedicada a generar continguts en obert adreçats a adolescents i joves.

el menjar, la música, seria banal. Tota aquesta barreja serà un reflex en miniatura de la cultura catalana.

Un cop es va decidir el tema, es va emprendre la tasca de recerca de fonts documentals. Es van obrir tres línies temàtiques per investigar, per facilitar la cerca d'informació. El primer punt es va basar en estudiar l'evolució del sector audiovisual del periodisme cultural i l'entreteniment, des de la televisió i la ràdio fins al videopodcast. El segon punt va consistir en fer una breu repassada per la història de la cuina tradicional catalana, analitzar la importància de la sobretaula en la gastronomia, així com investigar les peculiaritats de les converses en les quals els participants estan compartint un àpat. En l'últim bloc temàtic s'ha fet una recerca en camps com la neurologia, la psicologia i la pedagogia, per comprovar si la conversa i el diàleg són una feina útil per a l'assoliment de coneixements i l'aprenentatge, i per a generar connexió i empatia entre persones.

Per a la contextualització teòrica s'han revisat llibres, estudis científics, articles acadèmics, entrevistes i articles de premsa sobre cadascuna de les tres temàtiques, per tenir una base sòlida que permeti produir un producte audiovisual carregat de significat.

1.3.2. Segona fase. Guió, desenvolupament de continguts i proposta de viabilitat

Per concebre el guió del projecte s'han revisat referents i s'ha estudiat tot allò relacionat amb el moment de la sobretaula. La idea és clara, una conversa de sobretaula. Però el guió és fonamental perquè aquesta conversa no sigui banal, pregui sentit i pugui transmetre tot allò que es vol aconseguir. Així doncs, s'ha fet una recerca prèvia acompanyada d'una anàlisi de referents similars (altres programes amb temàtica o format semblant), l'anàlisi de l'audiència potencial i dels possibles canals de difusió, la identificació de buits o oportunitats en el mercat mediàtic que puguin ajudar a potenciar aquesta proposta audiovisual. A més, però s'han tingut en compte aspectes com la localització, els possibles candidats, o altres

elements formals de la gravació audiovisual perquè en tot moment hi hagi comunió entre el que s'escriu en els guions de la conversa i els diferents plans de rodatge.

Els capítols tindran una durada d'uns 45 minuts, amb una estructura dinàmica i gens repetitiva, amb diversitat d'accions, imatges i recursos tant sonors com visuals. En aquest sentit, s'ha estudiat quin inici de programa podria ser el més adequat per enganxar a la gent des d'un primer moment. S'ha considerat, a més, dividir el guió en fases, tot plegat, amb l'objectiu que vagin apareixent elements que donin cops d'efecte a la conversa i que la facin gens monòtona o repetitiva.

La proposta de guió sobre la qual se n'aniran desenvolupant les diferents converses s'ha fet amb connexió total amb altres elements clau del projecte com la localització, els convidats, les càmeres o l'estil del presentador o presentadors que es proposen.

Tot aquest procés descrit en aquest apartat del treball s'ha fet mitjançant converses amb professionals del sector, pluja d'idees amb l'equip de El Gamatzem i alguna sessió de prova amb persones que han volgut col·laborar amb el projecte.

Pel que fa al desenvolupament de continguts s'ha analitzat quina seria l'escala bàsica sobre la qual girarien tots els capítols, quines seccions o temàtiques fixes hi haurà, quin to i ritme es vol donar a la conversa, quins sentiments o pensaments es volen transmetre i quina durada s'estableix pel programa. A més, també s'han establert uns criteris de selecció del tipus de persones que es considera que s'escauen per aquest projecte, tant els convidats com els possibles presentadors.

A més, s'ha elaborat un guió pilot amb un possible cas real de conversa que es podria produir en el marc de la proposta que contempla aquest treball. Tanmateix, s'ha enregistrat, editat i publicat en aquest treball un *teaser* de promoció del projecte, s'ha optat per gravar-lo en una masia, al voltant d'una taula i amb la presència d'un dels possibles presentadors que es contempla pel projecte.

El treball també compta amb una anàlisi en profunditat dels costos de producció. S'ha agafat el model de pressupost per presentar projectes a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i s'ha pressupostat quin cost tindria aquest projecte si

s'hagués d'emetre amb els capítols que es proposen en la proposta que s'escriu en aquest Treball de Fi de Grau. Així, s'han demanat pressupostos a perfils necessaris com per exemple correctors, lingüistes i presentadors o per elements imprescindibles pels rodatges, com ara lloguer de material, lloguer d'espais, lloguer de vehicles o la contractació d'operaris de càmera, llum o so, per posar-ne alguns exemples. A més, dins l'anàlisi de la viabilitat del projecte s'han analitzat, un cop s'han tingut els costos estimats calculats, les possibles fonts de finançament.

1.3.3. Tercera fase. Producció, execució i distribució

Un cop s'ha tingut clar i lligat tot el que s'ha descrit en l'apartat anterior s'ha pogut definir la tercera fase d'aquest treball, així i tot, ha de quedar palès que hi ha algunes etapes de la segona i la tercera fase que comparteixen espai temporal en la seva execució. Per exemple, la producció i selecció dels possibles entrevistats o dels espais per fer a les entrevistes correspon a aquesta fase, però s'havia de fer en comunió amb la fase anterior en benefici de la coherència del projecte audiovisual que es proposa.

Pel que fa a la producció s'han tingut en compte el que podríem definir com a tres grans branques. Per una banda, la producció i selecció de possibles protagonistes. Responent a uns criteris prèviament establerts, s'ha elaborat un llistat amb un perfil complet de tots i cada un dels perfils que es consideren interessant per poder participar en la sobretaula, el mateix que s'ha fet amb els protagonistes s'ha fet amb els candidats a presentadors del programa. La segona branca de la producció és aquella relacionada amb el rodatge, per exemple, la recerca d'un lloc ideal per rodar-ho, la decoració, la confecció del menjar i tot allò relacionat amb el que envolta la proposta audiovisual. En últim lloc, s'ha fet la producció d'aquells elements tècnics que s'han de tenir en compte per tirar endavant el projecte.

En aquesta fase també s'ha tingut en compte l'execució del projecte. És a dir, s'ha fet una previsió dels terminis del projecte, així com dels esdeveniments que es poden desenvolupar al llarg del rodatge, tot plegat en el marc d'un calendari orientatiu per la possible execució de la proposta audiovisual.

Una altra part fonamental d'aquesta proposta audiovisual és l'estudi de la difusió del projecte *Converses de Sobretaula*. S'ha elaborat un pla de distribució multimèdia i una estratègia amb l'objectiu que el projecte es pugui difondre en múltiples canals.

2. Descripció del format. Videopodcast, la sobretaula i la conversa

2.1. El videopodcast

En el present, el consum de productes audiovisuals per a la majoria d'usuaris, especialment el del públic jove, s'ha traslladat als suports digitals, sobretot les xarxes socials (Fundació BBVA, 2023). Una de les accions que més realitza aquesta franja d'edat a les plataformes de *streaming* i a les xarxes socials és veure vídeos (Blanco i Palomo, 2021). En el cas espanyol, aquesta tendència està en augment des de fa anys (Cartes-Barroso, 2024).

El pòdcast és un format consolidat a Espanya des d'abans de la pandèmia (Pedrero Esteban, 2023), perquè els usuaris havien descobert un format amb el qual podien consumir programes d'informació, entreteniment, música, ficció, etc. en qualsevol lloc i en qualsevol moment. Això, sumat al ritme de vida cada vegada més frenètic que es duu especialment a les ciutats, i l'augment de l'ús de pantalles i dispositius mòbils, va disparar les xifres de reproduccions dels pòdcasts.

El pòdcast de vídeo o videopodcast ha estat l'evolució dels pòdcasts d'àudio, en el qual habitualment la imatge correspon al set de gravació, i l'espectador pot veure els presentadors fent el programa. A vegades els videopodcasts es produeixen en directe, com un programa de ràdio, i després es publiquen a les plataformes de *streaming* perquè es vegin en diferit. El punt d'inflexió que va apropar els mitjans de comunicació al videopodcast va ser la pandèmia de la COVID-19 (Cartes-Barroso, 2024), perquè les persones es van haver de quedar tancades a casa, i es buscaven continguts en els quals poguessin escoltar gent parlant, va ser l'acompanyament de moltes persones durant el confinament.

Amb la irrupció del pòdcast i el videopodcast, les empreses i els mitjans de comunicació han hagut d'adaptar-se a les noves estratègies de comunicació (Casero-Ripollés, 2020), que havien d'incloure pòdcasts d'àudio i de vídeo i una planificació transmèdia, amb continguts exclusius per a xarxes socials, canviant la seva manera d'informar.

Per al projecte que es té entre mans s'ha decidit que el format més adequat és el del videopodcast, perquè havent estudiat els patrons de consum del nostre públic objectiu, es creu que una part important de l'audiència de *Converses de Sobretaula* consumiria el producte en format d'àudio, i es considera que es pot gaudir d'una molt bona experiència, encara que el format ideal sigui el vídeo. A més, ens hem decantat per aquest format digital perquè ofereixen més possibilitats per a produir contingut, com per exemple crear vídeos exclusius per a xarxes socials que complementin el pòdcast. A més, ofereixen més capacitat per a relacionar-se amb l'audiència i crear conversació pública (Costa Sánchez i Piñeiro Otero, 2012), també a través de les xarxes socials.

2.2. La sobretaula i la gastronomia catalana

La sobretaula és un acte social en el qual un grup es queda a taula després de menjar, mantenint una conversa, prenent cafè, vi o altres begudes. És un costum que es remunta a l'edat antiga, i que forma part de la cultura dels països mediterranis. A l'època dels grecs i dels romans, a la sobretaula es bevia vi, un costum que encara es manté avui dia, però ara també és més habitual beure cafè, o de vegades alguna altra beguda alcohòlica, com els licors digestius (la ratafia, el patxaran, els licors d'herbes, etc.). Es creia essencial conèixer els orígens d'aquest concepte, i la relació que ha tingut la gastronomia amb la literatura, i la sobretaula amb compartir coneixement, per tal de produir el millor producte possible.

2.2.1. La importància de la sobretaula en la cultura mediterrània

Per tal de veure l'antiguitat d'aquesta tradició, els primers cristians tenien un terme per a referir-se als àpats en comunitat, que rebia el nom d'*àgape*. Aquesta paraula té el seu origen en el grec antic, i que expressa un tipus d'amor incondicional i reflexiu.

A la filosofia grega es feia servir aquesta paraula per definir un amor universal, entès com un amor a la veritat i a la humanitat, en contraposició a l'amor que es dona a les relacions interpersonals. (Paneque, 2021). Tal com diu Paneque, els primers cristians van agafar aquest terme i el seu significat va evolucionar. Per a ells, àgape significava l'àpat que es feia en comunitat, i era una mostra de caritat que celebraven a les seves reunions. Amb aquest exemple podem veure que la sobretaula ha estat, des de fa segles, un lloc de trobada i una tradició social de les persones de moltes cultures diferents.

Al llarg dels segles, moltes obres literàries han tractat el concepte de la sobretaula, o la sobretaula ha tingut un paper protagonista en aquestes obres. Una de les grans novel·les de la literatura de tots els temps, *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha*, de Miguel de Cervantes, és també una obra de referència per a la literatura de sobretaula. Paul Groussac (1985) va definir despectivament l'obra magna de Cervantes, com una "prosa de sobretaula", sense saber-ho s'avançava als nombrosos estudis que s'han fet des d'aleshores de la relació de la novel·la amb la cuina i la perspectiva sociogastronòmica (Gelardo-Rodríguez, 2023).

En les sobretaules del Quijote tenen lloc algunes de les converses i monòlegs més rellevants de l'obra, on menjar i diàleg, menjar i literatura, es fusionen magistralment. Com diu Gelardo-Rodríguez (2023), Cervantes explota aquest recurs sovint, i menjars, banquets i pícnic amb les seves respectives sobretaules, que ocupen gran part de la novel·la. Aquesta obra és un exemple de com relacionar narrativament les vivències dels convidats i el gust pel menjar, que es tindrà en compte en el procés de conceptualització i preparació del videopodcast.

2.2.2. Característiques de la gastronomia catalana

Un dels objectius del videopodcast és que els convidats que siguin persones reconegudes professionalment trobin punts en comú amb les persones anònimes. Es vol reduir la distància que sembla que hi ha entre la fama i la resta de persones, comprovar que tothom, sigui quin sigui el seu origen i la seva situació

socioeconòmica, podem haver viscut circumstàncies similars, i pot sentir les mateixes coses. A la sobretaula, es vol democratitzar la conversa. Cap opinió té més importància que l'altra.

Per a complir aquest objectiu, la gastronomia catalana té una característica molt interessant i que es pot relacionar amb aquest objectiu. La cuina catalana sempre s'ha destacat per ser una cuina d'aprofitament. En èpoques de pobresa, en la que ha faltat aliment, sempre es va trobar una manera d'aprofitar al màxim els aliments que hi havia. En el cinquè volum del llibre *Història de la cuina catalana i occitana* (Marqués, 2022), l'autor hi dedica un dels capítols als menuts.

Els menuts, també conegut com a menuderies, són els òrgans comestibles dels animals. Marquès comença així aquest capítol: "Són i han estat sempre una de les menges més humils, el que menjava la gent quan no podia haver una altra cosa. Eren la carn dels pobres, unes proteïnes a l'abast de tothom. Però, al costat d'això, que és ben cert, també és veritat que els pobres en qüestió no se'ls menjaven a sigut, els menuts eren talls molt gustosos i, ben cuinats, resultaven saboríssims, fins al punt que els senyors també en menjaven, i amb molt de delit". Valorarem incloure algun plat on l'ingredient principal siguin menuts, com els peus de porc o el cap i pota, perquè a més de ser dues de les receptes més famoses de Catalunya, permetran al presentador parlar sobre l'origen d'aquests aliments.

Un altre exemple de la gastronomia catalana com a cuina d'aprofitament, que s'ha inclòs a la planificació del menú del programa, són les sopes. Més concretament, en aquest cas, el suquet de peix de calero. En el *Gran Llibre de la cuina catalana* (Lladonosa, 2003, p. 278) s'explica que els ingredients d'aquesta recepta podien variar perquè procedien de les sobralles del peix que es repartien els pescadors en finalitzar la jornada. Aquests en són només alguns exemples. La voluntat és que tots els detalls que conformin el videopodcast, inclosos els plats que se serveixen, estiguin plens de significats.

Aquests dos llibres mencionats anteriorment han estat el punt de referència principal a l'hora de triar els plats d'exemple que podrien conformar el menú de *Converses de Sobretaula*. Es considera que serà molt interessant veure el contrast de receptes tradicionals catalanes, amb les receptes d'altres parts del món que proposin els convidats que tenen els seus orígens en altres cultures.

2.3. La conversa i el diàleg com a eina d'aprenentatge i empatia

Un dels objectius de *Converses de Sobretaula* era crear un producte que retrati la diversitat d'orígens, situacions socioeconòmiques i experiències que conviuen a la societat catalana, i que sigui un programa que perduri en la memòria dels espectadors, que pugui generar debat social, que es pugui parlar en quedades en amics i comentar a les xarxes socials. Per a què això ocorreixi, és necessari que el videopodcast transmeti nous coneixements, noves dades sobre història, cultura, política, que els espectadors puguin recordar temps després d'haver-lo vist. Per a que es converteixi en un programa reconegut per al públic general, també ha d'emocionar, ha d'aconseguir generar empatia, que les persones s'hi identifiquin i puguin veure's involucrades en les històries dels convidats.

Per comprovar que la conversa és una eina adequada per al desenvolupament intel·lectual i la millora de la memòria, s'ha fet una recerca sobre algunes teories sociològiques que relacionin aquests conceptes.

Lev Vygotski (1978) va assenyalar que el desenvolupament cognitiu s'impulsa mitjançant la interacció amb altres persones amb més experiència o més capacitats. Va definir un nou concepte, la “zona de desenvolupament pròxim” com la distància entre el nivell de desenvolupament real (allò que un alumne pot fer per si sol) i el nivell potencial (allò que pot fer amb ajuda). La conversa, especialment amb persones més experimentades, funcionen de pont entre aquests dos nivells de desenvolupament. Aplicat a la realitat, això reforça la nostra hipòtesi, ja que significaria que el coneixement es construeix col·laborativament a través de la conversa.

Un altre expert en educació i aprenentatge, Robin Alexander, va una passa més enllà. Alexander ha fet la seva recerca en el camp de l'educació, en Educació Dialògica. Aquest concepte afirma que a les escoles, la conversa no només construeix l'aprenentatge, no és només una transmissió de fets, sinó que engega un procés d'investigació en el qual els alumnes comparteixen i es qüestionen la informació, i amb el debat es desenvolupa nou coneixement, expandeixen idees i construeixen arguments (Alexander, 2020). Es considera que això es pot extrapolar a persones d'altres edats.

Per acabar, més enllà de l'aspecte cognitiu, hi ha estudis científics que comproven que la conversa connecta emocionalment les persones. Escoltar un altre i poder respondre-li de manera atenta estimula l'empatia, la capacitat de posar-se en la pell de l'altre. Des de la neurociència, s'ha observat que durant la comunicació s'activen xarxes neuronals de "mirall" que faciliten la comprensió de les accions i les emocions de les altres persones (Sutton, 2023), la qual cosa reforça la connexió emocional entre els interlocutors, i també amb l'audiència que escolti amb atenció.

3. Projecte

Abans de començar el projecte, es considerava essencial tenir clars els antecedents teòrics sobre l'evolució del sector audiovisual, la importància de la gastronomia i la sobretaula en la cultura catalana, i la relació entre la conversa i la transmissió d'informació i coneixement- Un cop analitzada tota la informació extreta de la recerca teòrica, en aquest apartat es defineixen tots els aspectes formals que s'han tingut en compte a l'hora d'elaborar el projecte del videopodcast *Converses de Sobretaula*.

3.1 Títol del projecte

Converses de Sobretaula.

3.2. Gènere del projecte

Videopodcast.

3.3. Temàtiques i formats

Cultura, diàlegs, entrevistes, entreteniment.

3.4. Sinopsi i descripció concreta de la idea

Converses de Sobretaula és una proposta de videopodcast que, d'entrada, consta de sis capítols. Aquesta peça audiovisual consisteix, fonamentalment, d'una conversa íntima, distesa, inèdita i emotiva, entre dues persones i un presentador mentre comparteixen un àpat. A cada un dels episodis hi participa una persona reconeguda popularment i una persona anònima. Totes dues comparteixen històries, passats i arrels interessants, però en primera instància, sembla que no tenen, d'entrada, massa coses en comú. Junts, parlen sobre els seus orígens, costums, valors i vivències familiars. L'objectiu és un retrat honest i comú de la diversitat cultural, lingüística i emocional que conforma la societat cultural catalana actual.

Converses de Sobretaula és un videopodcast amb caràcter, que vol ser diferent, que proposa un format innovador i proper: enregistrar converses informals durant la sobretaula d'un àpat compartit entre persones diverses, però amb rerefons que es descobriran comuns. La temporada inicial constarà de sis capítols, cadascun protagonitzat per un grup de dues persones, amb una combinació de veus conegudes (en l'àmbit del cine, el teatre, la música, l'esport, la gastronomia, el periodisme, etc.) i persones anònimes que comparteixen històries de vida vinculades als seus orígens, tradicions, creences i relacions familiars.

El videopodcast no busca l'entrevista clàssica ni el debat, sinó la conversa orgànica i emocional, sense guió preestablert, que sorgeix en un context quotidià com és una sobretaula. Aquest moment, arrelat en la cultura gastronòmica catalana, esdevé el marc i l'entorn ideal per explorar la memòria oral, les connexions humanes i la riquesa de la diversitat cultural del país.

L'objectiu és que els temes tractats emergeixin de forma natural a partir de les vivències de les persones convidades: migracions, llengua, classe social, gastronomia, educació, etc. Ara bé, la conversa començarà amb l'elecció, per part

de cada un dels convidats, d'un plat que els provoqui emoció, o que els recordi un moment especial, i els ajudi a explicar la vinculació que hi tenen i quina història hi ha al darrere. La intenció és que els dos convidats provin el plat que ha escollit l'un i l'altre (serà cuinat al moment, també enregistrat) i entre ells parlant del motiu de l'elecció. Aquest primer punt de partida ajudarà a obrir pas cap a la conversa que es vol aconseguir. Els 45 minuts de conversa es dividiran en 3 espais: l'elecció d'un plat, l'elecció d'un segon plat i un joc final.

La proposta té una vocació cultural, periodística i social, però també una clara intenció estètica i comunicativa: oferir un producte audiovisual de qualitat, càlid, proper i honest, que posi en valor les veus diverses que conviuen en una mateixa taula. En última instància, *Converses de Sobretaula* homenatja l'art d'escoltar i explicar històries, des d'una mirada empàtica, plural i arrelada al territori i que, de retruc, defensi la cuina, la cultura i la llengua catalana.

A més, el projecte se serveix d'un format multiplataforma: els capítols sencers es publicaran a YouTube i Spotify, mentre que els fragments més destacats i atractius es compartiran en format vertical a Instagram i TikTok, amb l'objectiu de connectar amb un públic jove i actiu a les xarxes.

3.5. Conceptualització

Per concebre el guió del projecte s'han revisat referents i s'ha estudiat tot allò relacionat amb el moment de la sobretaula. La idea és clara, una conversa de sobretaula. Però el guió és fonamental perquè aquesta conversa no sigui banal, pugui sentir i pugui transmetre tot allò que es vol aconseguir. Així doncs, s'ha fet una recerca prèvia acompanyada d'una anàlisi de referents similars (altres programes amb temàtica o format semblant), l'anàlisi de l'audiència potencial i dels possibles canals de difusió, la identificació de buits o oportunitats en el mercat mediàtic que puguin ajudar a potenciar aquesta proposta audiovisual. A més, però s'han tingut en compte aspectes com la localització, els possibles candidats, o altres elements formals de la gravació audiovisual perquè en tot moment hi hagi comunió entre el que s'escriu en els guions de la conversa i els diferents plans de rodatge.

Els capítols tindran una durada d'uns 45 minuts, amb una estructura dinàmica i gens repetitiva, amb diversitat d'accions, imatges i recursos tant sonors com visuals. S'ha estudiat quin inici de programa podria ser el més adequat per enganxar a la gent des d'un primer moment. S'ha considerat, a més, dividir el guió en fases, tot plegat, amb l'objectiu que vagin apareixent elements que donin cops d'efecte a la conversa i que la facin gens monòtona o repetitiva.

La proposta de guió sobre la qual se n'aniran desenvolupant les diferents converses s'ha fet amb connexió total amb altres elements clau del projecte com la localització, els convidats, les càmeres o l'estil del presentador o presentadors que es proposen.

Tot aquest procés s'ha fet mitjançant converses amb professionals del sector, pluja d'idees amb l'equip d'El Gamatzem i alguna sessió de prova amb persones que han volgut col·laborar amb el projecte.

Pel que fa al desenvolupament de continguts s'ha analitzat quina seria l'escapleta bàsica sobre la qual girarien tots els capítols, quines seccions o temàtiques fixes hi haurà, quin to i ritme es vol donar a la conversa, quins sentiments o pensaments es volen transmetre i quina durada s'estableix pel programa. A més, també s'han establert uns criteris de selecció del tipus de persones que es considera que s'escauen per aquest projecte, tant els convidats com els possibles presentadors.

A més, s'ha elaborat un guió pilot amb un possible cas real de conversa que es podria produir en el marc de la proposta que contempla aquest treball. Tanmateix, s'ha enregistrat, editat i publicat en aquest treball un *teaser* de promoció del projecte, s'ha optat per gravar-lo en una masia, al voltant d'una taula i amb la presència d'un dels possibles presentadors que es contempla pel projecte.

El treball també compta amb una anàlisi en profunditat dels costos de producció. S'ha agafat el model de pressupost per presentar projectes a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i s'ha pressupostat quin cost tindria aquest projecte si s'hagués d'emetre amb els capítols que es proposen en la proposta que s'escriu en aquest Treball de Fi de Grau. Així, s'han demanat pressupostos a perfils necessaris com per exemple correctors, lingüistes i presentadors o per elements imprescindibles

pels rodatges, com ara lloguer de material, lloguer d'espais, lloguer de vehicles o la contractació d'operaris de càmera, llum o so, per posar-ne alguns exemples. A més, dins l'anàlisi de la viabilitat del projecte s'han analitzat, un cop s'han tingut els costos estimats calculats, les possibles fonts de finançament.

3.5.1. Idea central

La idea central del format *Converses de Sobretaula* és generar converses espontànies, íntimes i profundes entre persones diverses al voltant d'una taula, després d'un àpat compartit, aprofitant la sobretaula com a espai tradicional de comunicació sincera i intergeneracional. A través d'aquest espai, el projecte busca visibilitzar la riquesa cultural, lingüística i humana de la societat catalana mitjançant històries personals sobre orígens, valors, costums i vincles familiars. El format combina veus reconegudes amb persones anònimes, per crear un relat coral i horitzontal que mostri que tothom té una història que mereix ser escoltada.

- **Públic objectiu.** El projecte *Converses de Sobretaula* s'adreça principalment a un públic jove-adult d'entre 18 i 35 anys, amb hàbits de consum audiovisual digital i presència activa a xarxes socials com Instagram, TikTok, YouTube i Spotify. Aquest grup d'edat es caracteritza per buscar formats de contingut que siguin visualment atractius, propers i que connectin amb la seva realitat emocional i cultural. Es tracta de persones que valoren l'autenticitat, l'espontaneïtat i la diversitat de veus, i que responen positivament a narratives que combinen entreteniment i contingut social. De forma complementària, el videopodcast també pot interpel·lar un públic adult d'entre 35 i 55 anys, especialment interessat en la cultura catalana, la gastronomia, les tradicions familiars i els relats humans. Aquest perfil tendeix a consumir formats més llargs i reflexius, especialment en plataformes com YouTube i Spotify. En conjunt, el projecte busca fomentar la connexió entre generacions, utilitzant la sobretaula, un espai compartit, on persones reconegudes comparteixen menjar i converses de tu a tu amb altres persones totalment anònimes, i es poden arribar a grans reflexions, compartir coneixements i generar empatia i comprensió mútua.

- Temàtica, estil i valor afegit. Tot i ser una fase molt inicial del projecte, es tenia molt clar que el videopodcast havia de diferenciar-se de la resta pel seu estil visual i per la qualitat de la producció. En aquest punt s'havia de triar el format, si era un programa de televisió o un videopodcast, si es tractava d'un format més informatiu o més d'entreteniment. La idea era que fos un videopodcast, perquè els espectadors puguin escollir si escoltar-lo o consumir-lo en forma de vídeo, però que tingui la qualitat visual d'un documental o d'un programa d'entrevistes. L'estil visual dels episodis hauria d'anar amb concordança amb l'estil de les converses, molt proper, molt càlid, que ens permeti acostar-nos a la part més íntima de la persona.
- Elecció del nom del projecte. Una de les parts més importants d'un projecte audiovisual és el nom. A través del nom pots donar molta informació sobre el que podrà veure l'espectador i, a més, fer-ho d'una manera atractiva i suggerent. En un inici es van pensar diversos títols que convidessin a gaudir de l'essència d'una conversa relaxada en una sobretaula, com *L'estona bona*, o *L'hora llarga*. També es van pensar altres noms que incloguessin la paraula sobretaula, ja que un dels punts diferencials del projecte és veure l'efecte que genera un àpat real en una conversa gravada. Amb aquesta premisa, es van tenir en compte noms com *Toc de Sobretaula*, *Cafè de Sobretaula* o *Converses de Sobretaula*.
 - *Converses de sobretaula*. Aquest títol ajuntava els dos conceptes que resumeixen a la perfecció l'essència del projecte. En definitiva, es tracta d'un diàleg entre dues persones que, a través d'històries i realitats personals, mostraran diversos aspectes de la realitat social i de la identitat de Catalunya. Tot i que no és tan suggerent o literari com les altres opcions que es van tenir en compte, es va prioritzar destacar el fet que sigui una sobretaula real, i per això es va decidir incloure la paraula en el nom.
- Impacte esperat. *Converses de Sobretaula* busca generar un impacte emocional en l'audiència. Es busca que les vivències personals i les

converses autèntiques que es donin entre els dos convidats de cada episodi causin que les persones que ho vegin s'identifiquin. A més, la diferència de perfils en els convidats accentuarà aquest efecte, ja que cadascú se sentirà més proper o més connectat amb un convidat o altre. La idea és captivar aquelles persones que vegin el primer episodi perquè vulguin veure el següent, i perquè en aquest temps entre episodis es puguin generar converses entre els espectadors, que comentin a partir de les converses que han vist les seves pròpies vivències i idees, i es fomenti el sentiment de comunitat. També es pretén que l'audiència recuperi el valor de les converses pausades, tranquil·les, i defugi per una estona de la immediatesa i del ritme vertiginós imposat per les xarxes socials.

3.6. Anàlisi de referents

Una de les parts més importants del treball era fer un projecte nou i que es diferenciés molt de l'oferta actual de videopodcasts, ja és un format molt saturat de continguts. Des d'un inici, es va pensar que, si es feia un nou programa, havia d'aportar una nova, havia de ser un producte inèdit. Per tal d'assegurar-nos que no estàvem repetint cap idea, o per no adjudicar-nos l'autoria original d'un format que ja existia, es va fer una recerca exhaustiva dels videopodcasts en català existents en l'actualitat. Per exemple, abans de començar el treball no es coneixia l'existència de cap programa en el qual hi hagués una sobretaula real, i més endavant es va veure que ja existia un programa sobre gastronomia local que utilitzava aquest recurs.

És imprescindible fixar-se en referents perquè a més del que ja s'ha mencionat, et permet agafar bones idees i veure quines oportunitats es tenen per innovar i oferir un producte diferent.

3.6.1. Projectes destacats i referents

Durant el desenvolupament del treball hi ha hagut diversos referents i exemples de programes i podcasts que ens han inspirat, o d'altres que hem descobert i que ens han fet anar modulant la nostra idea. Alguns no tenen molta semblança amb *Converses de Sobretaula* en format, temàtiques o estructura, però s'han considerat

interessants altres factors, com el to de les entrevistes com el punt de vista des del qual tracten els seus temes.

- [El Foraster](#). El mític programa de TV3 presentat per Quim Masferrer. A cada episodi, el presentador visita un petit poble de Catalunya per conèixer la seva història, les seves tradicions i, el més important, la seva gent. Després de conviure-hi durant uns dies, Masferrer celebra una gran festa al poble on s'expliquen les millors anècdotes i interactua amb el públic. En aquest programa es dona veu a personatges totalment desconeguts que tenen històries, professions i anècdotes singulars, i és aquest aspecte el que s'ha agafat com a font inspiració. Es vol aconseguir la manera que té Quim Masferrer d'interactuar amb les persones i conèixer el seu racó més personal, i la capacitat que té de transformar les històries individuals en realitats col·lectives.



Frame extret de l'episodi T8xC14 d'El Foraster: Ulldemolins.

- [La Sobretaula](#). Programa de televisió que dona veu a la cuina de proximitat, a la gastronomia catalana, i els productors i restaurant locals. A cada programa, tres personatges coneguts es desplaçaran fins a un poble de Catalunya i descobriran la seva història i els productors locals i restaurants. Després,

aquestes tres persones compartiran un àpat i comentaran allò que han vist. És un programa molt inspirat per formats com *El Foraster*, i a nosaltres ens serveix com a referent perquè utilitza una sobretaula real, i es dona pas a una conversa acompanyada d'un àpat. Tot i això, hi ha moltes diferències. *La Sobretaula* se centra en la realitat dels pobles de Catalunya a través de la seva gastronomia, no tracta de generar debats culturals o identitaris entre generacions. A més, té un format semblant al documental, amb l'ús d'entrevistes i gravacions de molts plans de recurs per tot el poble. La sobretaula és el centre de l'episodi, però no ocupa íntegrament el temps d'aquest.



Fotografia del rodatge del programa de La Sobretaula a Sant Andreu de la Barca.

- [Entre Quatre Parets](#). Programa de 3Cat presentat per l'arquitecta i comunicadora Núria Moliner. A cada capítol, visitarà la casa d'una personalitat del món de cultura catalana. Aquestes cases són molt variades, n'hi ha de modernes, d'antigues, algunes ubicades en llocs emblemàtics de Catalunya, i

totes amaguen històries personals dels seus habitants. A més, serveixen per parlar de temes d'actualitat, com el turisme i la massificació, el preu del lloguer o l'okupació. El més interessant i que ha servit de referència per al videopodcast són els criteris d'elecció de càstings, perquè hi podem veure persones molt famoses amb altres més desconegudes, on precisament el que destaca és la casa i allò que la llar explica de la persona. El to de l'entrevista és molt proper, ho fa semblar més aviat una conversa entre vells amics. A cada capítol, però, hi participa només un convidat, no es produeixen converses entre ells.



Frame extret del T1xC9 d'Entre Quatre Pareds: Martina Puigvert

3.7. Anàlisi de competència

A continuació es mencionen dos videopodcasts que tenen un format semblant al nostre, però que tenen altres característiques que es diferencien molt de *Converses de Sobretaula* i que no s'han tingut en compte a l'hora de buscar inspiració.

- [La sobretaula de La Font](#). Videopodcast setmanal on a cada episodi es convida un expert en una temàtica (història, ecologisme, astronomia,

informàtica, etc.) i es té una conversa extensa sobre aquest tema, a manera d'entrevista pausada. Es tracta de capítols molt llargs, d'unes dues hores aproximadament, amb una realització senzilla. És una petita producció independent. No es crea una sobretaula real.



- [La cena de los idiotés](#). Pòdcast cultural de periodicitat setmanal produït per la Cadena Ser i presentat per Aimar Bretos. A cada episodi es conviden quatre persones conegudes i rellevants en diferents àmbits, i cadascun d'ells ha de plantejar un debat ètic, moral o polític. La resta de convidats han de debatre sobre aquest dilema i han de donar la seva opinió al respecte, prendre una decisió. Tot i ser un programa cultural, estar produït per un gran mitjà de comunicació i tenir una realització multi càmera molt professional, té una temàtica molt diferent. No es tracta d'una sobretaula real, i es relaten debats de rellevància social i política, però es fa des d'un enfocament més d'entreteniment.



3.8. Escaleta

L'escaleta marca l'estructura que tindrà cadascun dels sis episodis del videopodcast. Durant la producció, s'haurien de completar les escaletes de cada capítol amb la informació dels convidats que cerqui el documentalista, els plats que triarà cada comensal, les preguntes que tingui preparades el presentador per tal de donar ritme a la conversa, i el joc que es farà al final del capítol. Com es tracta d'un programa de converses, no es pot fer un guió exacte, perquè el que tinguin a dir els convidats pot alterar l'estructura de l'episodi, però l'escaleta és una guia perquè tot l'equip involucrat amb el rodatge i l'edició tingui present la informació bàsica per a presentar, gravar i editar. L'escaleta està subjecta a canvis proposats per l'entitat que financi el projecte, les persones que s'incorporin a l'equip de treball o possibles col·laboracions o patrocinis que ens proposin noves seccions.

Esquema general de l'escaleta:

Escena	Descripció	Minut	Minut total
1.	El programa comença amb un cambrer/a demanant al presentador del programa quins	2'	2'

	plats volen demanar. En preproducció es demanarà als 12 participants que triïn el seu plat, i s'elaborarà una carta amb aquests. El presentador dirà al cambrer/a què ha escollit cada un dels convidats dient el nom del plat i el nom del convidat que el demana. El presentador farà una petició molt detallada especificant, amb tots els ells i ells, com ha de ser aquell plat. Aquest és un detall important, ja que l'elecció del plat els ha de servir per parlar dels orígens familiars. Aquest primer fragment introductori del programa acabarà amb una escena del cambrer portant la comanda al cuiner/a. Es graven i emeten imatges de la preparació dels plats.		
2.	Tornant a l'escena del menjador el presentador farà de nexa d'unió entre els dos convidats i demanarà a cada un d'ells que es presenti. Aquesta presentació anirà acompanyada de preguntes per part del presentador.	4'	6'
3.	Arriba el primer dels plats a taula, correspon al del personatge famós. El presentador li demana que expliqui per què ha escollit aquest plat, tots tres el proven i parlen dels gustos del plat. Aquí la conversa ja ha d'anar derivant cap a reflexions més personals, que, d'entrada, seran sobre la vida del protagonista, però que derivaran a qüestions més transversals i de major prisma. S'afegeixen plans de recurs de	5'	11'

	la preparació dels plats i de l'entorn.		
4.	Arriba el segon dels plats a taula, correspon al del personatge anònim (cada cop menys). El presentador li demana que expliqui per què ha escollit aquest plat, tot tres el proven i parlen dels gustos del plat.	5'	16'
5.	Mentre s'acaben el primer plat i comencen el segon el presentador, si no surt sol per part dels convidats, posa sobre la taula temes i qüestions sobre els quals es vol que els dos protagonistes conversin. En cada una de les converses els guionistes escolliran quins són els temes que es volen potenciar, tot plegat girarà al voltant de 3 grans temes, ara bé, no es tallaran les ales a possibles temes derivats. S'afegeixen plans de recurs de la preparació dels plats i de l'entorn.		
6.	Plantejament tema 1	7'	23'
7.	Plantejament tema 2	7'	30'
8.	Plantejament tema 3	7'	37'
8.	Joc per conèixer més coses sobre els dos convidats. La sobretaula en essència. Amb licors sobre la taula el presentador i els convidats juguen a un joc amb preguntes personals i divertides, en un to més distès, per acabar el programa de forma dinàmica i amb l'humor com a protagonista.	7'	44'

9.	El presentador agafa un marc amb la foto dels dos convidats i la penja a la paret. A cada episodi s'aniran sumant les fotos de tots els participants. I s'acaba amb un pla general de la masia des de l'exterior (unes imatges que es poden anar ensenyant durant tot el capítol).	1'	45'
----	--	----	-----

3.9. Composició visual

A continuació es defineix la composició visual que es donarà al videopodcast. S'incorpora el *moodboard*, la definició de l'estil fotogràfic, l'estil de llum i les tipografies de lletres que es proposen per als diferents rètols i textos que s'utilitzaran als episodis.

3.9.1. Moodboard

El *moodboard* és un muntatge de fotografies, imatges o dibuixos que serveixen d'inspiració per a com es vol que es vegi la composició visual i la fotografia dels episodis. En el videopodcast, l'àpat es farà en una típica masia antiga catalana, i a més de la gravació de l'àpat i la conversa, es faran plans de recurs de l'entorn, de la cuina on es preparen els aliments i dels plats. Per tant, el moodboard mostra l'estil de plans, llums, colors i sensacions que es volen aconseguir a la filmació i l'edició.

Com es pot veure, la llum que es busca a l'interior de la casa, que és on tindrà lloc el pòdcast, serà una llum càlida, no molt potent, que li doni intimitat i proximitat, com una tarda d'hivern a la casa familiar amb la llar de foc encesa. Els plans de la cuina i l'exterior tindran un to més lluminós. També s'observa com es volen fer diferents plans dels participants, un pla general per al gruix de la conversa, i d'altres plans més propers per a moments més emotius.



3.9.2. Estil fotogràfic

L'objectiu de la fotografia serà mostrar la calidesa de l'ambient, la intimitat i la proximitat que sorgeixi entre els convidats i que l'escena generi un clima de confiança òptim perquè s'obrin i estiguin tan còmodes com sigui possible. A les entrevistes es farà més d'un pla diferent, sempre n'hi haurà un de general, però al mateix temps, n'hi haurà de més curts, per mostrar els rostres i els gestos, les mans, el menjar, etc. S'utilitzaran tècniques de fotografia documental per destacar elements

decoratius. S'emfasitzaran als detalls, com per exemple, els plats, les estovalles, l'entorn, la decoració o la cocció del menjar.

3.9.3. Estil de llum.

S'aprofitarà la llum de la masia per crear ombres suaus i destacar els elements clau de la composició. En les entrevistes i escenes a la cuina, es jugarà amb la llum del sol per crear efectes visuals interessants i transmetre un sentiment de dinamisme. Així i tot, es comptarà amb focus per a quan siguin necessaris.

3.9.4. Tipografies

Per als grafismes dels episodis s'han triat dues tipografies diferents, una més elegant i amb un toc clàssic per als títols, i una més senzilla i amb més llegibilitat en mides petites per als subtítols i altres textos.

3.9.4.1. Tipografia dels títols i de la careta

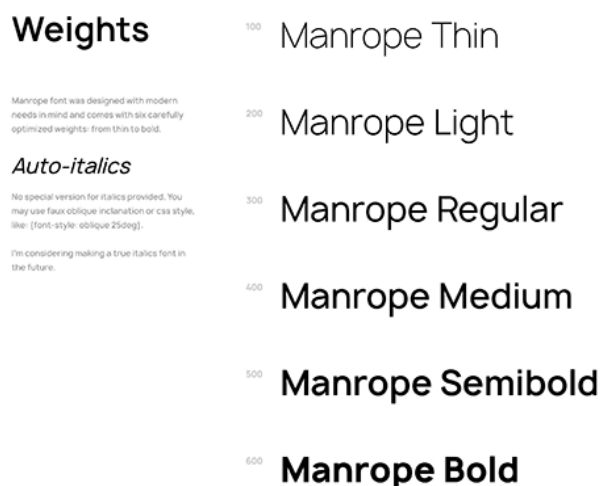
Per als rètols de la careta d'entrada, els noms dels convidats i del presentador i altres títols, com els de les seccions, el nom de les cançons, etc. es va buscar una tipografia original i moderna, però amb un toc clàssic i que fos llegible. La Playfair Display és una tipografia serif de transició, és a dir, inspirada en les lletres antigues però modernitzades. La tipografia juga amb el significat del videopodcast, mostrar la Catalunya del present a través d'històries i tradicions antigues que s'han mantingut.



Exemple de tipografia "Playfair display"

3.9.4.2. Tipografia dels subtítols, descripcions i altres textos

Per a la resta de text i rètols que apareguin en el videopodcast, i que tinguin una grandària de lletra més petita, es va buscar una tipografia més senzilla i que fos molt llegible. S'usarà en els subtítols dels clips per a xarxes socials, en les breus descripcions que apareguin sota el nom dels convidats, en les descripcions dels plats, en els rètols finals, etc. La tipografia Manrope és minimalista i versàtil, i té molt bona llegibilitat en pantalles petites, que és positiu perquè es preveu que una part important de l'audiència consumeixi el producte al mòbil.



Exemple de tipografia “Manrope”

3.10. Teaser del projecte

Com hem mencionat a la Metodologia d'aquest treball, el *teaser* del projecte és molt important per generar expectació i atreure audiència que estigui pendent a la publicació del primer episodi. En aquest cas, s'ha decidit fer una primera versió del que serà el tràiler del projecte un cop es comencin els rodatges. La masia en la qual s'ha gravat aquest vídeo no és la ubicació final en la qual es gravarien els episodis de *Converses de Sobretaula*, però s'ha donat la possibilitat de fer ús d'aquest espai, i produeix la mateixa impressió que es vol que transmeti l'emplaçament de rodatge definitiu. En el vídeo s'ha proposat transmetre les sensacions de calidesa i

proximitat, les sensacions que transmeten les cases tradicionals, on generacions han viscut durant segles, i han transmès les seves tradicions i històries.

El teaser està pensat per publicar-se a xarxes socials, per això s'ha enregistrat en vertical. Es creu que serà la plataforma on pot aconseguir més abast, i més endavant es podria fer un tràiler en horitzontal, per a televisió i YouTube.

En el vídeo s'han utilitzat fotografies dels convidats, que amb l'edició s'han superposat a les imatges enregistrades, com a recursos visuals. Les imatges que hem triat per a les persones convidades anònimes són imatges de bancs d'estoc, perquè, tot i que sí que s'han definit permís, encara no s'han confirmat les persones que hi participaran. Els únics canvis que s'han de fer en el teaser en el cas que s'accepti aquest projecte per part d'un mitjà de comunicació és adaptar-lo al seu llibre d'estil, i afegir les fotografies dels convidats anònims un cop la seva participació estigui tancada.

[Teaser de Converses de Sobretaula](#)

3.10.1. Disseny gràfic pel teaser

Per al teaser s'ha elaborat un disseny d'exemple de com podria ser el menú d'attrezzo, del qual els convidats "triarien" els plats que menjaran durant l'àpat. En realitat, es tracta de l'únic moment del videopodcast que estarà actuat. Durant la preproducció, els demanarem a cada convidat que ens diguin un plat de la gastronomia tradicional de Catalunya, o del lloc d'on siguin ells o on hi tingui els orígens, i que a través del plat la persona ens pugui explicar una història i pugui sorgir un tema de conversa. Quan tinguem el plat que ens ha dit cada persona, farem aquest menú de 12 plats, i els demanarem que durant el rodatge, quan els portem el menú, han de demanar al cambrer el plat que ens van dir a preproducció. El disseny del menú busca, d'una banda, establir la paleta de colors del programa i, a més, tributa els productes de proximitat.

Gairebé tots els plats d'aquest menú pertanyen a la gastronomia tradicional catalana, i han estat extrets d' *El Gran Llibre de la Cuina Catalana*, de Josep

Lladonosa (2003). S'han triat alguns dels plats més representatius de la gastronomia del país. S'ha intentat escollir plats provinents de diferents parts de Catalunya.

- Calçots (Lladonosa, 2003, p. 270).
- Macarrons de l'àvia (Lladonosa, 2003, p. 208).
- Galtes de porc rostides (Lladonosa, 2003, p. 466).
- Trinxat de la Cerdanya (Lladonosa, 2003, p. 256).
- Caragols a la llauna (Lladonosa, 2003, p. 193).
- Suquet de peix de calero (Lladonosa, 2003, p. 278).
- Botifarra amb mongetes blanques (Lladonosa, 2003, p. 520).
- Taula d'embotits i formatges. Tot i que al llibre hi ha les receptes per a fer diferents tipus d'embotits i formatges, no hi ha una pàgina que correspongui a aquest plat. Tot i així, es creu que representa un tipus d'àpat molt típic de les famílies catalanes, sovint acompanyat d'una truita, per exemple, i llesques de pa amb tomàquet.
- Brandada de bacallà (Lladonosa, 2003, p. 649).
- Mandonguilles de calamar (Lladonosa, 2003, p. 341). La recepta de la pàgina que s'hi indica no és exactament la mateixa, sinó que hi trobem l'elaboració de les mandonguilles de peix. Així i tot, s'ha decidit fer una petita modificació, perquè l'equip d'El Gamatzem té una estreta vinculació amb Tossa de Mar, i la recepta de les mandonguilles amb calamar és una de les grans protagonistes de la cuina local. Així ho afirmava l'Olga Salvador, la xef del restaurant Mestre D'Aixa de Tossa de Mar (Gamissans, 2023).
- Pollastre amb samfaina (Lladonosa, 2003, p. 386).

Disseny del menú:



A banda del *teaser*, hem extret uns *frames* de la gravació, que podrien fer-se servir per a fer publicacions a Instagram. Per exemple, es podria fer una publicació de curiositats sobre el rodatge.



4. Pla de producció

En aquest apartat es preparen i redacten totes les tasques que s'han de dur a terme des de la decisió del tema del projecte i la seva conceptualització fins al moment que el producte final està disponible a les plataformes. El primer que s'ha de fer és pressupostar el projecte i cercar finançament i una empresa distribuïdora, tot seguit, planificar els rodatges, fer el càsting i escriure els guions. Un cop tot això està fet i es programa el calendari de rodatges, té lloc la gravació dels episodis. Finalment, tot el material enregistrat passarà per edició i muntatge, i paral·lelament es desenvoluparà el pla de distribució i l'estratègia transmèdia.

4.1. Planificació dels rodatges. Preproducció

Per tal d'aconseguir un bon producte audiovisual final, és imprescindible una bona feina de preproducció. S'han de definir els perfils i noms de l'equip de treball, el material tècnic amb què compta El Gamatzem, i la localització en la qual s'enregistraran els capítols.

4.1.1. Relació de mitjans humans dels quals es disposen

Produir *Converses de Sobretaula* és un projecte important, ambiciós, per les seves característiques tècniques i pel tipus de contingut que es vol fer requereix un equip diversificat i multifuncional per gestionar les diferents tasques involucrades en tot el procés de creació.

Qualsevol projecte audiovisual ha de comptar, segons hem comprovat amb professionals del sector a l'autor d'aquest treball o s'ha pogut consultar en més d'una publicació, amb un grup de professionals extens, que puguin aportar la seva experiència en l'àmbit creatiu, tècnic o de gestió i distribució dels continguts. La llista de perfils necessaris per a la producció del videopodcast s'ha fet consultant a productores consultant projectes d'altres empreses professionals del sector. Com el projecte es considera com un programa periodístic, però també amb un vessant artístic pel que fa a l'estil visual i l'estètica, hem buscat els crèdits de dues productores diferents.

Per la banda periodística, s'ha cercat l'equip que s'encarrega de fer el Col·lapse². És un programa de televisió de 3Cat i coproduït per La Manchester, dirigit i presentat per Ricard Ustrell, que barreja elements del *magazine*, el *talk show* i el *late night*. Cada dissabte al vespre, el programa repassa els temes d'actualitat política, social, ambiental, cultural, etc. amb l'ajuda de convidats i entrevistes. En aquest espai també hi ha lloc per a actuacions musicals i espais de comèdia.

Per la banda creativa, s'han consultat els crèdits d'un projecte de la productora audiovisual Little Spain³, una empresa d'aparició bastant recent, amb unes grans pretensions creatives, que es caracteritza per l'estètica cinematogràfica. Little Spain està especialitzada en la creació de videoclips, *spots* publicitaris i cine. Entre les seves obres destaca *La Guitarra Flamenca de Yera Cortés*, el primer film documental d'Antón Álvarez (C. Tangana) en la seva faceta com a director, que ha estat guardonat amb el Goya de l'any 2025 a Millor Pel·lícula Documental.

També ens hem basat en l'experiència prèvia de l'equip d'El Gamatzem i dels seus col·laboradors en projectes audiovisuals.

- Direcció. Aquest professional s'encarregarà d'establir els criteris generals de la visió creativa del videopodcast, la concepció visual i sonora. Coordina l'equip i és la màxima autoritat en el rodatge.
- Producció executiva. És l'encarregat de supervisar la realització general del projecte. Pot involucrar-se en les tasques de conceptualització, guió, càsting, etc. També és qui contacta o gestiona els contactes amb els inversors, amb el mitjà de comunicació que distribueixi el videopodcast i amb possibles col·laboradors.
- Producció. Cal un responsable de la planificació i l'execució del projecte, incloent-hi la gestió dels recursos, el pressupost, els permisos i la logística de la producció. També contactarà els convidats i tancarà la seva participació. S'encarregarà de contractar el transport de

² 3Cat. Més informació sobre el programa *Col·lapse*: <https://www.3cat.cat/3cat/collapse/mes-info/>

³ Little Spain (23 de maig de 2025). *Los chicos han vuelto. 'Droga' de @mora y @c.tangana producido por @plazabylittle*. [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DJ9lqWcsJd3/?img_index=1

convidats, equip i càtering. Es preveu la figura de l'assistent de producció.

- Guionista. És el responsable d'escriure els guions de les entrevistes i dels temes que vagin sortint durant la conversa, així com de planificar el joc que tindrà lloc al final de cada episodi.
- Documentalista. En conjunt amb el guionista, formen l'equip de redacció. Encarregat de buscar informació sobre els entrevistats, redactar els perfils de cadascun i col·laborar amb l'elaboració del guió.
- Direcció artística. S'encarrega d'aconseguir desenvolupar una idea creativa de l'espai en el qual es fa el rodatge. Coordina la planificació, l'escenografia, l'estil de muntatge dels rodatges, i treballa mà a mà amb l'equip d'edició, attrezzo i maquillatge perquè tot segueixi una mateixa línia.
- Realització. Durant el rodatge s'encarregarà de supervisar els plans que estiguin gravant els operadors de càmera, revisant que hi hagi diversitat. En postproducció, treballarà amb director i muntador per decidir les millors imatges per al producte final.
- Edició i muntatge. Encarregat del muntatge dels episodis, unint la careta, totes les seqüències seleccionades, les transicions, els plans de recurs i els crèdits finals, a més d'afegir rètols, text, i altres elements visuals i de so. Treballarà en conjunt amb el director, l'equip de realització i el de redacció (guionista i documentalista) per tal de seleccionar els talls de la conversa que s'emetran, així com els millors plans de cada moment. L'editor comptarà amb l'ajuda d'un tècnic de color.
- So. És el responsable de tot el so de la producció, tant dels diàlegs com de la música i els efectes sonors. Durant el rodatge indicarà la posició dels micròfons i ajustarà els nivells de volum. Es contractarà un

únic empleat de so en un inici, però queda a disposició de l'entitat distribuïdora d'augmentar-ne la plantilla.

- **Grafista.** Encarregat de dissenyar els elements visuals del videopodcast: la careta, el logotip, els rètols de títols i convidats, gràfics, crèdits i altres recursos visuals. A més, també farà les cartes amb els plats.
- **Operadors de càmera.** Comptarem amb tres operadors, un dels quals assumirà el rol de director de fotografia. Segueixen les indicacions del director de fotografia, organitzen l'escena i la disposició de les càmeres. A més, preparen els moviments de càmera, els diferents plans que es faran durant el rodatge, es coordinen amb el tècnic de llums per aconseguir la il·luminació desitjada.
- **Tècnic d'il·luminació.** S'encarregarà de planificar i revisar que s'aconsegueixi la il·luminació adequada en el plató.
- **Fotògraf.** Farà diverses fotografies tant als convidats abans de començar l'episodi, com durant la gravació de l'àpat i la sobretaula. Aquestes fotografies s'utilitzaran per a xarxes socials, i al final de cada episodi es farà un recull de les millors fotografies, i es penjarà un marc a una paret del plató.
- **Maquillatge.** Encarregat de maquillar el presentador i dels convidats, especialment perquè amb la il·luminació s'aconsegueixi un bon color de la cara en pantalla, però també per estètica si es precisa.
- **Attrezzista.** Decorarà el menjador de la masia on es gravaran els episodis perquè tinguin diferents elements tradicionals d'una sobretaula, i per afegir detalls plens de significat.
- **Social Media Manager.** Encarregat de l'estratègia digital i la gestió de les xarxes socials del projecte.

A continuació s'exposa una llista de l'equip imprescindible i les persones amb les quals es compta per poder tirar endavant el projecte. I les funcions que podrien desenvolupar en el procés de realització del documental.

- **Joel Benito.** La seva tasca serà la de producció executiva. També col·laborarà amb l'equip de redacció.
- **Carles Couso.** Presenta el programa *Aquí Girona* de la Cadena Ser. És director de documentals, que acostuma a presentar ell mateix. Experiència en mitjans de comunicació locals i generalistes. Serà el director i és un dels candidats al rol de presentador. Graduat en periodisme per la UAB.
- **Joan Colominas.** Durà a terme la tasca de producció, ja que compta amb experiència liderant equips de producció en comunicació i de desplaçaments en congressos. Destaca per la seva capacitat de gestió. També ha estat involucrat en l'elaboració del pressupost.
- **Mar Riera.** Periodista graduada per la UAB, i graduada en Llengua i Literatura Catalana per la Universitat de les Illes Balears. Experiència en les àrees de correcció de llengua catalana de diaris generalistes. Serà la guionista del projecte.
- **Marco Emiliani.** Assumirà el rol de Social Media Manager. És un col·laborador habitual d'El Gamatzem, amb una gran experiència en publicitat. Especialitzat en la creació i gestió de contingut per a xarxes socials i plataformes en línia. A més, té formació en disseny gràfic i edició de vídeo i fotografia, per tant, pot assistir el muntador. Llicenciat en cinema per la UB.
- **Joan Canadell.** Serà l'encarregat de la fotografia fixa del projecte, i també col·laborarà en l'edició i el muntatge. És un col·laborador habitual d'El Gamatzem, especialista en edició i rodatge de vídeos, curtsmetratges i documentals. Té un grau d'il·luminació, captació i tractament d'imatge al CIFOG. En Joan té una àmplia experiència com a freelance en diferents productores, com El Lab Digital. A més, és formador de projectes formatius audiovisuals a l'Escola Universitària ERAM.
- **Roger Maldonado.** Té el rol de director de fotografia i operador de càmera. Professional apassionat per la fotografia i el vídeo, amb experiència en

projectes creatius. És empleat d'El Gamatzem. És graduat al CIFOG del curs d'assistent de producte gràfic. Experiència en la creació de continguts audiovisuals per a xarxes socials i desenvolupament d'idees creatives i solucions visuals adaptades a múltiples formats. Habilitat per a l'edició de reels i vídeos curts de forma dinàmica.

- **Nin Puigdemont.** Professional creatiu i especialitzat en el món del 3D i els efectes visuals (VFX), amb experiència en la creació de contingut visual per a presentacions comercials, xarxes socials i entorns digitals. Amb una base sòlida en disseny gràfic i una gran sensibilitat estètica. Ús de Blender, Photoshop i After Effects per a la postproducció i composició digital. Cicle formatiu de Grau Mitjà en Assitència al Producte Gràfic Impres (CIFOG).
- **Aniol Anton.** Dissenyador gràfic digital amb experiència en la creació de continguts visuals per a xarxes socials, projectes comercials i identitat corporativa. Mirada creativa i orientada al detall, amb especial sensibilitat per l'equilibri visual i la comunicació gràfica. Domini de Photoshop i Illustrator per a tota mena de peces gràfiques.

4.1.2. Relació de mitjans tècnics dels quals es disposa

El Gamatzem, la productora audiovisual de la qual l'autor del treball n'és soci, i que serà l'encarregada de l'elaboració del projecte, compta amb un equip de material tècnic professional i de qualitat, testat en altres projectes audiovisuals de característiques similars.

Disposem d'una varietat de càmeres amb possibilitat de gravar a bitrates i resolucions altes com la Sony A7iii, Sony FX30 o dues Lumix S5 i S5iiX, així d'una parella de Sony A6400 de suport. Aquestes càmeres les acompanyem d'objectius d'alta velocitat i contrastades focals com Sigma 30 1.4 i Lumix 35mm 1.8 i Lumix 85mm 1.8 així com d'altres més versàtils com els Sigma 18-50, Sony 18-135 o Lumix 20-60. A part de les càmeres, es compta amb un set de trípodes i estabilitzadors, per tenir varietat de plans estàtics i en moviment.

Pel que fa a l'enregistrament del so, estem proveïts tant amb micròfons sense cables, com amb una gravadora radiofònica, amb micròfons de canó, de corbata, lavalier i de perxa. També disposem d'un equip d'il·luminació complet, amb diferents focus i flaixos externs per a les càmeres.

Així i tot, si les característiques tècniques del rodatge ho precisen, s'ha planificat en el pressupost, que es troba al final d'aquest treball, el lloguer de més material per millorar les prestacions tècniques i el resultat final del documental. Es valora llogar càmeres d'alta qualitat, micròfons, i material de suport, com ara trípodes o lliscador de càmera amb rodes per fer plans en moviment.

4.1.3. Localització

Planificar les localitzacions és fonamental en la producció d'un projecte on la imatge ha de tenir un paper imprescindible en el si del relat. Escollir bé la localització es considera que aporta autenticitat i valor al projecte i ajuda a crear un clima molt més agradable per a l'audiència. A més, escollir una bona localització és clau per aconseguir una bona narrativa visual. També hi ha un altre punt clau a tenir en compte, establir les localitzacions permet millorar la logística i eficiència, així com tenir una idea inicial sobre una branca important dels costos de qualsevol projecte audiovisual.

El programa *Converses de Sobretaula* s'ubica en una masia catalana envoltada de natura, en un ambient que respiri calm. Aquesta masia, amb segles d'història a les seves pedres, ha de ser la localització principal on tenen lloc les converses. Sobretot, perquè reuneix dos grups d'atributs clau. Per una banda, esdevé un espai íntim, càlid i amb caràcter amb molta llum natural. I, per altra banda, transmet una indirecta narrativa de forma visual molt interessant i lligada al projecte som són l'arrelament, la memòria, els orígens i un fort vincle amb el territori.

La major part del programa passa al voltant d'una taula, coberta amb unes estovalles, però de fusta massissa i amb presència. És el centre sobre el qual han de passar totes les coses. Se situarà aquest moble en una sala àmplia, amb parets de pedra vista, una llar de foc al fons i un sostre de volta catalana. Aquest espai,

amb la inclusió de la decoració pertinent, busca recrear l'ambient d'una sobretaula real.

A pocs metres de l'espai on es desenvoluparà la major part del programa hi haurà la cuina de la masia amb una combinació d'elements antics i equipament modern. Aquest espai acollirà el servei de càtering del programa on es cuinaran els plats que demanin els convidats. S'ha de poder gravar i ensenyar a l'audiència l'activitat a la cuina, ja que ha de formar part del paisatge sonor i visual de cada capítol. Ha de ser un espai elegant que respiri l'essència de la cuina tradicional.

4.1.4. Proposta de càsting

Les persones convidades que formaran part dels episodis de *Converses de Sobretaula* han estat seleccionades seguint uns criteris amb els quals es vol garantir la diversitat, la qualitat comunicativa i la representativitat social del projecte. Aquests criteris són:

- **Habilitats comunicatives.** Es prioritzaran persones amb facilitat per expressar-se oralment, que tinguin una capacitat narrativa fluida i empàtica, i que puguin compartir les seves vivències amb naturalitat i emoció.
- **Competència en llengua catalana.** Sabem que Catalunya és un territori que rep persones de molts orígens i cultures diferents, i la nostra intenció amb el videopodcast és mostrar totes les realitats de la societat catalana. Creiem que és important que els convidats parlin el català o que mostrin voluntat d'aprendre'l i a parlar-lo, per tal de reforçar la normalització lingüística i la promoció de la llengua pròpia en entorns audiovisuals, per tal que es mantingui i es promogui l'ús del català en tots els àmbits, dins i fora dels mitjans de comunicació.
- **Pluralitat socioeconòmica i territorial.** Es tindrà en compte la diversitat de perfils socials i econòmics i procedència territorial (tant urbana com rural, i de diferents comarques o barris, fills d'immigrants d'altres zones d'Espanya o

altres països). També es vol donar espai a persones de diferents creences religioses, orientacions sexuals, ideologies polítiques, etc.

- Paritat de gènere. Es garantirà l'equilibri entre homes i dones, i també es procurarà buscar algun perfil de persones amb altres identitats de gènere.
- Presència d'una figura reconeguda per episodi. A cada sobretaula hi participarà almenys una persona referent en el seu àmbit laboral (teatre, televisió, gastronomia, esport, etc.), que tingui una història per explicar i, alhora, generi un diàleg horitzontal amb l'altre participant.

Per aquest format de programa s'ha pensat en dos perfils de presentadors que podrien liderar la conversa i treballar perquè durant els capítols es puguin aconseguir tots els objectius i complir amb les expectatives que s'esperen de les converses entre els diferents protagonistes. Es proposen dos noms: Albert Om i Carles Couso. Aquest últim és el que surt en el *teaser* que s'ha fet per aquest treball.

- **Albert Om** (5 d'octubre de 1966, Taradell) és periodista i té a les esquenes una trajectòria sòlida i reconeguda dins el panorama mediàtic català. Amb més de trenta anys d'experiència a ràdio, televisió i premsa escrita, ha sabut desenvolupar un personatge amb estil propi, emàtic i proper que connecta amb l'audiència catalana. Entre els atributs d'Om hi ha, sens dubte, la proximitat, l'escolta activa i el joc amb els silencis. Té experiència en programes d'èxit com *El convidat* (Tv3), un programa icònic on Albert Om passava dos dies amb una persona coneguda..

Es considera que Albert Om és un presentador ideal per a un format com "*Converses de Sobretaula*" per diversos motius:

- Domina el to de sobretaula
- Credibilitat i reconeixement
- Coneixement de la cultura catalana
- Connexió intergeneracional

- **Carles Couso** (3 de juny de 2002, Tossa de Mar) forma part d'una nova generació de periodistes catalans que combinen rigor, proximitat i humor. Amb una trajectòria emergent, però força àmplia, ha treballat tant en mitjans audiovisuals (SER Catalunya, 3Cat) com en projectes de comunicació cultural, mostrant una sensibilitat especial per les històries humanes.

Aquest jove periodista ha dirigit múltiples documentals temàtics, algun d'ells, finalista en premis com els Carles Rahola de Comunicació Local. A més, ha fet moltíssimes entrevistes durant la seva etapa a SER Catalunya, actualment liderant els informatius de Ràdio Girona i presentant el programa local d'aquesta emissora. En Carles també ha presentat uns programes de conversa a 3Cat.

Carles Couso és un presentador ideal per a “Converses de Sobretaula” per diversos motius:

- Representa una nova manera de fer periodisme, més pausada, més arrelada al territori.
- Conduïx les respectes amb respecte, naturalitat i intel·ligència emocional.
- Capacitat per generar complicitat sense imposter-la.
- Arrelament i mirada local.

4.1.4.1. Personalitats referents en diversos àmbits del panorama cultural, artístic i gastronòmic català

Aquestes sis persones són les que hem considerat idònies per a protagonitzar els sis episodis de Converses de Sobretaula.

- Episodio 1. Víctor Ballesteros Fernández (Baya Baye). Raper.



- Data de naixement: 1998 (27 anys). La seva data de naixement exacta no és coneguda.
- Lloc de naixement: Montgat, Barcelona.
- Descripció del perfil: Víctor Ballesteros, més conegut pel nom de Baya Baye, és un raper català, que va començar a guanyar reconeixement el 2020 en la seva cançó “Macarrisme Català”. A més, durant gran part de la seva trajectòria, Ballesteros ha compaginat la música amb la seva feina com a viticultor, que com ell mateix expressava a les seves lletres, era el que li donava de menjar. En les seves cançons, Baya Baye barreja ritmes de rap amb música tradicional, com sardanes, cúmbia o havaneres, i dona la seva opinió sobre la identitat de Catalunya, sobre la llengua, sobre la política -ell es defineix com a anti tot i contra tot-, sobre el sentiment de pertinença al seu poble, Montgat, i la seva gent, qui es fa anomenar “els socis”; i sobre els

problemes que afronten els joves de poble davant d'un futur incert i precari, com les addiccions.

Ell mateix diu trobar-se en el seu millor moment de la seva carrera, ara que ja no treballa a la vinya i ha passat la seva època més esbojarrada. És interessant el seu perfil, ja que els seus avis venen d'Aragó, i té un origen peculiar en el món de la música -el camp i la vinya-, que l'ha portat a comportar-se d'una manera diferent de la resta, sense dependre de la indústria i de les discogràfiques (Fernández & San Antonio, 2025).

- Episodi 2. Beatrice Duodu. Periodista.



- Data de naixement: 13 de desembre de 1996 (28 anys).
- Lloc de naixement: Ghana.
- Descripció del perfil: Beatrice Duodu és una periodista coneguda principalment per ser la cara visible dels informatius del Canal 3/24 de 3Cat. Duodu va néixer a Ghana i va migrar a Catalunya amb només quatre anys. Es va matricular amb honors en Periodisme a la Universitat Autònoma de Catalunya. La seva carrera és encara curta, però no obstant té una gran trajectòria professional com a redactora,

reportera i presentadora en mitjans de comunicació com RAC1, RTVE o TV3. El 2022 va esdevenir la primera presentadora negra dels noticiaris de TV3, obrint la porta a la normalització de la multiculturalitat als mitjans catalans.

Beatrice Duodu ha mostrat un gran interès en la lluita contra el racisme i en la infrarepresentació de les dones negres en els mitjans de comunicació. Recentment, se li ha atorgat el Premi Dones Inspiradores 2025, que impulsa El 9 Nou per donar visibilitat a lideratges femenins. És un gran perfil per a participar en el pòdcast perquè representa la nova fornada de periodistes catalans, és un gran exemple de la multiculturalitat en la societat catalana, i pot connectar amb el públic jove del programa per la seva edat i les seves habilitats comunicatives.

- Episodi 3. Bojan Krkić Pérez. Exfutbolista.



- Data de naixement: 28 d'agost de 1990 (34 anys).
- Lloc de naixement: Linyola, Lleida.
- Descripció del perfil: Bojan Krkić Pérez és un exfutbolista català de pare serbi, (Bojan Krkić Sr., exinternacional iugoslau) i mare catalana.

Formà part del planter del Barça i debutà amb el primer equip amb tan sols 17 anys, esdevenint un dels màxims golejadors joves del club. Amb només 17 anys i 51 dies, va ser en aquell moment el jugador més jove a marcar en lliga pel FC Barcelona. Després d'alguns anys al primer equip del Barça, la seva carrera internacional el portà per diversos clubs: va jugar a la Roma i el Milan (Itàlia), l'Ajax (Països Baixos), el Stoke City (Anglaterra) i el Mainz 05 (Alemanya), el Deportivo Alavès (Espanya) i el CF Montreal (Canadà) i el Vissel Kobe (Japó). Actualment, Bojan Krkić és coordinador de la plantilla del FC Barcelona, i s'encarrega del seguiment dels jugadors joves de la Masia i dels futbolistes cedits.

- És una persona molt interessant per a participar en el pòdcast per diversos motius: és un noi criat a un poble de Lleida, per tant ens mostra una realitat geogràfica diferent de la de Barcelona. Els seus antecedents paterns són estrangers, concretament de Sèrbia, i ens donarà pas a conèixer històries i tradicions d'altres parts del món que han arribat a Catalunya. El Bojan va esdevenir una persona molt reconeguda amb només 17 anys, i la fama i la pressió el van fer patir problemes de salut mental, dels quals n'ha parlat obertament per a crear consciència. En últim lloc, gràcies a la seva carrera professional ha pogut conèixer altres països, com Itàlia, Països Baixos, Anglaterra, Canadà o Japó; i podria explicar què ha après de cada cultura i què ha mantingut ara que ha tornat a Catalunya.

- Episodi 4. Montserrat Fontané Serra. Cuinera.



- Data de naixement: 8 de juny de 1936 (88 anys).
- Lloc de Naixement: Sant Martí de Llémena, Girona.
- Descripció del perfil: Montserrat Fontané és una cuinera gironina coneguda per ser la mare dels germans Roca, Joan, Josep i Jordi; fundadors d'El Celler de Can Roca (restaurant amb tres estrelles Michelin i reconegut com un dels millors restaurants del món). Després de treballar a les Termes Victòria de Caldes de Malavella, va obrir amb el seu marit el restaurant "Can Roca", un modest bar-restaurant familiar en el qual servien menús per als treballadors de les fàbriques del voltant. Allà va ensenyar a cuinar al seu fill gran, Joan, i va transmetre als tres germans els valors de la cuina tradicional, a respectar i estimar els productes de proximitat, i altres consells que els servirien com a base per, anys més tard, portar l'art culinari a un altre nivell.

La influència de Montserrat Fontané en la gastronomia catalana va ser reconeguda l'any 2021, quan va rebre el premi "Gourmet Català de l'Any" atorgat pel Clúster Gourmet de Catalunya (Gilbert, 2021). És un gran exemple femení d'emprenedoria, en una època en què no era fàcil dur les regnes d'un negoci sent una dona. És una persona molt amable i familiar que encaixa molt bé amb els perfils que es buscaven en el procés de càsting. Mostra les diferències de pensament i de vivències

entre generacions. De fet, tot i ser la mare, diu que mai ha pogut entendre la cuina que fan els seus fills (Vilaweb, 2021). Pot tenir una gran conversa amb una persona més jove, i intercanviar experiències i punts de vista.

- Episodi 5. Lucía Caram Padilla. Monja i activista cristiana.



- Data de naixement: 28 d'octubre de 1966 (58 anys).
- Lloc de Naixement: San Miguel de Tucumán, Argentina.
- Descripció del perfil: Lucía Caram és una monja dominica nascuda a l'Argentina, però resideix a Catalunya des de l'any 1994, concretament al Convent de Santa Clara de Manresa. És coneguda com la “monja tuitera”, per la seva presència a les xarxes socials. També ha aparegut sovint als mitjans de comunicació, amb l'objectiu de mostrar els valors de l'Església a la societat, mostrar una religió més propera, i lluitar contra la pobresa i la desigualtat, especialment en la infància.

Tot i pertànyer a una ordre de clausura ha demostrat tenir un gran compromís social. A Manresa, entre moltes altres causes benèfiques, ha impulsat la Fundació Rosa Oriol, que ajuda a famílies necessitades.

A vegades s'ha vist rodejada de polèmica per ser crítica amb les injustícies. Ella sosté: “Quan algú denuncia temes socials es torna incòmode. I creu que el gran manament és aquest, l'únic, el de la justícia social i el servei” (Esparza, 2017).

S'ha triat aquest perfil perquè mostra un estil de vida diferent del que veiem al nostre voltant, per la seva vocació d'ajudar als altres i pels seus projectes d'inclusió social. A més, és un gran exemple d'integració a Catalunya. Sor Lucía va guanyar el premi Català de l'Any, que atorguen els lectors d'El Periódico, i en el seu discurs va dir: “Passen coses rares en aquest país: escollir una monja de clausura, argentina de naixement i catalana per opció i adopció...” (ACN, 2015). Un altre motiu de la seva tria han estat els seus orígens a l'Argentina, i el despertar de la seva vocació durant la dictadura militar que van patir entre el 1976 i el 1983. Per la seva presència habitual als mitjans de comunicació, es creu que podrà explicar històries inspiradores i donar grans moments i bones lliçons de vida.

- Episodi 6. Carla Simón. Cineasta i guionista.



- Data de naixement: 22 de desembre de 1986 (38 anys).
- Lloc de Naixement: Barcelona. Criada a les Planes d'Hostoles, Girona.
- Descripció del perfil: Carla Simón és una cineasta catalana, famosa per haver dirigit una trilogia familiar, formada per les pel·lícules *Estiu 1993* (2017), *Alcarràs* (2022) i *Romería* (2025), que s'ha estrenat el maig del 2025 al Festival de Canes. En les seves pel·lícules, Simón barreja elements autobiogràfics amb ficció per explicar els orígens de la seva família. La directora ha explicat que el cinema ha estat una manera d'expressar-se, ja que el gran problema de la seva família sempre ha estat la manca de comunicació, un problema que per a ella és molt català (Romney, 2023). *Alcarràs*, que explica la història d'una família pagesa lleidetana, va obtenir l'Os d'Or al Festival Internacional de Cinema de Berlín.

Carla Simón també té una història tràgica: els seus pares van morir de sida quan ella tenia sis anys, i ha dedicat part de la seva carrera a lluitar contra l'estigmatització de la malaltia. D'això tracta la seva primera pel·lícula, *Estiu 1993*. Segons les seves pròpies paraules, "La pel·lícula explica la meua pròpia història, i el repte va ser precisament trobar la distància justa perquè les emocions de la nena que vaig ser es trasllessin a la pantalla" (Europa FM, 2023). A més, Simón també ha dirigit altres documentals i curts sobre la mateixa temàtica.

El seu perfil és molt interessant perquè l'obra de Carla Simón es basa en les seves històries familiars, i mostra una Catalunya diferent de la que veiem habitualment, més rural i més propera als valors universals. També ens permetrà parlar de l'absència de les figures paternes, i d'una malaltia que avui dia continua essent molt estigmatitzada, com és la sida.

4.1.4.2. Personalitats referents en diversos àmbits del panorama cultural, artístic i gastronòmic català (descartats)

Durant el procés de càsting, s'han plantejat altres perfils que finalment han estat descartats, o bé per semblança amb alguna persona que ja s'havia trobat, o bé per aconseguir més varietat en els orígens, professions i edat de les persones que apareixeran en els episodis. Aquests perfils s'han guardat i es mencionaran, per si algun dels perfils mencionats anteriorment no hi pot participar, o per si més endavant es decideix fer una segona temporada.

- Alberto Edjogo Owono (21 d'abril de 1984, Sabadell). És un exfutbolista, que durant la seva carrera ha format part d'equips com el Badalona B, Sant Andreu, Futbol Club Vilafranca i U.A. Horta, entre d'altres. A part de la seva trajectòria esportiva, ha estudiat el grau d'Administració i Direcció d'Empreses a la Universitat Autònoma de Barcelona, i un màster internacional (MBA) en la EAE Business School. És també ciutadà de Guinea Equatorial, nacionalitat que va adquirir gràcies als seus pares. Amb aquesta selecció, va participar a la Copa Africana de Nacions del 2004. Actualment és comentarista i analista a DAZN.
- Jonathan Soriano Casas. (24 de setembre de 1985, El Pont de Vilomara i Rocafort, Barcelona). És un exfutbolista, retirat des de l'any 2021. Durant la seva carrera, va jugar a diversos clubs com el RCD Espanyol, el FC Barcelona, Red Bull Salzburg i el Girona FC, entre d'altres. L'època més gloriosa de la seva trajectòria va ser del Salzburg, on l'any 2012, en la seva primera temporada, l'equip austríac va guanyar la Lliga i la Copa d'Àustria. L'any 2017 va fitxar per un equip xinès, el Beijing Guoan, en el qual hi va estar dos anys. Va ser convocat més de 20 vegades en les categories inferiors de la selecció espanyola. Actualment, també treballa de comentarista a DAZN i a Esport3.

- Irene Solà Sàez. (17 d'agost de 1990, Barcelona). És una escriptora i poetessa catalana. Va estudiar Belles Arts a la Universitat de Barcelona i, posteriorment un màster a la Universitat de Sussex. Ha publicat diversos llibres i poemaris. La seva gran obra és *Canto jo i la muntanya balla*, una novel·la que ha estat guanyadora del premi Llibres Anagrama de novel·la, el European Union Prize for Literature, el premi Punt de Llibre de Núvol, el Premi Càlamo i el premi Maria Àngels Anglada de Narrativa; i ha estat traduïda a més d'una quinzena d'idiomes. Les seves obres artístiques van més enllà de la literatura, Irene Solà ha exposat la seva obra al Museu de l'Empordà, la Biennial d'Art Contemporani Català, la Sala d'Art Jove, la Fundació Tàpies, el Festival Loop, el CCCB, entre d'altres. Pel que fa a exposicions internacionals ha exposat a la Galeria Whitechapel (Londres), a Jerwood Arts (Londres) i a la Biennial d'Art Contemporani JCE. A més, col·labora en mitjans de comunicació com la revista Time Out Barcelona o el diari La Vanguardia.
- Alba Riera López. (1991, Barcelona). És periodista i comunicadora cultural. Actualment, presenta un exitós pòdcast d'actualitat anomenat *La Turra*, produït per 3Cat i La Manchester. A cada es genera un debat al voltant d'un tema social o cultural d'actualitat, a través de i entrevistes amb diferents convidats. És un programa d'entreteniment dirigit als joves que tracta qüestions culturals i polítiques contemporànies amb una perspectiva actualitzada i original. Cada programa compta amb la presència d'algun personatge públic d'interès, com ara l'actriu Anna Castillo o la música Rita Payés. També ha col·laborat en programes com *Col·lapse* de TV3 i *El Suplement* de Catalunya Ràdio.
- Ada Parellada (26 de febrer de 1967, Granollers, Barcelona). És una xef i comunicadora coneguda principalment per liderar el seu propi restaurant; la Semproniana. L'Ada va obrir el restaurant amb tan sols 25 anys i ha aconseguit consolidar i mantenir el seu èxit amb el pas del temps. Ha publicat múltiples llibres com *Les receptes de Semproniana* o *Receptes al rescat*. També té una gran presència en els mitjans de comunicació en els quals

promociona els bons hàbits alimentaris i lluita contra el malbaratament alimentari. L'any 2016 va ser guardonada amb la Creu de Sant Jordi en reconeixement de la seva trajectòria en el món de la restauració.

- Jordi Roca Fontané. (2 de maig de 1978, Girona). És un reputat pastisser i cofundador del restaurant El Cellar de Can Roca. L'any 2014 va guanyar el premi Millor xef de pastisseria del món de la revista *Restaurant*. El Cellar de Can Roca és un restaurant gironí que compta amb tres estrelles Michelin i ha estat diverses vegades en el pòdium dels cinc millor restaurant del món, segons la revista britànica *The Restaurant Magazine*, entre molts altres premis i reconeixements. L'any 2020, els germans Roca van obtenir la Creu de Sant Jordi per la seva tasca en el terreny de la innovació, la formació i els projectes de responsabilitat social en àmbits com el de la gestió emocional dels recursos humans.
- Long Li Xue. (8 d'agost de 2000, Girona). És un influenciador i youtuber català, que també té la nacionalitat xinesa. Va ser víctima d'assetjament i ciberassetjament als 14 anys pel seu origen xinès, cosa que el va motivar a fer front al racisme amb una eina tan poderosa com l'humor. Arran dels seus vídeos a les xarxes socials, va saltar a la "fama" i això el va portar a participar en el programa *Adolescents iCat*. Actualment, és molt actiu com a *instagramer*, i com ell mateix ha pronunciat en repetides ocasions, està orgullós de poder lluitar per a la preservació del català a les xarxes socials. Com a curiositat, va fer un cameo a la pel·lícula *La casa en flames*, de Dani de la Orden.
- Ousman Umar. (1988, Fiasco, Ghana). És fundador de l'ONG Nasco Feeding Minds (2012)⁴, una organització amb la finalitat de proporcionar accés a la informació i a l'educació, reduint la bretxa digital. L'any 2005, amb disset anys, l'Ousman va arribar a Barcelona després d'un viatge extremadament hostil,

⁴ Umar, O. (s.d.). *Ousman Umar. Mi Historia*. NASCO Feeding Minds.
<https://nascoict.org/ousman-umar/>

en el qual va haver de travessar el desert del Sàhara i va viatjar en pastera. Des de llavors, lluita per evitar que els joves de Ghana s'embarquin en viatges mortals com el que ell mateix va realitzar. L'ONG crea aules informàtiques en zones rurals de Ghana perquè creuen que l'educació és el camí per revertir el problema de la immigració. Addicionalment, ha publicat llibres, com ara *Viatge al País dels Blancs*.

- Teresa Forcades. Monja benedictina, metge i teòloga, des de Montserrat predica el seu feminisme eclesial, denuncia el negoci de les multinacionals farmacèutiques i defensa l'homosexualitat. La seva figura heterodoxa l'ha acabat convertint, sense proposar-s'ho, en una de les dones més populars de Catalunya. Hi ha ajudat de manera decisiva la paròdia de què és objecte al programa Polònia de TV3. Nascuda al barri de Gràcia de Barcelona el 1966, va estudiar medicina a la seva ciutat i als EUA, on després es va doctorar en teologia ni més ni menys que a Harvard. Fa 15 anys que viu al monestir de Sant Benet.

4.1.4.3. Persones que compartiran taula amb cadascun dels convidats reconeguts

La selecció dels convidats anònims és tan important com el càsting de les personalitats reconegudes. Hem seleccionat uns perfils ben definits de les característiques que ha de tenir cada persona que compartirà sobretaula amb els convidats de l'apartat anterior. Malgrat això, no hem pogut tancar la presència de tots els convidats, perquè encara no hi ha data prevista d'inici dels rodatges i no hem pogut confirmar tots els perfils. En els casos en què la persona convidada estigui decidida i acordada, s'ha mencionat el seu nom, la seva edat i lloc de naixement, i els motius pels quals s'ha triat la seva participació en el programa.

Tal com es pot veure en el punt 3.10 d'aquest treball, s'ha preparat un vídeo promocional del projecte. En aquest vídeo s'anomenen molts de noms dels perfils anònims, alguns inventats, però que responen als perfils que es consideren

interessants per poder ajuntar amb els protagonistes etiquetats com a “coneguts”. A a continuació es fa la descripció d'aquests perfils i es diu, al final, si s'ha contactat o es té controlat la persona que podria respondre a aquest perfil.

- Episodi 1. **Malcolm Burns** (64 anys, Escòcia). A **Víctor Ballesteros** se l'asseurà amb en Malcolm, un home escocès a punt de jubilar-se que viu a Barcelona des de fa 25 anys i que canta amb un cor de l'església d'un barri de la capital catalana. Hem contactat ja amb ell i és un home molt tranquil, interessat per la història i l'urbanisme. La seva intenció és jubilar-se i anar a viure a un poble petit. Creiem que poden tenir molta connexió, i parlar sobre la música des de diferents punts de vista, la fe i les religions, l'urbanisme (un dels temes que preocupa Baya Baye, i que es reflecteix a les seves cançons, és l'ampliació de les grans ciutats i el futur dels pobles com Montgat), la diferència entre la vida a la ciutat i al camp, o la visió que té cadascun sobre la lluita de classes i la involucració en moviments socials.
- Episodi 2. **Seminarista**. La periodista **Beatrice Duodu** es considera que pot compartir taula amb un seminarista que estigui a punt de ser ordenat mossèn i que, en poc temps, passi a ser el rector més jove de Catalunya. En aquesta conversa, aprofitant, a més, que la Beatrice Duodu és periodista, volem potenciar un diàleg fluid que porti els dos protagonistes a parlar dels seus orígens familiars, què els ha portat a escollir la professió a la qual es volen dedicar, les dues, necessàriament, molt vocacionals o quins entrebancs s'han trobat o han observat en el seu entorn i en el dia a dia de les seves feines. S'ha contactat el bisbat de Girona i des del departament de comunicació ens han explicat que un jove, de 23 anys, està a punt de ser ordenat capellà.
- Episodi 3. **Mamadou**. L'exjugador **Bojan Krkić** es té la intenció que pugui establir una conversa amb un jove senegalès que fa un any i mig va arribar a les illes Canàries en pastera i que, des de fa uns mesos, juga en un equip de futbol de la comarca de la Selva on, amb moltíssimes dificultats i amb la

petició a l'asil pendent, està intentant poder refer la seva vida i ajudar, des d'aquí, als familiars que encara té al Senegal. En aquesta conversa es volen potenciar els diàlegs sobre les perspectives, les expectatives que es generen quan ets jove i com l'esport pot ser una bona sortida als problemes del dia a dia. A més, que important és la família en les decisions que es prenen quan una persona és jove. S'ha parlat amb en Mamadou, ja que en Carles Couso, company de feina i amic personal, el va entrevistar per un reportatge a SER Catalunya i, des de llavors, mantenen molt bona relació. En Mamadou va marxar del Senegal de matinada, sense avisar als seus pares, i pagant el que havia pogut estalviar durant cinc anys a l'home que li prometia, a ell i a 200 joves, arribar a Espanya en pastera. Va estar deu dies a alta mar, els últims sense beure aigua ni poder menjar res.

- Episodi 4. Una **jove dissenyadora de moda** en creixement i d'una família benestant de Barcelona. La cuinera Montserrat Fontané es creu que pot tenir una conversa interessant amb una jove dissenyadora de classe benestant. En aquesta conversa es volen mostrar contrastos, però també punts comuns. Potenciar la importància de les petites coses, del tracte proper, de les influències familiars, dels referents de dins i fora de casa i de com les coses tradicionals es poden convertir, amb alguns petits canvis, d'avantguarda.
- Episodi 5. **Jove que s'ha passat bona part de l'adolescència en un centre de menors.** Es considera que una conversa entre aquesta noia i **Sor Lucía Caram** pot servir per plantejar qüestions relacionades amb la infància, la marginalitat i les etiquetes que acostumem a posar com a societat. Els diferents papers de les dones en una societat, les reflexions al veure o treballar amb persones que ho han passat malament o decidir fer un canvi radical a la vida a partir d'una experiència social, política o familiar. S'han establert contactes interessants amb el Departament de Justícia de la Generalitat i, per exemple, s'ha explicat que hi ha moltes noies que surten

dels coneguts popularment com a centres de menors amb la intenció de dedicar-se a la integració o educació social.

- Episodi 6. **Pablo Castilla**. La directora de cine **Carla Simón** es considera que pot tenir una conversa interessant amb el jove activista Pablo Castilla. És un dels nois que ha liderat a la Universitat de Barcelona les protestes per aturar el conflicte a Palestina, és activista a favor dels drets laborals, estudiantils, de les dones i de la comunitat LGTBIQ+. En la conversa entre el jove estudiant i la jove directora de cine es poden plantejar infinitat de temes relacionats amb les arrels familiars (Simón ha fet una trilogia amb aquestes arrels com a rerefons), la cultura, el paper social i reivindicatiu del cinema o la implicació dels joves en el dia a dia de les lluites socials i polítiques. Però a més, també es pot parlar de si encara, ara com ara, les persones que pateixen la malaltia de la sida continuen patint estigmatització per part de la societat. En Pablo és defensor dels drets de les persones del col·lectiu LGTBIQ+ (va rebre moltes crítiques, insults i pressions per penjar una foto amb un altre home fent-se un petó davant una carpa de VOX per Sant Jordi) i la Carla va perdre el seu pare i la seva mare, de molt petita, a conseqüència de la malaltia derivada del virus del VIH.

4.2. Pressupost

Els preus d'aquest pressupost s'han elaborat a partir de tarifes orientatives i revisables basades en:

- Tarifes de mercat de professionals freelance del sector audiovisual.
- Referències de lloguer de material i mobiliari a empreses com Cañiguer, Tuset Decoració, i càterings de qualitat com Cal Blay.
- Estimacions de costos laborals amb cotitzacions a la Seguretat Social incloses (33%).

Aquest pressupost s'ha planejat seguint les plantilles que ofereix la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals per a les convocatòries de presentacions de

projectes. Es considera que és un bon exemple per a elaborar un pressupost competent, que podem agafar com a exemple i que es podria presentar a altres mitjans de comunicació si la primera opció no fos possible.

Per tal de garantir la rendibilitat del projecte hem establert benefici industrial de licitació pública del 10%. El benefici industrial és el guany de l'empresa contractista, en aquest cas El Gamatzem, espera obtenir com a resultat de l'execució del projecte.

Aquest pressupost és negociable amb el client final, hi ha alguns punts que es poden revisar, però s'han considerat les despeses necessàries per assolir el nivell d'excel·lència que s'ha fixat com a objectiu, tant pel que fa a la qualitat audiovisual, com als guions, la documentació i l'elaboració dels perfils dels convidats, com en la creació d'un plató elegant i ple de detalls.

Per a l'elaboració del pressupost, així com per a la planificació de la producció associada s'ha seguit la *Norma reguladora del procediment de selecció i contractació de continguts audiovisuals per als mitjans de comunicació de la CCMA*.

Pressupost:

DESPESES	UNITATS	COST (sense IVA)	SEGURETAT SOCIAL	COST TOTAL (sense IVA)
Guió				
Bíblia	1	3.000,00€		3.000,00€
Equip programa				
Director	6	300,00€	99,00€	2394,00€
Guionista	6	100,00€	33,00€	798,00€
Productor	6	200,00€	66,00€	1596,00€
Ajudant de producció	6	80,00€	26,40€	638,40€
Director de fotografia	6	220,00€	72,60€	1755,60€
Operador de càmera 1	6	80,00€	26,40€	638,40€
Operador de càmera 2	6	80,00€	26,40€	638,40€

Operador de càmera 3	6	80,00€	26,40€	638,40€
Realitzador	6	150,00€	49,50€	1197,00€
Presentador	6	250,00€	82,50€	1995,00€
Operador de so	6	80,00€	26,40€	638,40€
Grafista	1	400,00€	132,00€	532,00€
Tècnic d'il·luminació	6	80,00€	26,40€	638,40€
Maquillador	6	100,00€	33,00€	798,00€
<i>Social Media Manager</i> ⁵	6	120,00€	39,60€	957,60€
Fotògraf	6	150,00€	49,50€	1197,00€
Attrezzista	6	150,00€	49,50€	1197,00€
Colorador	1	400,00€	132,00€	532,00€
Muntador	1	800,00€	264,00€	1064,00€
Escenografia				
Construcció de decorats	1	800,00€		800,00€
Lloguer mobiliari atrezzo	6	70,00€		420,00€
Despeses de producció				
Lloguer de càmeres	6	250,00€		1500,00€
Lloguer de il·luminació	6	100,00€		600,00€
Lloguer de material de so	6	50,00€		300,00€
Càterin g programa amb cuiner present ⁶	6	400,00€		2400,00€
Servei de "Barra de bar" ⁷	6	350,00€		2100,00€
Lloguer de Masia	6	500,00€		3000,00€
Desplaçament de convidats	6	60,00€		360,00€
Imprevistos	1	350,00€		350,00€

⁵ Inclou l'edició de 9 clips de cada episodi.

⁶ El·laboració de dos plats per persona i capítol, a més de postres.

⁷ Barra "lliure" per cafè, begides i licors. Inclou la contractació d'un cambrer que farà d'extra.

COST TOTAL SENSE BENEFICI INDUSTRIAL	35.152,40€
BENEFICI INDUSTRIAL (10%)	3.515.24€
COST TOTAL PRODUCCIÓ	38.667,64€ + IVA
COST TOTAL PER CAPÍTOL	6.441,61€ + IVA

4.3. Producció. Cronograma, pla de rodatge i gravació

El rodatge del projecte pot comportar entre tres i quatre mesos de feina. Es dedicarà el primer mes a la preproducció, és a dir, a la recerca dels convidats, la selecció de l'espai de gravació i l'organització dels mesos de rodatge i edició dels capítols. Finalment, els tres mesos restants es dedicaran a l'execució més formal del projecte, centrant les primeres setmanes a la gravació dels capítols i les setmanes que quedin en l'edició i enviament dels capítols a la plataforma que consideri emetre les peces.

A continuació s'exposa en una taula una aproximació al que podria ser un cronograma de la fase de rodatge del documental audiovisual.

Mes 1 (Setmana 1)	Escollir i revisar les localitzacions. Un cop escollides, cal triar els plans que es faran, així com estudiar quines són les millors hores de llum per gravar i establir quin material tècnic caldrà dur en cada rodatge. Al mateix temps l'equip de producció tanca els entrevistats i l'equip de càterring.
Setmana 2	Gestionar (tràmits i permisos) possibles permisos amb Ajuntaments o particulars i revisar els accessos als llocs on es vulgui gravar.
Setmana 3	Els productors del projecte posen data i tanquen els dies i hores de rodatge amb els diferents entrevistats.

Setmana 4	L'equip tècnic prepara el material i estudia si caldrà llogar quelcom extra per algun dels rodatges. Els guionistes repassen el guió i l'escaleta i es fa el pla de rodatge específic per a cada programa. A més s'estableix quins plans de recurs es gravaran de cada localització.
Mes 2 Setmana 5	Gravació de les entrevistes i de les imatges de recurs
Setmana 6	Gravació de les entrevistes i de les imatges de recurs
Setmana 7	Gravació de les entrevistes i de les imatges de recurs.
Setmana 8	Gravació d'imatges que no es tenien previstes, però que es consideren interessants pel projecte un cop gravades les entrevistes.
Mes 3 Setmana 9	Edició dels 3 primers capítols
Setmana 10	Recerca de documents històrics, material d'arxiu (fotos i vídeos) que siguin d'interès pel muntatge audiovisual del documental fruit de les entrevistes enregistrades o del que ja hi havia previst en el guió. Edició dels 3 primers capítols
Setmana 11	Edició dels 3 primers capítols
Setmana 12	Enviament dels primers capítols a l'equip de la plataforma que vulgui emetre els programes i reunions de <i>briefing</i> per a millorar

	aspectes formals. Edició dels 3 primers capítols amb les modificacions que hagi exigít la plataforma que vol publicar els capítols.
Mes 4 Setmana 13	• Edició dels 3 primers capítols amb les modificacions que hagi exigít la plataforma que vol publicar els capítols • Edició dels 3 últims capítols amb les modificacions que hagi exigít la plataforma que vol publicar els capítols • Edició d'adaptacions en format per a xarxes socials.
Setmana 14	• Reunió amb la plataforma • Edició dels 3 últims capítols amb les modificacions que hagi exigít la plataforma que vol publicar els capítols • Edició d'adaptacions en format per a xarxes socials.
Setmana 15	Enviament definitiu dels capítols més les diferents adaptacions per a format xarxes amb vídeos verticals, imatges i promocions.

Quan s'hagin enregistrat tots els episodis i la resta de material que es cregui convenient, com tràilers, contingut exclusiu per a xarxes socials, plans de recurs de la localització per als episodis, es donarà per finalitzada la fase de producció.

4.4. Postproducció

La postproducció és l'última fase del projecte, en la qual s'editen i s'organitzen tots els continguts enregistrats i se li dona forma per obtenir els productes definitius: els tràilers per a televisió i per a xarxes, sis episodis de *Converses de Sobretaula* en format àudio i en format vídeo, i els fragments de format vertical per a xarxes socials.

El procés de postproducció del videopodcast té diferents fases i bona part de l'equip de treball està involucrat en més d'una tasca. Tot i que els principals encarregats en

són el muntador, el tècnic de color i el dissenyador gràfic, la direcció, equip de guió i realització fan tasques de revisió i *feedback* en cada fase, abans de començar el pas següent.

Per l'edició dels capítols es faran servir les eines que proporciona el paquet d'Adobe: Photoshop, Premiere Pro, i Illustrator.

Les fases del procés de postproducció fins a l'obtenció del producte final són:

- Selecció i organització del material. Es revisa tot el material que s'ha enregistrat durant el rodatge i s'escullen les millors preses de cada seqüència per utilitzar-les en el documental. En aquest punt també es revisa si hi ha fragments descartables d'alguna conversa i els plans de recurs. Aquest material seleccionat s'endreça en ordre de seqüència i presa, per agilitzar l'edició.
- Edició del tràiler oficial del videopodcast. Amb alguns dels fragments més atractius de les converses, i seguint un guió similar al del *teaser*.
- Edició del pilot. L'editor, seguint el guió, muntarà el primer capítol, per veure si s'adapta a la durada que s'havia establert a l'inici, per provar les transicions entre seccions, combinar els diferents plans, i comprovar el ritme de l'episodi. En aquest punt s'ha de decidir com se li dona forma a la narrativa que s'ha pensat durant el procés de guió. En aquest primer muntatge no s'inclouran els crèdits, els rètols i el color, però sí que seria positiu incloure la careta d'entrada.
- Consulta amb l'entitat distribuïdora. S'envia el pilot al mitjà de comunicació que distribueix el pòdcast perquè es revisi l'estructura i el ritme, i es puguin suggerir canvis en l'edició dels següents episodis.
- Edició de la resta d'episodis. Seguint l'estil de l'edició del pilot i amb les modificacions que s'hagin considerat pertinents, l'equip farà una reunió en la qual s'establiran, ara sí, els criteris definitius que s'adaptaran a la resta de capítols.

- Sonorització. L'editor afegeix en aquest punt la música i els efectes de so als diferents capítols. S'aconseguiran els permisos per utilitzar músiques tradicionals catalanes per als episodis, i també els demanarem a cada convidat una cançó en català que els porti algun record. A part de la música, en aquesta part de l'edició s'ha d'igualar el so de totes les gravacions, comprovar si hi ha algun problema amb alguna pista de veu i resoldre-ho, i afegir els efectes sonors necessaris.
- Edició del color. Habitualment, el color és una part molt important de l'edició, perquè les escenes es graven en espais diferents, i la correcció del color li dona cohesió visual al programa. En aquest cas, tots els capítols es gravaran en el mateix espai, i la il·luminació del set de rodatge sempre serà la mateixa. Igualment, es retocarà el color per potenciar els efectes que es volen causar, com ara el de calidesa i proximitat, com si estigués encesa una llar de foc.
- Grafismes i títols. S'afegeixen els títols i subtítols dels convidats, el rètol de la masia on s'ha gravat l'episodi, informació addicional sobre els protagonistes que donin context a l'espectador, els noms dels plats, de la música, etc. En aquest punt també s'afegeixen la careta d'entrada, les transicions i els crèdits finals. Tots els elements gràfics han de seguir les tipografies establertes en l'apartat de composició visual.
- Adaptació a xarxes socials. Durant tot el procés d'edició es va treballant paral·lelament en l'estratègia transmèdia. Se seleccionen talls dels capítols i es classifiquen, per un cop s'hagin editat els episodis en el seu format videopodcast, sigui més fàcil editar els vídeos verticals. L'estratègia transmèdia dona visualització del videopodcast en altres suports, l'equip és conscient que una part del públic objectiu només consumirà el producte en format vertical, però també pot servir com a reclam, com una porta d'entrada al format íntegre. Es farà la versió d'àudio per als oients de Spotify, que també inclou l'opció de

veure el vídeo. S'editaran vídeos curts per poder publicar a TikTok i Instagram. En aquest cas, la feina serà conjunta entre el muntador i el Social Media Manager.

4.5. Pla de programació i distribució

Aquest projecte s'ha elaborat seguint com a exemple els requisits que es demanen en les convocatòries de presentació de projectes de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)⁸, en règim de producció associada o en règim de coproducció.

L'objectiu del pla de distribució és que 3CAT pugui assumir els costos de producció al complet de *Converses de Sobretaula*, però no es descarta buscar altres fonts de finançament, com el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, alguna de les Diputacions provincials, l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC), o La Xarxa de Comunicació Local, en un règim de producció associada.

Una altra possibilitat d'aconseguir finançament extra seria contactar amb l'Agència Catalana del Turisme, o amb Som Gastronomia⁹, una iniciativa impulsada per la Generalitat de Catalunya per promocionar la gastronomia catalana com a element clau del desenvolupament econòmic, cultural i turístic del país. El projecte Som Gastronomia és especialment important en aquest moment, ja que Catalunya ha estat escollida Regió Mundial de la Gastronomia 2025¹⁰, un premi atorgat per l'Institut Internacional de la Gastronomia, la Cultura, l'Art i el Turisme. Es té previst contactar amb aquestes institucions, i d'alguna manera, com per exemple a través d'una afiliació a Som Gastronomia, poguessin patrocinar els programes.

⁸ Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. s.d. *Norma reguladora del procediment de selecció i contractació de continguts audiovisuals per als mitjans de comunicació de la CCMA*. <https://www.3cat.cat/presentacio-projectes/>

⁹ Som Gastronomia. (s.d). *Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia 2025*. <https://sommgastronomia.cat/es/crmg25/>

¹⁰ Agència Catalana de Turisme. Generalitat de Catalunya. (s.d). *Regió Mundial de la Gastronomia 2025*. <https://act.gencat.cat/regio-mundial-de-la-gastronomia-2025/>

L'estil i la durada del projecte redactat en aquest treball és molt similar a altres propostes que s'emeten en aquesta plataforma. A més, també pot funcionar com a unitat de projecte d'àudio, en format podcast, per a Catalunya Ràdio, ICat o alguna altra emissora oberta a rebre pòdcast externs. Poder-ho emetre simultàniament a Catalunya Ràdio porta, explícitament, que no pugui sortir del circuit de 3Cat. És a dir, no es podria emetre l'audiovisual a 3Cat i l'àudio a Rac1. En el cas de plataformes digitals de *streaming*, es publicaran els episodis a Spotify.

Per a reafirmar la voluntat de l'autor del treball de fer realitat el projecte que es presenta en aquest Treball de Fi de Grau s'exposa que bona part d'aquest projecte ja s'ha presentat a responsables de continguts transmèdia de 3Cat. S'han mantingut dues reunions per parlar del projecte i definir-lo. A més, també es vol deixar per escrit la intenció de participar en el *pitching* de la Facultat de Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona per accedir al Clúster Audiovisual de Catalunya.

4.6. Proposta transmèdia. Característiques i accions per a cada canal

A l'actualitat, les audiències consumeixen els continguts audiovisuals a través de múltiples plataformes digitals i xarxes socials. Tot i que el projecte *Converses de Sobretaula* està concebut com un videopodcast, era precís elaborar una proposta multiplataforma per generar més impacte en l'audiència. Els continguts transmèdia ens permeten aprofundir en les converses més enllà del videopodcast, i a més pot servir com a reclat per a que el públic interactiu i participi de forma activa, augment l'impacte social que genera el programa. En aquest apartat es proposen una sèrie de continguts diferenciats i complementaris:

- Plataforma de 3Cat. Allà es publicaran els episodis íntegrament.
- Televisió. Es farà un tràiler per emetre's en la secció cultural del TN de TV3. A més, s'intentarà anar a presentar el videopodcast en algun programa de la graella.
- Spotify. Es penjaran els episodis en format d'àudio i en format de vídeo.

- Xarxes socials (Instagram i Tiktok). L'audiència cada vegada passa més part del dia a les nostres xarxes socials. Es considera oportú preparar vídeos curts per poder emetre en aquestes plataformes. Es prepararan uns 8-9 vídeos de cada episodi, que es publicaran a TikTok i Instagram. Aquests vídeos seran extrets dels capítols, se subtitularan i es publicaran a les xarxes de la productora i del canal/empresa que vulgui emetre la proposta audiovisual que es presenta en aquest treball. Es considera una acció clau per donar a conèixer el producte final, despertar interès i aconseguir el màxim de visualitzacions possibles. També es contempla la possibilitat de fer contingut extra, i exclusiu per a aquestes xarxes socials, com vídeos darrere les càmeres, *making offs* dels rodatges i preguntes a la comunitat.
- Youtube. Es publicaran els episodis en format vídeo. A més, YouTube té un format de vídeos verticals anomenats Shorts, així que també es penjaran els 8-9 vídeos en format vertical.
- Ràdio. Es proposa preparar una falca promocional, agafant algun tall cridaner dels episodis, i afegint la data d'estrena i les plataformes on es pot veure el contingut.
- Premsa. L'equip de redactors prepararan notes de premsa que s'enviaran a la premsa generalista de Catalunya i als mitjans digitals especialitzats, així com concretar entrevistes amb l'equip de producció i alguns dels convidats.

Tot plegat té l'objectiu de donar a conèixer el projecte pel màxim de canals possibles, atraure audiència i afavorir la fidelització.

5. Conclusions

Per concloure aquest Treball de Fi de Grau, s'esmenten a continuació les principals conclusions que s'han extret després de tot el procés de creació del videopodcast *Converses de Sobretaula*, i de revisar els objectius que s'havien marcat en l'inici del projecte.

- El mercat del periodisme audiovisual, i més concretament el del pòdcast i el videopodcast és molt competitiu. Són uns formats a l'alça en les plataformes digitals perquè donen moltes possibilitats de consum a l'audiència; els pots veure o només escoltar-los, el pots consumir en el seu format sencer, però també pots anar a qualsevol xarxa social i mirar els talls més destacats.
- Pels estàndards de qualitat tècnica i visual que s'han marcat, per la complexitat de la documentació i la redacció dels guions, per la dificultat dels rodatges i per l'equip humà que hi ha al darrere, *Converses de Sobretaula* es podria considerar més aviat un programa de televisió amb entrevistes que un videopodcast. S'ha catalogat com a videopodcast perquè es vol oferir al públic l'opció d'escoltar-lo com un pòdcast, però té moltes característiques de programa de televisió. De cara a una segona temporada, s'hauria de revisar si es manté el format d'àudio, o si s'aposta només pel vídeo.
- Hi ha molta oferta de pòdcasts de totes les temàtiques. Només en català, hi ha més d'un pòdcast que inclogui el concepte de la sobretaula, i desenes de productes especialitzats en gastronomia. Si ens fixem en programes en castellà, la xifra es multiplica. Si es vol tenir èxit, s'ha de trobar una escletxa en el mercat, fer un producte inèdit tant en la forma com en el fons. Hi ha el costum de fixar-se només en els mercats estrangers i copiar formats, en comptes de mirar què passa a casa nostra.
- Un producte audiovisual necessita finançament d'un gran mitjà de comunicació o un gran finançament privat per obtenir una alta qualitat tècnica i esdevenir mediàtic. En la recerca d'aquest treball hem trobat programes amb contingut molt interessant, entretingut i de servei públic que tenen molt poca repercussió. És una anomalia que un producte audiovisual independent aconsegueixi rellevància mediàtica i popular.
- S'ha aprofitat l'oferta de videopodcasts que hi ha al mercat per analitzar els seus punts forts i dèbils, i detectar forats en el mercat. Existeixen molt poques

produccions en les quals hi intervingui de forma molt directe. Inclús en els programes i pòdcasts culinaris no s'enregistra el moment de l'àpat i no s'uneix a una conversa. També és molt estrany veure programes en els quals els protagonistes siguin personatges populars convivint, o en aquest cas conversant, amb persones anònimes. La barreja d'aquestes dues coses, juntament amb la decisió de gravar el videopodcast en una masia de veritat, en comptes de recrear-la en un plató o un estudi, és el punt diferencial de la proposta.

- Per aconseguir aquest reconeixement, s'ha planificat l'estratègia tant en l'àmbit narratiu i de continguts, com en el mode de distribució. Pel que fa a la narrativa, el projecte s'ha volgut diferenciar volgut diferenciar en:
 - Crear una sobretaula real. Res del que passa en els episodis és fingit, tot és genuí. Els convidats dinaran un menú preparat per un cuiner al moment, prendran la beguda que els vingui de gust, prendran les postres i el cafè o el licor que vulguin. Es trobaran en una masia de veritat, no es recrearà cap espai que no existeixi en realitat. Només d'aquesta manera, es creu que la conversa que hi pugui sorgir sigui igualment genuïna.
 - Donar veu a persones desconegudes per al públic general als mitjans públics i a les xarxes socials. En un moment en què els influenciadors ocupen gran part dels continguts que consumim, i molts d'ells estan fent el salt als mitjans de comunicació tradicionals (ràdio i televisió), s'ha apostat pel contrari: els protagonistes podrien ser els nostres veïns, o algú de la nostra família.
 - Seure en una mateixa taula persones molt reconegudes mediàticament amb persones anònimes. A la taula, la conversa es democratitza, els orígens i les vivències d'una persona amb reconeixement s'equiparen a les de la resta de la societat. Hem vist com les converses entre dues persones tenen una relació directa amb la creació d'empatia. Amb *Converses de Sobretaula*, descobrirem que un cantant que ara es dedica exclusivament a la música, fa ben pocs anys treballava a la

vinya, o que la mare dels xefs més famosos del món va ser una pionera com dona emprenedora amb un restaurant de menús i que, com totes les mares, no comprèn els “oficis moderns” dels fills.

- Fer una gran tasca de producció. S’ha de conèixer el màxim possible els convidats i convidades que vindran, tant els reconeguts com els anònims. D’aquesta manera es podran fer les preguntes adequades, i es podran treure temes de conversa que generin coneixement, emoció i connexió entre els convidats i amb el públic.
- S’ha decidit donar-li sortida amb el mètode de producció associada a un mitjà de comunicació. S’intentarà que sigui 3Cat qui produeixi el pòdcast conjuntament amb el Gamatzem. Per als objectius de l’autor del treball i de la productora, que consten en professionalitzar aquest videopodcast i portar-lo al més alt nivell de qualitat tècnica i narrativa possible, es necessita una font de finançament amb els recursos necessaris per a fer una gran producció. S’ha elaborat un pressupost consultant els preus de mercat del sector audiovisual, tot i que està obert a modificacions. El format del pressupost segueix la norma reguladora del procediment de selecció i contractació de continguts audiovisuals per als mitjans de comunicació de la CCMA.
- Presentar el nostre projecte a 3Cat és l’opció més adequada per a nosaltres. Comptem amb molts seguidors a les xarxes socials, la seva plataforma digital també té molts usuaris. A més, 3Cat promou aquest tipus de contingut que barreja entrevistes i cultura, com en el cas d’*El Foraster* o *Entre Quatre Parets*, els quals hem agafat com a referents. Es creu que la temporada 2025/2026 és un bon moment perquè el projecte vegi la llum, tant per a 3Cat com per a El Gamatzem.
- El Gamatzem és una companyia capacitada per produir projectes d’aquesta envergadura. La productora compta amb un equip de treball complet i amb material tècnic suficient per abordar la producció d’aquest videopodcast. A

més, els col·laboradors aporten funcions i capacitats diferents dels perfils dels fundadors i treballadors habituals.

- Aquest projecte és el resultat de la voluntat de l'autor i del seu equip de donar valor a fer peces a foc lent, en contraposició al ritme frenètic que actualment fomenten els continguts que es viralitzen a les xarxes socials, que un dia estan en boca de tothom, i la setmana següent ningú se'n recorda. Es vol aconseguir un producte que no caduqui, que no sigui fugaç. Com ja s'ha mencionat des de l'inici d'aquest TFG, *Converses de Sobretaula* constarà només de sis capítols, perquè es considera que és el màxim que la productora pot abordar actualment per obtenir el millor producte final possible en tots els aspectes. La idea és que no sigui un videopodcast aïllat, sinó que tingui continuació.
- El català és una llengua integradora, capaç de teixir ponts entre persones d'orígens i experiències completament diferents. Catalunya és una societat multicultural i en constant canvi, i mantenir alguns trets de la nostra identitat, com ara la ruralitat, la cultura i llengua, és necessari en aquest context. Aquest videopodcast demostra que les persones aprenen a parlar la llengua del territori on viuen, vinguin d'on vinguin.
- Aquest Treball de Final de Grau és l'embrió d'una iniciativa que pot funcionar, es confia que és un producte potent i prometedor, i que pot passar a formar part de la consciència col·lectiva. Té potencial per esdevenir un programa de debat públic. L'audiència s'hi pot sentir identificada, i pot apreciar la calidesa i la proximitat de les converses. Si es produeix la primera temporada i és ben rebuda per l'audiència, aquest projecte s'ampliaria en forma de més temporades, sempre de no més de 10 capítols per temporada.

6. Referències

- Agència Catalana de Turisme. Generalitat de Catalunya. (s.d). *Regió Mundial de la Gastronomia 2025*.
<https://act.gencat.cat/regio-mundial-de-la-gastronomia-2025/>
- Alexander, R. (2019). *Dialogic Teaching*. Robin Alexander.
<https://robinalexander.org.uk/dialogic-teaching/#:~:text=The%20term%20%E2%80%98dialogic%20teaching%E2%80%99%20is,students%20through%20the%20challenges%20they>
- Blanco, S. i Palomo, B. (2021). Rigor periodístico y regularidad como claves del éxito de los periodistas españoles en YouTube. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(4), p. 1043-1051.
<https://doi.org/10.5209/esmp.78143>
- Boilen, B. (22 d'abril de 2018). Tiny Desk Concerts At 10: How One Miserable Show Led To A Magical Concert Series. *NPR*.
<https://www.npr.org/sections/allsongs/2018/04/22/603355204/tiny-desk-concerts-at-10-how-one-miserable-show-led-to-a-magical-concert-series>
- Cartes-Barroso, M. J. (2024).Vodcasting, una nueva narrativa para el periodismo audiovisual. El caso de RTVE. *European Public & Social Innovation Review*,9, 01-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-726>
- Casero-Ripollés, A. (2020). La COVID-19 en el periodismo: un impacto ambivalente. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 7(14), p. 2-26.
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. (s.d.). Norma reguladora del procediment de selecció i contractació de continguts audiovisuals per als

mitjans de comunicació de la CCMA. Recuperat de

<https://www.3cat.cat/presentacio-projectes/>

- Costa Sánchez, C. i Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Icono 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 10(2), p. 102-125.
- Esparza, P. (23 de febrer de 2017). Quién es Sor Lucía Caram, la mediática monja argentina que causa polémica (y admiración) en España. *BBC Mundo*.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-39057096#:~:text=Es%20argentina%20y%20catalana,diario%20El%20Peri%C3%B3dico%20de%20Catalu%C3%B1a>
- Fernández, A. & San Antonio, I. (10 de maig de 2025). Baya Baye: "Gavi es quien mejor representa el 'macarrisme català'". *Sport*.
<https://www.sport.es/es/noticias/barca/baya-baye-gavi-mejor-representa-117227485>
- Fundació BBVA. (2023). Estudio Fundación BBVA sobre Pautas de Consumo de Información.
<https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/06/Estudio-Consumo-de-Informaci%C3%B3n-Fundaci%C3%B3n-BBVA.pdf>
- Gamissans, J. (24 d'octubre de 2023). Els calamars amb mandonguilles, exquisidesa de Tossa de Mar. *Va de Gust*.
<https://vdegust.cat/reportatges/calamars-mandonguilles-estil-tossenc-taula-48697/>
- García, L. (15 de maig de 2025). Cómo Rosalía, C. Tangana o los Javis expropiaron a la derecha los símbolos españoles para reinventar la cultura. *ElDiario.es*.

https://www.eldiario.es/cultura/libros/rosalia-c-tangana-javis-expropiaron-derecha-simbolos-espanoles-reinventar-cultura_1_12297265.html

- Gelardo-Rodríguez, T. (2023). Realidad y ficción en las sobremesas de Don Quijote. Un estudio del capítulo XI, que narra «De lo que le sucedió a Don Quijote (en la sobremesa) con unos cabreros». *Revista de Filología* (47), 165-173. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.refiull.2023.47.08>
- Gilbert, T. (28 d'abril de 2021). Montserrat Fontané Serra, cuinera de Can Roca i mare dels germans Roca, rep el premi al Gourmet Català de l'Any. *Mengem (Diari Ara)*.
https://mengem.ara.cat/mengem/montserrat-fontane-serra-cuinera-can-roca-mare-dels-germans-roca-rep-premi-gourmet-catala-l-any_1_4164370.html#:~:text=Montserrat%20Fontan%C3%A9%20Serra%2C%20cuinera%20del,la%20gala%20de%20lliurament%20dels
- Groussac, Paul (1985 [1924]): «Segunda conferencia. Génesis, realización y evolución mundial del Quijote», en *Crítica literaria*, Buenos Aires: *Hyspamérica Ediciones Argentinas*, 36-56 .
- Little Spain. (23 de maig de 2025). *Los chicos han vuelto. 'Droga' de @mora y @c.tangana producido por @plazabylittle*. [Fotografia]. Instagram.
https://www.instagram.com/p/DJ9lqWcsJd3/?img_index=1
- Lladonosa i Giró, J. (2003). *El gran llibre de la cuina catalana* (J. Fàbrega, Ed.). Edicions La Magrana.
- Marcos, C. (26 de febrer de 2021). C. Tangana, 'El madrileño': un sindiós lleno de pelotazos. *El País*.
<https://elpais.com/cultura/2021-02-26/c-tangana-el-madrileno-un-sindios-lleno-de-pelotazos.html>

- NPR Music. (20 d'abril de 2021). C. Tangana: *Tiny Desk (Home) Concert* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=SW6L_ITrIFg
- Paneque, A. (2021). Ágape y sistemas sociales. *Almogaren: revista del Centro Teológico de Las Palmas* (67), p. 144-149.
- Pedrero Esteban, L. M. (2023). La consolidación del pódcast en España: parámetros para el reconocimiento de una nueva industria cultural. *Cuadernos de Periodistas*, 46, 39-50.
- Redacció (29 d'octubre de 2021). Montserrat Fontané, mare dels germans Roca, Premi Gourmet Català 2021. *Vilaweb*.
<https://www.vilaweb.cat/noticies/montserrat-fontane-germans-roca-premi-gourmet/>
- Redacció (11 de febrer de 2023). Carla Simón: su trágica historia personal y su lucha contra la estigmatización del sida. *Europa FM*.
https://www.europafm.com/noticias/tv-cine/carla-simon-tragica-historia-personal-lucha-estigmatizacion-sida_2023021163e7ce6154dfc000012615ff.html
- Río, F. (2021). El Madrileño (2021) de C Tangana. *Revista Guay*. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata.
<https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/129799>
- Romney, J. (8 de gener de 2023). Alcarràs director Carla Simón: 'I have feelings for Spanish culture and Catalan culture'. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/film/2023/jan/08/alcarras-director-carla-simon-i-have-feelings-for-spanish-culture-and-catalan-culture#:~:text=T%20he%20films%20of%20Catalan,where%20children%20run%20wild%20between>
- Sisí, S. (20 d'abril de 2021). El 'Tiny Desk' de C. Tangana o cómo el artista sigue haciendo historia con su último álbum. *Vogue Spain*.

<https://www.vogue.es/living/articulos/c-tangana-el-madrileno-tiny-desk-concert-fiesta-flamenca>

- Som Gastronomia. (s.d). *Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia 2025*.
<https://somgastronomia.cat/es/crmg25/>
- Sutton, J. (7 de setembre de 2023). Mirror Neurons and the Neuroscience of Empathy. *Positivepsychology.com*.
<https://positivepsychology.com/mirror-neurons/#:~:text=match%20at%20L64%20Neuroscience%20shows,2014>
- Umar, O. (s.d.). *Ousman Umar. Mi Historia*. NASCO Feeding Minds.
<https://nascoict.org/ousman-umar/>
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*.