

Treball de Fi de Grau

Títol

Revolució 6,75: més enllà de la pista, més enllà del silenci

Autoria

Eudald Safont i Agut

Professorat tutor

Marta Roel Vecino

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:	Revolució 6,75: més enllà de la pista, més enllà del silenci		
Castellà:	Revolución 6,75: más allá de la pista, más allá del silencio		
Anglès:	Revolution 6.75: beyond the court, beyond the silence		
Autoria:		Eudald Safont i Agut	
Professorat tutor:		Marta Roel Vecino	
Curs:	2024/25	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques
			Comunicació Interactiva
			Comunicació de les Organitzacions

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Reconeixement, Visibilitat, Dones, Igualtat, Bàsquet
Castellà:	Reconocimiento, Visibilidad, Mujeres, Igualdad, Baloncesto
Anglès:	Recognition, Visibility, Women, Equality, Basketball

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

Català:	El meu Treball Final de Grau consisteix en la creació d'un videopòdcast que té com a objectiu principal potenciar la visibilitat i el reconeixement del bàsquet femení. Mitjançant aquest projecte, es busca difondre la realitat d'aquest esport i crear un espai de referència tant per a les jugadores com per als aficionats. A més, el projecte pretén fomentar la igualtat de gènere en l'àmbit esportiu, promovent valors com el respecte, la inclusió i l'equitat entre homes i dones, alhora que es combat contra els estereotips i les desigualtats que encara persisteixen en el món de
---------	--

Facultat de Ciències de la Comunicació

l'esport.

Castellà:

Mi Trabajo Final de Grado consiste en la creación de un videopodcast cuyo objetivo principal es potenciar la visibilidad y el reconocimiento del baloncesto femenino. A través de este proyecto, se busca difundir la realidad de este deporte y crear un espacio de referencia tanto para las jugadoras como para los aficionados. Además, el proyecto pretende fomentar la igualdad de género en el ámbito deportivo, promoviendo valores como el respeto, la inclusión y la equidad entre hombres y mujeres, al mismo tiempo que combate los estereotipos y las desigualdades que aún persisten en el mundo del deporte.

Anglès:

My Final Degree Project consists of the creation of a video podcast whose main objective is to enhance the visibility and recognition of women's basketball. Through this project, the aim is to spread awareness of the reality of this sport and create a reference space for both players and fans. Furthermore, the project seeks to promote gender equality in the sports field, fostering values such as respect, inclusion, and equity between men and women, while combating the stereotypes and inequalities that still persist in the world of sports.

Vull expressar el meu agraïment més sincer a la meva família; al meu pare, la meva mare i al meu germà, pel seu suport incondicional durant tot aquest camí. Perquè hi hagi les pedres que hi hagi en el camí, ells sempre hi són.

També dono les gràcies als amics que he fet a la universitat, amb qui he compartit moments que han fet aquest viatge molt més divertit i suportable. Les llargues estones de treball al bar han estat part essencial del procés.

A la meva tutora del TFG, Marta Roel Vecino, li agraeixo profundament la seva dedicació i orientació. I, finalment, gràcies a tots els professors de la carrera per compartir els seus coneixements i contribuir a la meva formació personal i acadèmica.

Aquest treball no hauria estat possible sense tots vosaltres.

Taula de continguts

1. Introducció.....	7
2. Marc teòric	9
2.1. El bàsquet femení.....	9
2.1.1. Des del seu naixement a l'actualitat.....	9
2.1.2. Diferències amb el bàsquet masculí	12
2.1.3. Desafiaments històrics.....	17
2.1.4. Situació actual a Catalunya	18
2.1.5. Una mirada a Europa	23
2.2. El pòdcast	24
2.2.1. Definició i evolució	24
2.2.2. Característiques pròpies	25
2.2.3. Avantatges per a projectes independents.....	25
2.2.4. El videopòdcast.....	27
2.3. Anàlisi de mercat.....	29
2.3.1. Objectius del projecte	29
2.3.2. Públic objectiu	30
2.3.3 Referents – Competència	31
2.3.4 Anàlisi de l'audiència	32
2.3.5. Valor diferencial.....	34
2.3.6. Pla de distribució i promoció	34
3. Marc pràctic	36
3.1. Percepció social del bàsquet femení.....	36
3.1.1. Justificació de l'enquesta	36
3.1.2. Resultats i conclusions de l'enquesta	39
3.2. Justificació del videopòdcast	44
3.3. Títol.....	45
3.4. Durada dels capítols.....	46

3.5. Periodicitat.....	46
3.6. Idioma.....	47
3.7. Llenguatge	48
3.8. Logotip	49
3.9. Producció tècnica.....	51
3.10. La primera temporada.....	52
3.10.1. Temàtica dels dos primers capítols	53
3.10.1.1. Justificació dels convidats.....	53
3.10.1.2. Escaleta dels dos primers episodis.....	56
4. Conclusions	66
5. Fonts d'informació	67
6. Annexos	73
6.1. Annex 1: Respostes enquesta	73
6.2. Annex 2: Taula d'imatges	73
6.3. Annex 3: Taula de gràfics.....	73
6.4. Annex 4: Taula de taules	74

1. Introducció

El bàsquet femení ha anat guanyant cada cop més visibilitat i reconeixement arreu del món en els darrers anys gràcies als avenços en matèria d'igualtat de gènere i als èxits aconseguits per moltes esportistes i equips. Tanmateix, encara avui es manté una clara desigualtat respecte al bàsquet masculí, tant en la cobertura mediàtica com en el reconeixement social, econòmic i institucional. Aquesta manca d'equitat no només limita les oportunitats professionals i esportives de les jugadores, sinó que també afecta la percepció pública de l'esport i redueix la seva capacitat d'inspirar i generar referents per a les noves generacions.

Davant d'aquesta realitat, aquest Treball de Final de Grau sorgeix amb la voluntat de contribuir activament a revertir aquesta dinàmica, mitjançant la creació i desenvolupament d'un videopòdcast centrat exclusivament en el bàsquet femení. Aquest projecte comunicatiu pretén ser una plataforma de difusió, reflexió i inspiració, on figures clau de l'esport puguin explicar les seves experiències, compartir els seus coneixements i fer sentir la seva veu.

El videopòdcast es presenta, en aquest context, com una eina especialment adequada per assolir aquests objectius. El seu format audiovisual permet una comunicació directa, propera i accessible, que connecta amb els hàbits de consum actuals, especialment entre el públic jove. A més, facilita una aproximació més íntima i humana a les històries de vida i trajectòries professionals de les convidades, afavorint una comprensió més profunda i empàtica de la realitat del bàsquet femení.

Un dels trets destacables del projecte és el fet que, en cada capítol, es comptarà amb la participació de diverses veus reconegudes de l'esport femení. No només s'ofereix una plataforma per donar veu a les protagonistes del bàsquet femení, sinó que també es busca crear un espai de confiança. Aquesta aproximació permet aprofundir en les històries personals i en les trajectòries professionals de les dones que han viscut i construït l'esport des de dins, contribuint així a una representació més rica, diversa i humana del bàsquet femení.

Amb una clara intenció educativa i divulgativa, el videopòdcast s'estructura en diversos capítols que aborden aspectes diversos del bàsquet femení donant una gran importància al rol de la dona en l'esport. Així mateix, el projecte busca convertir-se en un espai de referència per a totes les noies i joves que s'inicien en aquest esport, oferint-los models pròxims i reals que les ajudin a reflexionar sobre el seu paper dins i fora de la pista i les motivin a continuar el seu camí esportiu amb confiança i determinació.

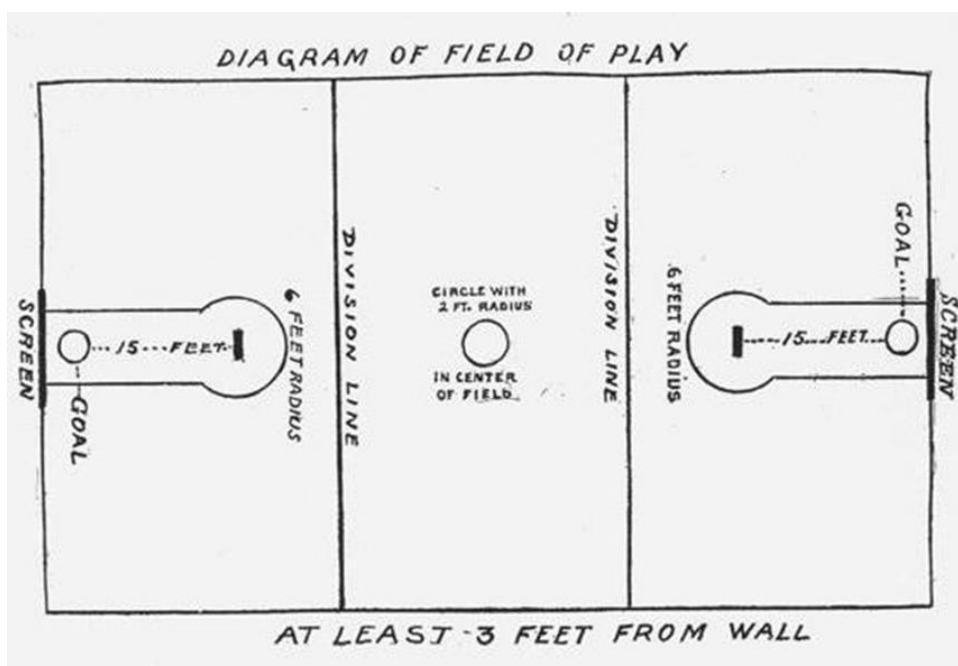
2. Marc teòric

2.1. El bàsquet femení

2.1.1. Des del seu naixement a l'actualitat

El bàsquet femení té les seves arrels poc després de la invenció del bàsquet masculí per James Naismith el 1891 al Springfield College de Massachusetts, als Estats Units. Senda Berenson Abbott, una instructora d'educació física al Smith College, també a Massachusetts, va introduir el bàsquet a les seves alumnes el 1892 (Grundy, 2006). Berenson va modificar les regles originals de Naismith per adaptar-les a les consideracions socials i físiques de les dones de l'època, fent el joc menys atlètic i amb menys contacte físic. Una de les modificacions clau de Berenson va ser la divisió del camp en tres zones i la restricció del nombre de driblatges i de moviments de les jugadores dins de cada zona. Aquestes regles buscaven fomentar el treball en equip i reduir la individualitat i la intensitat física percebuda com a inadequada per a les dones. El primer partit de bàsquet femení registrat es va jugar al Smith College a mitjans de març de 1893 (Hult, 2016).

Imatge 1: Divisió en 3 parts de la pista



Font: (Historias de Baloncesto Americano, 2010)

A finals del segle XIX i principis del segle XX, el bàsquet femení es va estendre ràpidament per altres col·legis i universitats femenines als Estats Units. Figures com Clara Baer-Snyder, professora d'educació física a la Universitat de Tulane a Nova Orleans, també van introduir i modificar les regles del bàsquet per a dones, arribant a publicar les seves pròpies regles el 1895 (Bryant, 2015). Aquestes primeres versions del bàsquet femení variaven en les seves regles, reflectint la manca d'una organització unificada a nivell nacional.

En aquesta primera normativa l'any 1895, Baer divideix el camp d'acord amb les jugadores que hi hagués a la pista. Així hi ha 11 zones si juguen 11, 7 zones si en són 7... No està permès botar o parlar. Cada jugadora té sis segons per tirar la pilota (més tard es reduiria a 4). No es permeten els taulers. Les jugadores només poden córrer si la pilota està en l'aire i només uns passos dins de l'àrea. Després de cada cistella es canvien els cercols perquè així els rols d'atac i defensa vagin canviant. Es requereix el tir amb una mà (40 anys després el tir amb una mà es va fer popular en el bàsquet masculí). El tir amb dues mans i la passada a dues mans seran sancionats amb falta. Les regles de Bauer es van fer molt populars al sud del país (Basket Fem, 2015).

4 anys més tard, al 1899, es va crear el ***Women's Basket Ball Rules Committee a la Conference of Physical Education***. L'objectiu va ser crear regles uniformes i directrius referents al joc, ja que s'havia endurit.

La dècada de 1920 va marcar una creixent popularitat del bàsquet femení a nivell escolar i universitari als Estats Units, amb nombrosos equips i competicions en continu creixement (Twin, 1979). Tot i aquesta popularitat a nivell amateur, el bàsquet femení va tenir menys visibilitat a nivell professional en comparació amb el masculí durant gran part del segle XX.

La Federació Internacional de Basquetbol (FIBA) va reconèixer oficialment el bàsquet femení i va organitzar el primer Campionat del Món femení el 1953 a Santiago de Xile, tal com publica la mateixa institució a la [seua pàgina web](#). Aquest esdeveniment va marcar un punt d'inflexió important en la internacionalització i el reconeixement del bàsquet femení a nivell global.

A nivell de clubs, la dècada de 1970 i 1980 va veure el sorgiment de lligues femenines més estructurades en diversos països. A Europa, lligues com la italiana, la soviètica i l'espanyola van començar a destacar, amb equips i jugadores que van marcar una època (FEB, s.f.). Als Estats Units, tot i intents anteriors, no va ser fins a la creació de la *Women's National Basketball Association* (WNBA) el 1996 (WNBA.com, s.f.) que el bàsquet femení professional va aconseguir una estabilitat i una visibilitat duradores. La WNBA va proporcionar una plataforma per a les millors jugadores del món i va contribuir significativament a augmentar la popularitat del bàsquet femení als Estats Units i a nivell internacional.

Imatge 2: Evolució del logotip de la WNBA



Font: (Sporcle, 2022)

La visibilitat mediàtica del bàsquet femení ha experimentat un augment gradual, especialment amb l'auge de les plataformes de *streaming* i les xarxes socials. Tot i que encara existeix una disparitat significativa en comparació amb l'esport masculí, les grans competicions internacionals, la WNBA i les lligues europees cada vegada tenen més cobertura, permetent a un públic més ampli gaudir del talent i la competitivitat de les jugadores.

En l'actualitat, el bàsquet femení continua creixent i professionalitzant-se a tot el món. Hi ha lligues fortes a països com Espanya, França, Rússia, Austràlia, entre d'altres. Les jugadores són cada vegada més atlètiques i tècnicament més hàbils, i la competència a nivell internacional és molt alta. La FIBA continua impulsant el creixement del bàsquet femení a través de la seva estratègia "Women in Basketball", amb l'objectiu d'aconseguir una major igualtat de gènere en totes les àrees de l'esport (FIBA, s.f.-c), la qual s'explicarà més detalladament més endavant.

2.1.2. Diferències amb el bàsquet masculí

La diferència salarial entre el bàsquet masculí i femení és extremadament marcada, especialment a nivell internacional. A la NBA, el salari mínim per als jugadors s'aproxima als 1.157.153 dòlars anuals (Indianapolis Business Journal, s.f.-a). En un contrast sorprenent, les jugadores de la WNBA tenen un salari màxim per a les estrelles que ronda els 240.000 dòlars, mentre que una primera elecció del draft pot guanyar al voltant de 78.000 dòlars anuals, i la desena elecció, uns 72.000 dòlars (Indianapolis Business Journal, s.f.-a). El salari mitjà d'una jugadora de la WNBA se situa aproximadament en 120.000 dòlars (Sports Planning Guide, s.f.). Aquesta disparitat és tan profunda que, per exemple, figures com LeBron James guanyen 47 milions de dòlars anuals, mentre que les jugadores MVP de la WNBA amb prou feines superen les sis xifres (The Econ Review, s.f.).

A Espanya, la situació és similar, encara que amb xifres absolutes inferiors. El salari mínim per a un jugador de l'ACB és de 28.000 euros bruts anuals (BOE, 2021). Per a les jugadores de la Lliga Femenina Endesa, les estimacions salarials són considerablement menors. Una jugadora nacional amb pocs minuts

pot percebre menys del Salari Mínim Interprofessional (700-900 €/mes), una de rotació entre 1.300-1.700 €/mes, una jugadora important (entorn de selecció) entre 3.000-4.000 €/mes, una internacional entre 5.000-10.000 €/mes, i una estrella de la lliga entre 10.000-25.000 €/mes (Basketmaníaco, 2022).

Aquesta bretxa salarial no és merament una qüestió de xifres, sinó que té implicacions profundes en la qualitat de vida i la seguretat financera dels atletes, a més de projectar una imatge sobre el valor relatiu del seu treball i talent en el mercat esportiu. La principal causa d'aquesta massiva diferència salarial es basa en la disparitat dels marges de benefici i els ingressos totals generats per cada lliga, impulsats majoritàriament pels drets mediàtics. La NBA va generar al voltant d'11 bilions de dòlars en ingressos la temporada passada, mentre que la WNBA va registrar uns 200 milions de dòlars el 2023. Aquesta diferència substancial en els ingressos de la lliga masculina, derivada principalment dels drets de televisió i dels patrocinis, es tradueix directament en una major capacitat per negociar salaris més elevats amb els jugadors a través dels seus convenis col·lectius (Indianapolis Business Journal, s.f.-a).

La baixa remuneració en el bàsquet femení sovint obliga les jugadores a buscar feines addicionals o a jugar en lligues estrangeres durant la temporada baixa per complementar els seus ingressos, un fenomen poc comú en el bàsquet masculí d'alt nivell. Aquesta necessitat de "doble carrera" pot impactar negativament en la recuperació física, el temps dedicat a l'entrenament específic i el desenvolupament a llarg termini de les jugadores, podent fins i tot retallar les seves carreres professionals (Basketmaníaco, 2022).

Factors externs com la visibilitat mediàtica, la capacitat de generació d'ingressos i el poder de negociació col·lectiva són crucials per determinar el valor de mercat. El fet que un alt nivell de talent i competitivitat en el bàsquet femení no es tradueixi en salaris proporcionals als dels homes indica que el valor de mercat es basa en la capacitat de generar ingressos massius a través de l'entreteniment, els drets de difusió i el màrqueting, àmbits on l'esport masculí té un avantatge històricament construït. (Indianapolis Business Journal, s.f.-a)

La diferència en els ingressos generats per les lligues masculines i femenines és també un factor fonamental que explica gran part de les disparitats econòmiques.

Aquesta disparitat en els ingressos es correlaciona directament amb el valor dels drets mediàtics i la capacitat d'atraure patrocinis. La NBA és descrita com una gran màquina de màrqueting amb acords mediàtics multimilionaris i una gran implicació global dels fans (The Econ Review, s.f.). La major visibilitat i el seguiment històric de l'esport masculí han permès generar acords de televisió i patrocini molt més lucratius, creant una base econòmica desproporcionadament més gran que fonamenta les diferències salarials i de recursos. En canvi, la WNBA, malgrat el seu creixement constant (Sports Planning Guide, s.f.), lluita per una visibilitat més gran i per una estabilitat financera no aconseguida principalment a causa de patrocinis limitats i una cobertura televisiva inconsistent (The Econ Review, s.f.).

Un altre aspecte crucial és el repartiment d'ingressos. Els jugadors de la NBA reben gairebé el 50% dels ingressos de la lliga, mentre que les jugadores de la WNBA reben poc més del 9% (The Econ Review, s.f.). Aquesta desigualtat estructural va més enllà de la simple diferència d'ingressos totals. La desigualtat històrica en la valoració de l'esport femení ha portat a negociacions de convenis col·lectius menys avantatjoses per a les jugadores, resultant en un percentatge significativament menor dels ingressos de la lliga destinat a salaris i beneficis, fins i tot quan els ingressos totals de la lliga femenina augmenten.

Pel que fa als patrocinis, el bàsquet femení continua molt lluny del masculí. El patrocini constitueix un pilar fonamental del finançament de l'esport professional. La menor inversió en el bàsquet femení reflecteix una percepció de menor rendibilitat o un abast de mercat més limitat per part de les empreses, que tradicionalment inverteixen on hi ha major visibilitat i retorn esperat. (Premis UVic, s.f.).

La històrica percepció de l'esport femení com a menys important ha portat a una menor inversió inicial en màrqueting, promoció i infraestructures. Això, al seu torn, limita la visibilitat i l'audiència, la qual cosa redueix l'atractiu per als patrocinadors, perpetuant un cicle viciós d'infrafinançament. Aquesta dinàmica condueix a menors ingressos per a les lligues i clubs femenins, perpetuant la bretxa salarial i de recursos (The Econ Review, s.f.).

No obstant això, s'observa una tendència creixent de patrocinis amb un component social i ètic. L'augment de la consciència social sobre la igualtat de gènere i el paper de la dona porta les empreses a buscar alinear-se amb valors progressistes i millorar la seva imatge corporativa. Això pot representar una nova i creixent font de finançament que no depèn exclusivament de la visibilitat massiva o de la rendibilitat a curt termini.

Pel que fa als drets dels jugadors i jugadores, els convenis col·lectius (CBA) són documents fonamentals que regulen les condicions laborals dels jugadors. A la NBA, el CBA és un contracte exhaustiu entre la lliga i el sindicat de jugadors que dicta les regles de contractes, traspassos i, crucialment, la distribució d'ingressos. El CBA actual, ratificat l'abril de 2023, és vigent fins a la temporada 2029-30. Els jugadors de la NBA reben al voltant del 49-51% dels ingressos de la lliga (Wikipedia, s.f.). Aquest percentatge elevat es deu al fort poder de negociació del sindicat de jugadors de la NBA, que ha aconseguit assegurar una part significativa dels ingressos multimilionaris de la lliga, reflectint el seu valor de mercat i la seva capacitat d'influència.

En el cas de la WNBA, el CBA signat abans de la temporada 2020 va augmentar els salaris màxims per a les jugadores estrella (Indianapolis Business Journal, s.f.). El 2020 es va signar un "acord històric" que es considera molt similar al de la NBA i que es preveu que canviï el bàsquet femení (Premis UVic, s.f.). No obstant això, i de manera crítica, les jugadores de la WNBA reben poc més del 9% dels ingressos de la lliga (The Econ Review, s.f.), una diferència abismal respecte a la NBA. Aquesta disparitat en el percentatge de repartiment d'ingressos, tot i els avenços en el CBA de la WNBA, posa de manifest una professionalització desigual. Malgrat la retòrica d'igualtat, la realitat econòmica dels contractes i els beneficis continua sent molt més limitada per a les jugadores, la qual cosa pot afectar la seva capacitat per dedicar-se exclusivament a l'esport o per tenir una seguretat financera a llarg termini.

A Espanya, un conveni col·lectiu per a les jugadores de bàsquet de la Lliga Femenina de Bàsquet va ser registrat i publicat el 26 d'abril de 2024 al BOE. Aquest conveni estableix que tots els contractes han de ser a temps complet i garanteix la totalitat del salari en cas de baixa per incapacitat temporal. També inclou mesures de protecció per a la jugadora que decideix ser mare (BOE,

2024). Aquests avenços en el conveni col·lectiu de la Lliga Femenina Endesa representen un pas significatiu cap a la millora de les condicions laborals, proporcionant una major estabilitat i seguretat a les jugadores. No obstant això, malgrat aquests avenços, la implementació i l'abast d'aquestes millores encara estan en desenvolupament i no eliminen la bretxa econòmica general.

El conveni col·lectiu de l'ACB, per la seva banda, estableix un salari mínim anual per edat i regula aspectes com el dret de tempteig i les condicions de traspàs, proporcionant un marc laboral consolidat per als jugadors masculins (BOE, 2021). Aquest marc consolidat, fruit de dècades de negociació i d'una major generació d'ingressos, ofereix als jugadors masculins una seguretat i unes condicions que encara són un objectiu per a les jugadores femenines.

La visibilitat mediàtica també és un factor important per al creixement econòmic i el reconeixement de qualsevol esport professional, i en el bàsquet, aquesta dimensió també revela una clara disparitat de gènere.

A Espanya, les audiències de la Copa de la Reina de bàsquet van registrar més de 660.000 espectadors el 2024 (FEB, 2024). En comparació, les audiències mitjanes a Teledeporte del bàsquet femení l'any anterior van ser de 48.400 espectadores de mitjana (0.48% de quota de pantalla) en gairebé 40 partits (Oltra, s.f.). Les audiències acumulades de l'ACB s'eleven fins a una mitjana de 8.388.200 espectadors, un 360% més que la NBA i un 376% més que l'Eurocup (Mundo Deportivo, 2019). Aquesta comparativa ressalta la gran diferència en el seguiment entre el bàsquet masculí i femení a Espanya, tot i que la Copa de la Reina demostra un potencial d'atracció significatiu en esdeveniments clau.

El cicle de la visibilitat i la inversió és evident: una major cobertura mediàtica i audiència atreu més patrocinis i, per tant, més inversió, que al seu torn pot millorar la qualitat del joc i la promoció, augmentant encara més la visibilitat. Aquesta dinàmica ha afavorit històricament el bàsquet masculí.

La cobertura mediàtica de l'esport femení ha estat històricament inferior a la del masculí. Segons un estudi de la Universitat de Purdue del 2021, els esports femenins només van representar el 5.4% de la cobertura esportiva el 2019, una xifra similar al 5% el 1989 i el 5.1% el 1993 (El Estoque, 2025).

Aquesta manca de cobertura contribueix a la perpetuació d'estereotips i a la manca d'una cultura mediàtica al voltant de l'esport femení. Moltes persones tendeixen a no veure esports femenins, la qual cosa redueix la cobertura mediàtica, creant un cicle de retroalimentació negativa (El Estoque, 2025). Aquesta dinàmica influeix en la percepció pública i la valoració del talent. Un estudi mostra que el 98% dels homes trien atletes masculins per sobre de les femenines a causa de la percepció de manca de qualitat i habilitats en els esports femenins (Kaneland Krier, 2025). Aquesta percepció, sovint infundada, porta a creure que les dones són menys talentoses o menys entretingudes de veure (Kaneland Krier, 2025).

No obstant això, el paper de les xarxes socials i les figures icòniques està començant a canviar aquesta tendència. Les xarxes socials juguen un paper molt important, ja que a través d'elles pots donar a conèixer jugadores i competicions, la qual cosa fa que juguin un paper clau en l'expansió de la cobertura dels esports femenins (El Estoque, 2025).

2.1.3. Desafiaments històrics

El bàsquet femení des dels seus inicis ha hagut de superar una sèrie d'obstacles històrics significatius per guanyar l'acceptació i el suport social que mereix. Aquests desafiaments es manifesten en diverses dimensions, incloent-hi els estereotips de gènere, la manca de visibilitat mediàtica, la desigualtat en la inversió i el finançament, i la infravaloració cultural de l'esport practicat per dones.

Un dels principals obstacles històrics ha estat la persistència d'estereotips de gènere que tradicionalment han associat l'esport amb la masculinitat (Hargreaves, 1994). Durant molt de temps, es va considerar que l'activitat física intensa i competitiva no era apropiada per a les dones, ja que es creia que posava en risc la seva feminitat i les seves funcions reproductives. Aquesta percepció va limitar la participació de les dones en l'esport en general, i en el bàsquet en particular, i va contribuir a una manca d'interès i suport per part de la societat (Burton Nelson, 1991).

A més, la manca de visibilitat mediàtica ha estat un factor més en la lenta acceptació del bàsquet femení. Històricament, els mitjans de comunicació han dedicat molta menys atenció als esdeveniments esportius femenins en comparació amb els masculins. Aquesta manca de cobertura ha fet que el públic tingui menys oportunitats de conèixer i seguir el bàsquet femení, dificultant la creació d'ídols i la generació d'una base de fans sòlida. Sense la presència als mitjans, es fa més difícil atreure patrocinadors i generar ingressos, perpetuant així un cercle viciós de manca de recursos i visibilitat (Burton Nelson, 1991).

La desigualtat en la inversió i el finançament ha estat un altre desafiament històric important. Les lligues, els equips i les jugadores de bàsquet femení sovint han rebut menys suport econòmic que els esportistes masculins. Això es tradueix en pitjors instal·lacions, menys oportunitats de desenvolupament, salaris inferiors i menys recursos per a la promoció i el màrqueting (Burton Nelson, 1991). Aquesta disparitat en la inversió reflecteix i alhora reforça la percepció que l'esport femení és menys important o menys atractiu que el masculí.

Finalment, la infravaloració cultural de l'esport femení ha contribuït a la seva lenta acceptació (Lenskyj, 1991). En moltes societats, l'èxit esportiu femení no ha estat valorat de la mateixa manera que l'èxit masculí. Les victòries i els assoliments de les jugadores de bàsquet femení sovint han estat minimitzats o ignorats, i les seves habilitats i el seu talent no han rebut el mateix reconeixement que els dels jugadors masculins. Aquesta manca de reconeixement cultural dificulta la construcció d'una identitat forta per al bàsquet femení i limita la seva capacitat per inspirar a noves generacions de jugadores i aficionats.

2.1.4. Situació actual a Catalunya

Catalunya ha estat una de les regions pioneres en la promoció del bàsquet femení a Espanya. La creació de la Lliga Femenina i les seves divisions inferiors de gran qualitat ha afavorit la professionalització i el creixement de l'esport. Però, malgrat els avenços, el bàsquet femení encara es veu afectat per una visibilitat limitada i una falta de recursos en comparació amb el bàsquet masculí.

El bàsquet femení a Catalunya ha experimentat un creixement notable en els darrers anys, consolidant-se com una disciplina esportiva amb una presència femenina cada cop més destacada. Segons dades proporcionades per la Federació Catalana de Basquetbol (FCBQ) a la [seva pàgina web](#), la temporada 2023-24 es va tancar amb un total de 30.432 llicències femenines, representant un 36% del total de fitxes del Bàsquet Català. Aquest increment de 1.785 persones federades respecte a la temporada anterior suposa un augment del 6,2%, mantenint la proporció d'una dona per cada tres llicències. A més a més, des de l'any 2014-2015, la xifra de llicències no ha deixat de pujar (exceptuant l'any de la Covid-19), cosa que confirma el gran potencial i el gran moment en el qual viu bàsquet femení a casa nostra.

Analitzant els diferents col·lectius dins del bàsquet català, observem que el gruix més gran de federades i federats correspon a jugadores i jugadors, que representen un 78% del total de llicències (66.069). D'aquestes, el 38% són dones (25.231), amb un increment de 1.387 jugadores respecte a l'any anterior, la qual cosa suposa un augment del 5,8%. Pel que fa als entrenadors i entrenadores, tot i que encara existeix una diferència significativa entre homes i dones, s'ha registrat una millora: del 21% de dones en l'equip tècnic la temporada anterior, s'ha passat al 23% actual, gràcies a les 344 noves incorporacions femenines, que representen un increment del 24,7% (1.735 entrenadores).

En les juntes directives dels clubs i entitats afiliades a l'FCBQ, la presència femenina també ha experimentat un augment, passant del 25% de fa dos anys al 30% actual, amb un total de 113 directives. Pel que fa al col·lectiu arbitral, gairebé un 48% de les persones auxiliars de taula són dones, mentre que les tècniques arbitrals han passat del 12% al 23% del total. Tanmateix, les àrbitres només representen el 14% del total, amb 161 dones de 1.173 àrbitres en total.

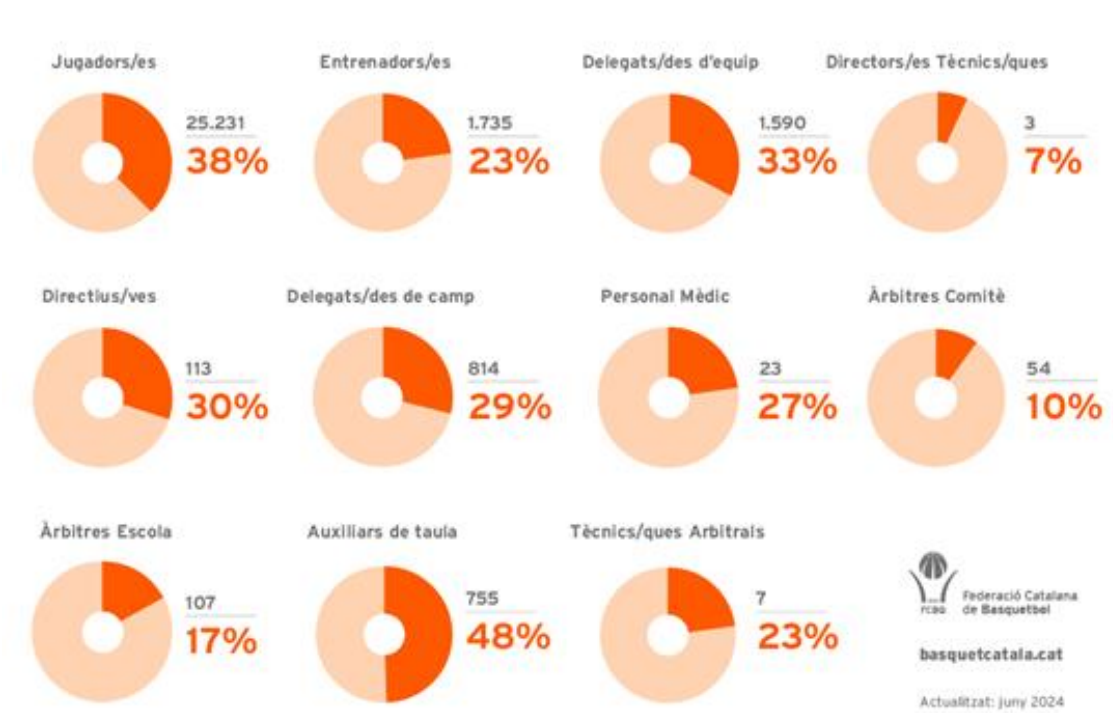
Aquestes dades reflecteixen una tendència positiva en la incorporació de la dona en diferents àmbits del bàsquet català. Tot i això, encara hi ha marge de millora, especialment en els càrrecs de més responsabilitat i en col·lectius com el d'àrbitres, on la presència femenina és menor.

Imatge 3: Llicències bàsquet femení per temporada



Font: FCBQ

Imatge 4: Llicència segons funció



Font: FCBQ

La FCBQ ha demostrat un compromís ferm amb la promoció i el desenvolupament del bàsquet femení a Catalunya. Aquest compromís es materialitza en el '[Projecte Bàsquet Femení](#)', una iniciativa que busca fomentar la participació de les dones en tots els àmbits d'aquest esport, així com sensibilitzar i conscienciar sobre la importància de la igualtat de gènere en el món del bàsquet i que compta amb el suport de l'Institut Català de les Dones.

Un dels projectes de la FCBQ és la [Comissió Bàsquet Femení](#), la qual té l'objectiu de posicionar l'entitat com un referent en la transformació cap a la igualtat de gènere en l'àmbit esportiu. Aquesta comissió, sorgida a partir de trobades prèvies i fonamentada en el [Pla Estratègic del 2018](#), actua com un grup de seguiment transversal que involucra diversos agents del bàsquet català, incloent jugadores, entrenadores, àrbitres, directives, i clubs. La seva missió és desenvolupar un pla d'acció que promogui la participació activa de tots aquests estaments, generant un corrent d'opinió i respecte envers la dona en el bàsquet.

La comissió estableix reunions trimestrals i manté un grup de seguiment en línia per elaborar informes mensuals que permetin incidir en diversos aspectes clau. Tal com informa la mateixa FCBQ a la seva pàgina web, els seus objectius principals són:

- Sensibilitzar i conscienciar sobre la necessitat de canvi en termes d'igualtat de gènere.
- Empoderar entrenadores, àrbitres i directives, fomentant el seu desenvolupament i lideratge dins de l'esport.
- Millorar l'autoestima de nenes, noies i adolescents que participen en el bàsquet.
- Establir indicadors de diagnosi i seguiment per avaluar els progressos en matèria d'igualtat.

Aquesta comissió forma part de l'estructura de grups de treball creada per la Junta Directiva de l'FCBQ, amb la finalitat de reforçar la participació dels clubs en la gestió de la federació i vetllar per la transparència en les decisions i actuacions.

A més a més, dins del “Projecte Bàsquet Femení”, l’any 2021 la FCBQ va iniciar la campanya [“Demana Canvi”](#). El projecte té com a finalitat arribar a tots els agents implicats en el món del bàsquet, promovent la conscienciació i la sensibilització sobre la necessitat d'un canvi en termes d'igualtat de gènere i perspectiva en aquest esport. Amb el lema "Jo també vull el canvi, sigues tu el motor del canvi", la campanya de 2024 ha buscat interpel·lar i implicar activament tota la comunitat del bàsquet català en aquest procés de transformació per seguir apostant pel creixement del bàsquet femení al nostre país.

Una altra iniciativa que forma part de l'estratègia de la FCBQ per transformar els models i les relacions de gènere en la formació dels seus professionals, incorporant la perspectiva de gènere en totes les seves intervencions és el projecte PROMISE (Step forward for women in basketball), el qual és una iniciativa de la FCBQ que forma part del programa Erasmus+ Sport 2021-2027. Erasmus+ és un programa de la Unió Europea que busca donar suport al creixement sostenible, la cohesió social i l'ocupació de qualitat a través de l'esport.

[El projecte PROMISE](#) té com a objectiu principal promoure la participació activa i la visibilització de les dones en el món del bàsquet. Per aconseguir-ho, es duen a terme diverses accions, com la creació de programes de mentoria per a entrenadores, l'organització de fòrums i jornades formatives, i la promoció de la igualtat de gènere en les activitats esportives.

El projecte PROMISE va ser guardonat en la categoria internacionalització del model català Esportiu a la 8a edició dels Guardons de l'Esport 2024.

Per últim, la FCBQ ha creat, també a través de la seva Comissió del Bàsquet Femení, el [Programa Mentoria d'Entrenadores i Àrbitres](#) (dones), una iniciativa que busca potenciar la participació, formació i visibilització de les dones en el món de l'entrenament i l'arbitratge a Catalunya.

Durant la temporada 2024-2025, s'ha iniciat la 4a edició del programa per a entrenadores i la 2a edició del programa per a àrbitres. L'objectiu d'aquests programes és proporcionar els coneixements tècnics i tàctics de bàsquet segons el seu nivell d'experiència perquè se sentin preparades per afrontar nous desafiaments tant en el seu àmbit professional com personal.

2.1.5. Una mirada a Europa

La Federació Internacional de Bàsquet (FIBA) ha implementat una estratègia integral denominada "Women in Basketball" amb l'objectiu explícit d'impulsar la igualtat de gènere i empoderar les dones i les noies dins del món del bàsquet (FIBA, s.f.). Aquesta iniciativa reconeix la importància de la diversitat i la inclusió per al creixement i l'èxit sostenible de l'esport a tots els nivells.

L'estratègia "Women in Basketball" es basa en diversos pilars fonamentals. En primer lloc, busca augmentar la participació femenina en totes les àrees del bàsquet, des de les jugadores i entrenadores fins a les àrbitres, directives i administradores (FIBA, s.f.). Això implica la implementació de programes i polítiques que eliminin les barreres d'accés i fomentin la creació d'oportunitats per a les dones en tots els rols.

En segon lloc, la iniciativa posa un èmfasi significatiu en millorar la visibilitat del bàsquet femení. Això inclou augmentar la cobertura mediàtica de les competicions i les jugadores, promoure les seves històries d'èxit i elevar el seu perfil públic (FIBA, s.f.). Una major visibilitat no només serveix per inspirar a noves generacions de noies a practicar bàsquet, sinó que també atrau més aficionats, patrocinadors i inversió a la disciplina femenina.

Un altre aspecte crucial de l'estratègia és el desenvolupament de lideratge femení. La FIBA reconeix la importància de tenir dones en posicions de lideratge per influir en la presa de decisions i garantir que les perspectives femenines estiguin representades en la governança del bàsquet (FIBA, s.f.). Això es tradueix en programes de mentoratge, capacitació i suport per a dones que aspiren a rols de lideratge dins de les federacions nacionals i internacionals.

A més, la estratègia aborda la necessitat de crear entorns segurs i inclusius per a les dones i les noies en el bàsquet. Això implica la implementació de polítiques contra l'assetjament i l'abús, així com la promoció d'una cultura de respecte i igualtat en tots els nivells del joc (FIBA, s.f.).

Finalment, la "Women in Basketball" de la FIBA també busca fomentar la col·laboració i la creació d'aliances amb altres organitzacions, governs i la societat civil per accelerar el progrés cap a la igualtat de gènere en l'esport (FIBA,

s.f.). A través d'aquestes sinergies, es pretén maximitzar l'impacte de la estratègia i generar un canvi sistèmic i durador.

En conclusió, la estratègia "Women in Basketball" de la FIBA representa un compromís significatiu per a l'avançament del bàsquet femení a nivell global. En abordar múltiples dimensions, des de la participació i la visibilitat fins al lideratge i la seguretat, aquesta iniciativa busca superar els desafiaments històrics i construir un futur on les dones tinguin les mateixes oportunitats i el mateix reconeixement dins del món del bàsquet.

2.2. El pòdcast

2.2.1. Definició i evolució

El pòdcast es defineix com un mètode de transmissió d'arxius d'àudio (i potencialment vídeo) a través de canals RSS, permetent als usuaris descarregar i consumir el contingut sota demanda en diversos dispositius. Aquesta naturalesa "a la carta" el diferencia dels programes de ràdio tradicionals, oferint una flexibilitat i accessibilitat significatives (Bonini, 2019). Bonini (2019) destaca que el pòdcast ha emergit com un nou mitjà de comunicació de masses digital, caracteritzat per una major democràcia i independència en la producció i distribució de continguts en comparació amb els mitjans corporatius.

L'evolució del pòdcast es pot dividir en diverses etapes. Els seus orígens es troben en la convergència de la idea de l'àudio sota demanda i l'ús de la tecnologia RSS per a la distribució de fitxers, amb figures com Adam Curry i Dave Winer jugant un paper crucial en els seus inicis. La "primera era" del "podcasting" es va caracteritzar per una producció principalment amateur i independent, amb un focus en temàtiques de nínxol. Posteriorment, al voltant del 2012, es va iniciar una "segona era" amb la incorporació de productors i continguts provinents de la ràdio pública i altres mitjans professionals, fet que va impulsar un augment en la qualitat i l'audiència.

L'èxit de pòdcasts com "Serial" va ser un catalitzador important d'aquesta revitalització (Bonini, 2019). En la fase actual, el pòdcast s'ha consolidat com un mitjà de comunicació de masses digital amb una àmplia diversitat de formats,

temàtiques, models de negoci i plataformes de distribució, marcant la seva expansió i maduresa en el panorama mediàtic contemporani (Bonini, 2019).

2.2.2. Característiques pròpies

El pòdcast, en la seva consolidació com a canal comunicatiu distintiu, presenta una sèrie de característiques intrínseques que l'han convertit en una eina atractiva tant per a creadors com per a audiències. Una de les seves propietats fonamentals és la flexibilitat temporal i espacial, que permet als oients consumir el contingut sota demanda, adaptant-se als seus propis horaris i contextos d'escolta (Bonini, 2019; Berry, 2015). Aquesta accessibilitat trenca amb la linealitat dels mitjans tradicionals, oferint una autonomia significativa a l'usuari.

Una altra característica essencial és la seva diversitat temàtica i de formats. El pòdcast abasta un ampli ventall de gèneres i estils, des de la conversa informal fins a la ficció sonora elaborada, permetent la creació de continguts per a nínxols d'interès específics i la formació de comunitats segmentades al voltant d'aquests temes (Cebrián Herreros, 2008). Aquesta capacitat de focalització contrasta amb la vocació generalista d'altres mitjans.

La naturalesa íntima i personal del pòdcast és també un element distintiu. L'experiència auditiva individualitzada, sovint mitjançant auriculars, genera una sensació de proximitat i connexió directa entre el creador i l'oient (Oswald, 2019). Aquest vincle personal pot fomentar la confiança i la fidelització de l'audiència.

Finalment, la relativa facilitat i baix cost de producció i distribució representen una característica clau que ha democratitzat la creació de contingut. La barrera d'entrada inferior en comparació amb altres formats audiovisuals ha permès l'emergència d'una gran varietat de veus i perspectives en el panorama del pòdcast (Bonini, 2019).

2.2.3. Avantatges per a projectes independents

Un dels grans avantatges dels pòdcasts temàtics és que poden crear una audiència molt fidel. Com que tracten temes concrets, acostumen a atraure

persones que ja tenen un interès clar en el que s'hi explica. Això fa que els oients estiguin més implicats i escoltin amb més atenció (Aldana, 2024). A diferència dels pòdcasts més generalistes, que es poden escoltar de manera més superficial, els de nínxol connecten millor amb els interessos personals de l'audiència, i això fa que hi hagi més ganes de participar-hi i de seguir-los amb constància.

A més, aquesta especialització ajuda a crear comunitats al voltant del pòdcast. Els oients comparteixen un mateix interès, i això crea un vincle tant amb els creadors com amb altres persones que l'escolten. Els pòdcasts temàtics poden convertir-se en espais comuns on la gent parla, intercanvia idees i es dona suport (Aldana, 2024). També cal tenir en compte que el "podcasting" trenca les barreres de la distància, cosa que permet que aquestes comunitats es formin arreu del món, com explica Gallego Pérez (2010). En alguns casos, aquestes audiències fins i tot passen a tenir un paper actiu: no només escolten, sinó que també participen, donen opinions i, de vegades, col·laboren amb continguts propis. Això s'acosta al que s'anomena "públic recursiu".

Els pòdcasts temàtics cobreixen necessitats molt concretes d'informació, formació o entreteniment que sovint passen desapercebudes als mitjans tradicionals. Com diu Gallego Pérez (2010), el fet de poder centrar-se en temes molt específics és una gran avantatge, perquè permet arribar de manera molt directa a públics que busquen just aquell tipus de contingut. Aquesta combinació entre poder triar exactament què vols escoltar i fer-ho quan i on et vagi bé fa que l'experiència sigui molt personalitzada. L'oient pot ajustar el contingut als seus gustos i interessos, i això fa que la seva connexió amb el pòdcast sigui molt més forta. Aquesta sensació que el contingut està "fet a mida" ajuda a generar fidelitat i a fer que molts oients s'hi quedin a llarg termini.

També, com que els pòdcasts temàtics se centren sovint en àrees de coneixement específiques, habilitats o interessos perennes, en lloc de limitar-se a l'actualitat, el seu contingut pot mantenir la rellevància durant llargs períodes. Aquesta atemporalitat permet que els episodis continuïn atraient nous oients molt després de la seva publicació inicial, construint un catàleg de contingut valuós i durador. La baixa barrera d'entrada en termes de costos de producció i distribució democratitza, a més, la capacitat de compartir coneixement

especialitzat. Persones amb un profund saber en un nínxol, fins i tot sense el reconeixement formal d'institucions tradicionals, poden crear i distribuir pòdcasts temàtics, enriuint l'ecosistema informatiu amb una major diversitat de veus i perspectives.

2.2.4. El videopòdcast

El món dels mitjans digitals està canviant constantment i cada cop més formats es barregen entre si. Un bon exemple d'això és el videopòdcast, que combina l'estil proper i fàcil d'escoltar dels pòdcasts amb l'atractiu visual del vídeo. Tot i que els pòdcasts s'han fet populars com a àudio, ara cada vegada més s'afegeixen imatges i vídeo, sobretot gràcies a plataformes com YouTube (Ramallo, 2025). Aquesta tendència respon a les preferències d'un públic que vol contingut que sigui fàcil de consumir, visualment interessant i adaptable a diferents situacions.

Al començament, el pòdcast va ser una novetat perquè permetia a les persones escoltar continguts quan volguessin i des d'on volguessin. Al mateix temps, el vídeo en línia (gràcies a plataformes com YouTube, des del 2005) va canviar la manera com la gent consumeix contingut visual.

El videopòdcast neix de la unió d'aquests dos formats: manté la idea de capítols i escolta a la carta del pòdcast, però hi afegeix el poder visual del vídeo. Això mostra com els formats de comunicació canvien constantment per adaptar-se tant a les noves tecnologies com al que vol el públic. La gent vol contingut més complet, personalitzat i atractiu, i els mitjans han d'anar canviant per continuar sent rellevants.

El videopòdcast és un format híbrid, perquè combina àudio i vídeo. Tot i que el vídeo és una part important, molts creadors fan els seus programes perquè també es puguin escoltar només en àudio, sense perdre el sentit (Ramallo, 2025). Això dona molta flexibilitat: la gent pot veure el contingut quan té temps i ganes de mirar, o simplement escoltar-lo mentre fa altres coses.

El consum de videopòdcasts ha experimentat un creixement notable en els darrers anys, consolidant-se com una tendència significativa dins del panorama

del consum de mitjans digitals a escala global i, de manera particularment accentuada, a Espanya. Un indicador clau d'aquesta expansió és l'informe de Spotify corresponent a l'any 2024, el qual assenyala que el consum de videopòdcasts a Espanya va augmentar un 70% durant l'últim any (Ramallo, 2025). A nivell mundial, el videopòdcast està tenint molt d'èxit. Segons dades de Bloomberg de l'any 2025, cada mes unes mil milions de persones escolten pòdcasts a YouTube. Aquesta xifra inclou tant pòdcasts només d'àudio com videopòdcasts, però mostra com les plataformes visuals són clau per fer créixer aquest format.

Ja el 2020, durant els confinaments, molta gent preferia veure pòdcasts amb imatge, perquè volien veure els creadors a la pantalla (Laboratorio de Periodismo, 2020). Això demostra que l'audiència cada cop més vol una experiència que combini so i imatge, no només àudio.

El vídeo en els videopòdcasts ajuda a crear una connexió més forta entre els creadors i l'audiència. Les imatges donen més força al missatge de veu i ajuden a mantenir l'atenció del públic (Ramallo, 2025). Com ja s'ha dit, veure la cara, els gestos i altres elements visuals fa que el missatge sigui més proper i de confiança.

Això és molt important en un entorn digital ple d'informació, on costa destacar. Gràcies a aquesta combinació d'imatge i so, el videopòdcast aconsegueix que la gent s'impliqui més i connecti millor amb el contingut.

A Espanya, el videopòdcast no només experimenta un creixement accelerat, com ho demostra l'esmentat augment del 70% en el seu consum (Ramallo, 2025), sinó que també es manifesta com un terreny fort per a la innovació i l'adaptació de formats. L'exemple de 'Confinados', analitzat per Román-San-Miguel i Cartes-Barroso (2022), n'és un bon exemple: un producte nascut en el context digital del videopòdcast durant la pandèmia va aconseguir una resposta tan positiva per part de l'audiència que va fer el salt a la televisió convencional. Aquest cas evidencia la capacitat del format per generar continguts d'alt impacte i adaptar-se a les circumstàncies canviants del consum mediàtic.

A Catalunya, la situació del videopòdcast té algunes particularitats. Tot i que cada vegada més gent consumeix continguts digitals, fer videopòdcasts en català i

aconseguir que tinguin visibilitat encara és un repte. De moment, només està a l'abast de molt pocs. Això passa sovint amb llengües que no són majoritàries a internet.

Tot i així, també hi ha un interès creixent per crear i compartir continguts en català, i han sorgit iniciatives per impulsar-ho. Un exemple és Som Eva, una iniciativa de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals que vol agrupar creadors de contingut digital en català i donar-los més presència a plataformes com Tiktok, on els algorismes solen prioritzar contingut en castellà o anglès.

2.3. Anàlisi de mercat

2.3.1. Objectius del projecte

Crear i desenvolupar un videopòdcast dedicat exclusivament al bàsquet femení, amb la finalitat de donar visibilitat a aquesta disciplina esportiva, ressaltant-ne els èxits, la història, els valors i els reptes, i contribuir així a la seva creixent mediatització i reconeixement.

Donar visibilitat al bàsquet femení posant en relleu les trajectòries i els èxits de les jugadores, entrenadores i altres figures clau dins del bàsquet femení. A més, es vol:

- **Educar i sensibilitzar sobre els valors del bàsquet:** utilitzar el videopòdcast com a plataforma educativa per transmetre els valors associats al bàsquet (treball en equip, igualtat, esforç, superació, etc.).
- **Inspirar noves generacions:** motivar nenes i joves esportistes a practicar bàsquet, oferint-los referents i models a seguir dins del món del bàsquet femení.
- **Promoure la igualtat de gènere a l'esport:** sensibilitzar sobre la importància d'igualar les oportunitats entre el bàsquet masculí i femení, tant a nivell de mitjans com d'infraestructures i recursos.

- **Establir una comunitat de seguidors i seguidores:** crear una audiència que se senti connectada i representada pel projecte, que sigui activa i compromesa amb la causa del bàsquet femení.

2.3.2. Públic objectiu

Tot i que aquest és un videopòdcast centrat en el bàsquet femení, el seu missatge i objectius va més enllà de les dones. Per aconseguir una veritable igualtat dins l'àmbit esportiu i, per extensió, en la societat, és imprescindible comptar amb la participació activa de tothom. Per això, el videopòdcast s'adreça tant a dones com a homes, perquè el canvi només pot ser possible si es construeix de manera col·lectiva, amb una mirada inclusiva i compartida, sense deixar fora ningú.

Tot i que volem que el contingut sigui accessible i interessant per a un públic ampli i divers, ens enfoquem especialment en el públic jove. Els joves d'avui són el motor de canvi pel dia de demà, i com més aviat prenguin consciència de la importància de la igualtat entre homes i dones, més a prop estarem d'una societat més justa, equitativa i respectuosa. L'aposta d'aquest projecte és crear un espai que interpel·li les noves generacions, que les inspiri i les animi a implicar-se activament en la transformació de l'escenari esportiu actual.

Per tant, aquest treball no es dirigeix únicament a seguidors de bàsquet, siguin seguidors habituals, practicants o persones vinculades al món esportiu, sinó que persones interessades en el canvi i la igualtat en el món de l'esport també poden ser potencial públic pel videopòdcast. Aquest projecte ofereix una mirada profunda, crítica i alhora apassionada sobre el bàsquet femení, amb continguts pensats per posar en valor l'esport, visibilitzar referents femenins i generar debat entorn dels reptes i les oportunitats del sector.

En resum, el videopòdcast va adreçat a totes aquelles persones que creuen en el poder de l'esport com a eina de transformació social i que volen formar part d'una revolució que ja ha començat i que necessita veus, escolta i acció per continuar avançant.

2.3.3 Referents – Competència

A les diverses plataformes de pòdcast o videopòdcast que existeixen, hi ha múltiples projectes que parlen de bàsquet. Alguns de NBA, alguns d'Eurolliga, altres que combinen diversos aspectes d'aquest esport, però no n'hi ha cap el qual tingui l'objectiu que té aquest videopòdcast, és a dir, visibilitzar l'esport femení i donar-li la importància que es mereix en l'àmbit mediàtic per tal que en un futur les esportistes puguin generar el mateix que generen els homes esportistes i la diferència econòmica entre uns i altres per fer la mateixa feina es vagi reduint.

Diversos pòdcast o videopòdcast ja existents, i que podrien ser un referent pel meu projecte perquè també van començar des de zero podrien ser:

- **Licencia A:** Creat pel periodista esportiu especialitzat en bàsquet Sergio Vegas en el qual parla de l'actualitat del bàsquet europeu, centrant-se en l'ACB i l'Eurolliga.
- **The Hustle Podcast:** Creat pel periodista Nacho Losilla, centra el seu contingut en la NBA. Fa anàlisi, comenta fitxatges i explica històries curioses dels protagonistes.
- **Doble Tècnica:** És un pòdcast setmanal que “analitza el més interessant de tot el que passa dins i fora de les pistes de la millor lliga de bàsquet del planeta”. És en català i centra exclusivament el seu contingut en NBA.
- **Can't Play Kanter:** Aquest també és en català i, igual que Doble Tècnica, centra el seu contingut exclusivament en l'NBA. Va ser un projecte que es va iniciar des de 0, sense suport de cap mitjà de comunicació.
- **Faldilles alineades:** Tal com es defineixen elles mateixes a les xarxes socials, aquest pòdcast és un programa radiofònic gironí de “bàsquet, dones i territori”. A cada capítol donen a conèixer a protagonistes d'aquest esport a través d'una entrevista en profunditat per fer una mirada al passat, present i futur d'aquesta disciplina.

A la xarxa social X, trobem el periodista **Francesc Fernández Torró** (@FrancescFT), que tot i no ser un pòdcast, centra gran part del seu contingut en parlar sobre aspectes relacionats amb l'actualitat del bàsquet femení al nostre

país. Per aquest motiu, m'ha semblat interessant destacar-lo. A més a més, també trobem el compte **Deporte Fem – La casa del deporte femenino** (@DeporteFem_com), el qual tot i no parlar exclusivament de bàsquet, també una part del seu contingut és de l'esport que ens ocupa.

Altres pòdcast sobre bàsquet que existeixen i que també tenen una gran audiència i un alt nombre de seguidors són, per exemple, PlayBasket, de la Cadena Ser, Tirando a Fallar, presentat pel periodista Jose Manuel Puertas d'EsRadio, o Nos Gusta el Basket, de Radio Marca. Aquests, per això, no són creats del no res, sinó que ja tenen un mitjà de comunicació al darrere i que ofereixen aquest pòdcast com un projecte més dins la seva programació.

2.3.4 Anàlisi de l'audiència

Amb dades extretes d'Statista de l'any 2024, l'últim el qual hem pogut veure sencer de gener a desembre, podem veure quina és l'evolució del percentatge de població que ha escoltat àudio online a Espanya entre els anys 2016 i 2023. Més del 60% de la població espanyola ha afirmat haver escoltat àudio digital de qualsevol estil, entre ells el pòdcast. Aquest fet suposa un increment de gairebé 20 punts respecte la taxa de penetració registrada al país durant l'any 2016, que va ser d'un 43%.

En xifres, podem veure que any a any s'han incrementat els oients de pòdcast. Mentre que l'any 2019, l'any abans de la pandèmia de la Covid-19, només 1,8 milions de persones escoltaven aquest format, l'any 2023 més de 3 milions de ciutadans espanyols eren oients de pòdcast.

Els pòdcasts de **temes especialitzats** (ciència, tecnologia, negocis, salut) han passat del 17% d'oients el 2021 al 22% el 2024, mostrant un creixement sostingut. Els d'estil de vida (com salut i desenvolupament personal) també han augmentat, del 15% al 19% en el mateix període. En canvi, els pòdcasts centrats en notícies, política i esdeveniments internacionals han tingut una evolució més moderada, però també han augmentat, pujant del 13% al 15%. Aquestes dades reflecteixen una clara tendència cap a la diversificació dels interessos dels oients i una preferència creixent per continguts més especialitzats i personals.

Pel que fa el temps d'escolta dels usuaris, podem veure també que la gran majoria ho fa menys d'una hora al dia. Un 30% ho fa menys de 15 minuts, un 27% escolta entre 15 i 30 minuts, i un 26% ho fa entre 30 minuts i una hora. Amb aquestes dades, podem extreure la conclusió que la gran majoria d'oients a Espanya dediquen menys d'una hora al dia en escoltar pòdcast.

En relació amb la fidelització, el 60% dels oients estan subscrits a algun pòdcast. No obstant això, el percentatge disminueix entre les persones més grans de 54 anys. D'altra banda, gairebé 7 de cada 10 oients no subscrits manifesten estar disposats a subscriure's a un pòdcast en el futur (IAB Spain, 2023, p. 33).

També tenim dades del percentatge de població que va escoltar únicament pòdcast a Espanya durant els anys 2022 i els anys 2023 separats per aplicació. Veiem que l'aplicació més utilitzada per consumir pòdcast és Spotify. De fet, un 30% dels enquestats va afirmar que utilitzen Spotify quan volen consumir aquest estil d'àudio digital. En segona posició tenim la plataforma YouTube, que es troba només a un punt d'Spotify en l'enquesta, amb un 29%. Al tercer lloc tenim IVoox, que és una plataforma enfocada a escoltar pòdcast, no com les altres dues, que a banda de pòdcast també podem trobar altres continguts com música i que ofereixen la possibilitat als seus usuaris de veure el videopòdcast, en cas que n'hi hagi, per exemple. Els percentatge d'enquestats que afirmen utilitzar IVoox és del 16%.

A banda d'aquestes 3 plataformes que encapçalen la classificació, els usuaris també en fan servir altres com podrien ser Apple Podcast i Podimo.

Com hem vist, la plataforma més utilitzada per consumir pòdcast o videopòdcast és Spotify. A finals de l'any 2024, Spotify va publicar un informe en el qual apuntava que el consum de pòdcast entre els seus usuaris havia augmentat un 30% i que, a dia d'avui, 1 de cada 3 usuaris d'Spotify escolta pòdcast, el que ubica a Espanya dins dels 5 dels països d'Europa amb més usuaris actius i hores d'escolta. A més, aquest informe també destaca que els projectes creats a Espanya han incrementat la seva audiència més d'un 40%, el que assenyala una clara tendència positiva.

Actualment, més de la meitat dels oients d'àudio digital (54%) escolten pòdcasts, fet que suposa un augment respecte a anys anteriors, en què ocupava la quarta posició (IAB Spain, 2023, p. 33).

Tanmateix, la manera de consumir els pòdcast està en constant evolució. Cada vegada el consum de videopòdcast és major, el percentatge d'usuaris que consumeixen videopòdcast a la plataforma ha crescut un 70% a Espanya en l'últim any. A més a més, 9 de cada 10 usuaris consumeixen el videopòdcast en primer pla, és a dir, que estan plenament pendents d'allò que estan veient, no que ho tenen de fons com un pòdcast mentre fan una altra cosa. Aquestes dades converteixen a Espanya com el segon país d'Europa amb una velocitat de creixement més alta en el format de videopòdcast.

2.3.5. Valor diferencial

Aquest projecte de videopòdcast sobre bàsquet femení es distingeix per la seva aposta decidida per donar visibilitat a un esport històricament poc representat en els mitjans de comunicació. També, en cada capítol es portarà diversos convidats i convidades de prestigi reconegut que li donaran més nivell a les tertúlies,

A més, no només s'ofereix una plataforma per donar veu a jugadores, entrenadores i altres protagonistes del bàsquet femení, sinó que també es busca crear un espai de confiança on les convidades puguin compartir les seves experiències i reflexions sense presses. Aquesta aproximació permet aprofundir en les històries personals i en les trajectòries professionals de les dones en el bàsquet, contribuint així a una representació més rica i diversa de l'esport femení.

2.3.6. Pla de distribució i promoció

Per tal d'assegurar una bona difusió i arribar al màxim nombre de persones, el pòdcast es distribuirà a través de tres de les plataformes més utilitzades actualment per a la consumició de contingut sonor: Spotify, YouTube i iVoox. La tria d'aquestes aplicacions respon a dades recents publicades per Statista, les

quals indiquen que són les més populars a l'Estat espanyol per escoltar pòdcasts o veure videopòdcasts, tant per part del públic jove com adult.

Spotify és una plataforma líder en l'àmbit de l'audiència digital i ofereix una gran accessibilitat des de dispositius mòbils i té la possibilitat del format vídeo. YouTube, a més de permetre escoltar el pòdcast, també permet incorporar el format vídeo, cosa que augmenta la capacitat de retenció del públic i facilita compartir els capítols en diferents suports. iVoox, per la seva banda, és especialment consolidada en l'àmbit hispànic i compta amb una comunitat d'oients molt fidelitzada, especialment interessada en continguts especialitzats i culturals.

A més a més, per tal de potenciar la visibilitat del projecte i generar impacte a les xarxes socials, es publicaran clips curts a TikTok, Instagram i la xarxa X (abans Twitter), recollint moments destacats, reflexions rellevants o titulars potents que hagin dit els convidats i convidades. Crec que ser present a les xarxes socials és essencial per connectar amb el públic jove i dinamitzar la conversa en espais on es construeix opinió i es genera comunitat. A més, aquest tipus de contingut és fàcilment compartible i pot fer que el projecte guanyi visibilitat.

3. Marc pràctic

3.1. Percepció social del bàsquet femení

En aquest apartat, hem volgut estudiar què pensa la gent (annex 1) sobre el bàsquet femení a la nostra societat. Per aquest motiu, s'ha fet una enquesta a 175 persones residents a Espanya durant el maig del 2025. D'aquestes 175 persones, 99 s'identifiquen com a homes i 76 com a dones. L'objectiu és veure com es percep avui dia el bàsquet femení, quina idea té la gent sobre el paper de les dones en l'esport en general, i si encara hi ha idees preconcebudes o "tòpics" sobre les dones que juguen a bàsquet. Les respostes que hem obtingut en aquesta enquesta ens ajudaran a entendre millor què pensa la gent sobre aquest tema tan important per fer que el bàsquet femení sigui més conegut i tingui més suport. L'enquesta s'ha realitzat a gent a l'atzar, independentment de si tenien relació o no amb el bàsquet.

3.1.1. Justificació de l'enquesta

Pregunta 0: Com et sents identificat?

Crec que és una variable important per observar si existeixen diferències entre la visió que tenen els homes i les dones sobre l'esport i el bàsquet femení, així com en el consum de notícies d'esport femení.

Pregunta 1: Amb quina freqüència segueixes notícies o partits de bàsquet femení?

La primera pregunta té com a objectiu establir el nivell de familiaritat i interès del participant amb el bàsquet femení. Les respostes permetran segmentar els enquestats en funció del seu grau de seguiment i veure si hi ha diferències en les seves percepcions i opinions en les preguntes següents. Per exemple, es podria esperar que algú que segueix el bàsquet femení sovint tingui opinions més informades o menys estereotipades.

Pregunta 2: Quan penses en un partit de bàsquet d'alt nivell, quin gènere et ve primer a la ment?

Aquesta pregunta busca confirmar la mentalitat "masculinitzada" en la percepció del bàsquet d'alt nivell. Si la majoria de respostes són "Masculí", indica una possible associació dominant del bàsquet de qualitat amb el gènere masculí en la ment de la societat. Això pot ser un reflex de la major visibilitat i tradició del bàsquet masculí.

Pregunta 3: En una escala de l'1 al 5, fins a quin punt estàs d'acord amb les següents afirmacions? (L'escala Likert permet quantificar el nivell d'acord o desacord amb aquestes afirmacions.)

"El bàsquet femení és menys emocionant que el bàsquet masculí.": Busca identificar si persisteix la idea que l'esport femení és menys entretingut.

"Les dones tenen el mateix nivell de competitivitat que els homes en l'esport.": Es comprova la percepció sobre la capacitat competitiva de les dones en l'àmbit esportiu.

"Els mitjans de comunicació donen suficient cobertura al bàsquet femení.": Explora si la societat considera que la presència del bàsquet femení als mitjans és adequada o insuficient.

"Hi ha molts estereotips negatius associats a les dones que practiquen bàsquet.": Intenta determinar si la gent és conscient de l'existència d'estereotips de gènere en relació amb les jugadores de bàsquet.

Pregunta 4: Quins dels següents adjectius creus que millor descriuen el bàsquet femení?

Aquesta pregunta busca identificar les característiques que la gent associa amb el bàsquet femení. Les opcions inclouen tant adjectius potencialment positius (tècnic, estratègic, espectacular, interessant) com alguns que podrien reflectir estereotips (lent, poc competitiu). Les respostes ajudaran a entendre la imatge que té la societat sobre l'estil de joc i la qualitat del bàsquet femení.

Pregunta 5: Creus que el nivell de suport (afició, patrocinis, cobertura mediàtica) que rep el bàsquet femení és...?

Aquesta pregunta se centra en la percepció sobre la desigualtat de recursos i atenció entre el bàsquet femení i masculí. Les respostes indicaran si la societat

creu que el bàsquet femení està rebent el suport que es mereix o si hi ha una percepció de clara inferioritat en comparació amb el seu equivalent masculí.

Pregunta 6: En la teva opinió, quin és el principal obstacle per a una major visibilitat del bàsquet femení?

Aquesta pregunta permet als enquestats expressar lliurement quin creuen que és el factor més significatiu que impedeix que el bàsquet femení tingui més visibilitat. Es dona l'oportunitat als participants de mencionar factors que potser no has considerat en les preguntes tancades. Les respostes obertes proporcionen una riquesa de dades qualitatives. Més enllà de la simple identificació d'un obstacle, els enquestats poden explicar les seves raons.

Pregunta 7: Quins dels següents factors creus que serien més efectius per augmentar l'interès i la visibilitat del bàsquet femení?

Aquesta opció es basa en la idea que una major presència del bàsquet femení als mitjans de comunicació tradicionals i amb gran audiència augmentaria la consciència i l'interès del públic general. La visibilitat en aquests canals pot normalitzar la presència de l'esport femení i atraure nous seguidors.

Pregunta 8: Quin dels següents aspectes creus que més limiten la visibilitat del bàsquet femení?

En aquesta pregunta es busca a través d'unes opcions determinades, quins són els conceptes més importants i més estesos a la societat pel qual està més limitada la visibilitat en el bàsquet femení.

Pregunta 9: Quina de les següents accions creus que tindria un impacte més gran en la visibilitat del bàsquet femení?

En l'última pregunta es vol saber què farien els enquestats. Es tracta de conèixer les accions que la societat considera que tindrien un impacte significatiu en la millora de la visibilitat del bàsquet femení. Aquesta opció busca obtenir una visió sobre quines intervencions a nivell estructural o social es creuen més efectives.

3.1.2. Resultats i conclusions de l'enquesta

Identitat de gènere:

D'un total de 175 respostes, el 56,57% dels enquestats s'identifiquen com a homes, mentre que el 42,86% s'identifiquen com a dones. Tot i no ser un percentatge idèntic, està molt a prop del 50%, la qual cosa penso que ens pot servir perfectament per extrapolar a la societat els resultats de l'enquesta. Considero que aquesta lleugera major participació masculina en l'enquesta no ens penalitza a l'hora d'estudiar les percepcions de la societat sobre el bàsquet femení.

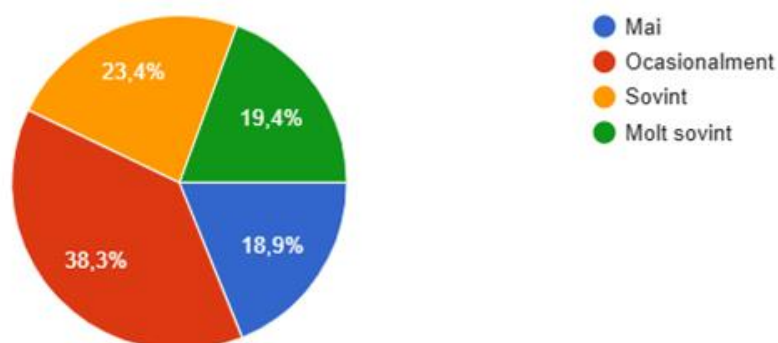
Freqüència de seguiment del bàsquet femení:

La majoria dels enquestats (38,29%) segueixen les notícies o els partits de bàsquet femení ocasionalment. Un 23,43% ho fan sovint, i un 19,43% molt sovint. És interessant destacar que un 18,86% mai segueixen el bàsquet femení, cosa que suggereix una falta d'interès o visibilitat per a aquest grup. La dada que considero més interessant d'aquesta pregunta és que si sumem les dues opcions negatives, els que segueixen ocasionalment les notícies i els que mai en segueixen, sumen més d'un 50%, la qual cosa significa que més de la meitat dels enquestats tenen un interès molt baix en el bàsquet femení o que no reben o segueixen gairebé mai les novetats del bàsquet femení.

Gràfic 1: Freqüència de notícies i partits de bàsquet femení

Amb quina freqüència segueixes notícies o partits de bàsquet femení?

175 respostes



Font: Elaboració pròpia

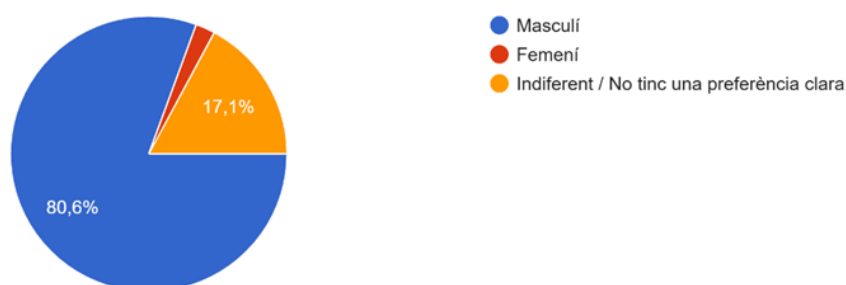
Gènere que ve primer a la ment:

Quan els enquestats pensen en un partit de bàsquet d'alt nivell, el 80,57% pensa primer en el bàsquet masculí. Només un 2,29% pensa en el bàsquet femení, i un 17,14% es mostra indiferent. Aquest resultat reflecteix la forta associació del bàsquet d'alt nivell amb el gènere masculí en la percepció pública.

Gràfic 2: Gènere partit d'alt nivell

Quan penses en un partit de bàsquet d'alt nivell, quin gènere et ve primer a la ment?

175 respostes



Font: Elaboració pròpia

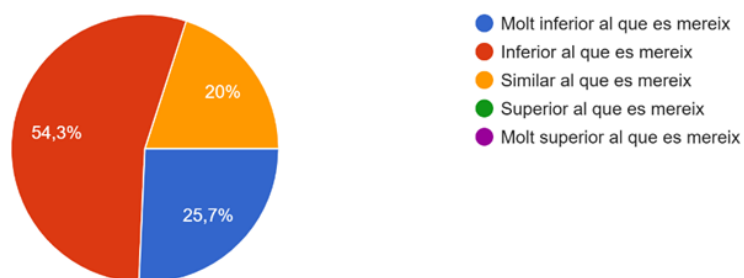
Percepció del nivell de suport:

Una majoria significativa dels enquestats creu que el bàsquet femení rep menys suport del que es mereix. El 54,29% considera que el suport és inferior al que es mereix, i el 25,71% creu que és molt inferior. Només el 20% opina que el nivell de suport és similar al que es mereix. Aquests resultats subratllen la percepció d'una falta de reconeixement i suport al bàsquet femení. A més, també m'agradaria destacar que cap persona creu que el bàsquet femení rep més suport del que es mereix, la qual cosa reafirma que la percepció que té la societat és que rep menys suport del merescut.

Gràfic 3: Nivell de suport

Creus que el nivell de suport (afició, patrocinis, cobertura mediàtica) que rep el bàsquet femení és...?

175 respostes



Font: Elaboració pròpia

Accions per millorar la visibilitat:

La principal acció que els enquestats creuen que tindria un impacte més gran en la visibilitat del bàsquet femení és que les televisions públiques emetin més partits (34,86%). Igualment important és l'opció que les marques patrocinin més activament els equips femenins i que s'eduqui sobre la igualtat de gènere en l'esport des de l'escola (ambdues amb un 23,43%). Que les jugadores tinguin més presència en debats i programes esportius obté un 15,43%. La resta d'opcions tenen un suport molt marginal (menys de l'1%).

Adjectius que descriuen el bàsquet femení (opció múltiple):

Taula 1: Adjectius bàsquet femení

Adjectiu	Respostes	Percentatge (%)
Estratègic	138	29,24
Tècnic	127	26,91
Interessant	71	15,04
Lent	68	14,41
Físic	25	5,3
Poc competitiu	24	5,08

Font: Elaboració pròpia

Estratègic i Tècnic: Aquests adjectius són els més freqüents, amb un 29,24% i un 26,91% respectivament, cosa que suggereix que el bàsquet femení és percebut com un esport que requereix intel·ligència i habilitat.

Interessant i Lent: Aquests adjectius tenen un percentatge significatiu (15,04% i 14,41%), cosa que indica una certa polarització en la percepció del ritme del joc.

Físic i Poc competitiu: Aquests adjectius tenen un percentatge baix (5,3% i 5,08%), cosa que pot reflectir estereotips sobre la intensitat física i la competitivitat del bàsquet femení.

Pel que fa a l'anàlisi de les dades quantitatives, en la pregunta que l'enquestat havia de respondre de l'1 al 5 segons el seu nivell d'acord o desacord en les afirmacions proporcionades.

Emoció: mitjana de 2,68 indica que els enquestats tendeixen a estar en desacord amb l'afirmació que el bàsquet femení és menys emocionant que el masculí, tot i que la mediana de 3 suggereix que hi ha una certa polarització.

Competitivitat: La mitjana de 3,49 i la mediana de 4 reflecteixen una tendència a estar d'acord que les dones tenen el mateix nivell de competitivitat que els homes en l'esport.

Cobertura mediàtica: La mitjana baixa de 2,05 i la mediana de 2 indiquen un fort desacord amb l'afirmació que els mitjans de comunicació donen suficient cobertura al bàsquet femení.

Estereotips: La mitjana de 3,26 i la mediana de 3 mostren que els enquestats tendeixen a estar d'acord que hi ha molts estereotips negatius associats a les dones que practiquen bàsquet.

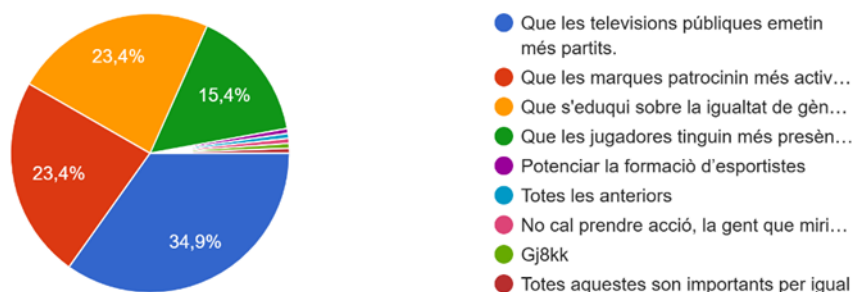
Pel que fa als aspectes que limiten més la visibilitat del bàsquet femení, 93 persones creuen que encara existeix la percepció social de què el bàsquet femení és menys emocionant que el masculí. L'altre opció amb més respostes, també amb 93, ha sigut que la inversió econòmica insuficient i la manca de recursos també limita la visibilitat del bàsquet femení.

Per últim, sobre quines accions tindrien un impacte més gran per aconseguir més visibilitat pel bàsquet femení, l'opció més votada ha sigut que els mitjans públics emetin més partits, amb un 34,4% de les respostes. La segona i la tercera opció més votades han sigut, amb un 23,4% dels vots cadascuna, que les marques patrocinin més activament els equips femenins, és a dir, més esponsorització per aconseguir més recursos, i l'altra afirmació més votada ha sigut que s'eduqui des d'edats primerenques, des de l'escola, sobre la importància de la igualtat de gènere.

Gràfic 4: Impacte en la visibilitat

Quina de les següents accions creus que tindria un impacte més gran en la visibilitat del bàsquet femení?

175 respostes



Font: Elaboració pròpia

3.2. Justificació del videopòdcast

En un moment d'auge de l'esport femení, crec que és un bon moment per aprofitar aquest impuls per donar visibilitat al bàsquet femení, un esport amb molt talent, trajectòria i potencial, però que històricament ha estat relegat a un segon pla tant en els mitjans de comunicació com en la societat en general. Malgrat els èxits aconseguits per moltes jugadores i equips del nostre país, la cobertura mediàtica i el reconeixement social continuen sent desiguals en comparació amb el bàsquet masculí. Aquesta disparitat mediàtica i de suport ha impactat de manera directa en la seva popularitat, creixement i en les oportunitats per a les joves esportistes. D'altra banda, en els darrers anys, s'han començat a veure progressos importants en termes d'igualtat de gènere, tant dins com fora de les pistes, i el bàsquet femení ha començat a guanyar protagonisme en l'agenda mediàtica i institucional.

Amb aquest pòdcast pretenc contribuir activament a la igualtat de gènere en l'àmbit esportiu, trencant barreres de visibilitat i fomentant la valoració del bàsquet femení com un espectacle esportiu de qualitat, capaç de generar el mateix interès que el masculí. Per assolir una igualtat real, cal una aposta decidida per donar veu i espai a les protagonistes del bàsquet femení, així com reclamar les millores estructurals i institucionals que aquest esport mereix: més

inversió, millors condicions laborals, i una cobertura comunicativa justa i continuada.

A Catalunya, hi ha actualment més de 30.000 llicències femenines inscrites a la Federació Catalana de Bàsquet, una xifra que evidencia no només l'enorme interès per aquest esport, sinó també el potencial d'un públic ampli, transversal i fidel. Aquestes dades demostren que el bàsquet femení no és una minoria, sinó una realitat esportiva consolidada que necessita més altaveus per créixer encara més.

En aquest projecte s'oferiran continguts que contribueixin a sensibilitzar sobre la importància de l'esport femení com a pilar fonamental en la construcció d'una societat més justa, inclusiva i igualitària. Es tracta, en definitiva, d'un projecte amb vocació de servei públic i de transformació social, que utilitza el periodisme com a eina per impulsar el canvi i reconèixer el valor del bàsquet femení en tota la seva dimensió.

3.3. Títol

El projecte porta per nom "Revolució 6.75", un títol simbòlic que uneix el caràcter transformador del treball amb un element identificatiu del bàsquet.

D'una banda, "Revolució" fa referència a la voluntat de canvi, de voler trencar les barreres establertes a les quals s'enfronta el bàsquet femení i qüestionar la desigualtat que encara persisteix entre l'esport masculí i femení, especialment pel que fa a la cobertura mediàtica, el reconeixement social i les condicions professionals. Aquest pòdcast pretén ser una eina comunicativa que contribueixi a aquesta revolució, oferint veu, espai i visibilitat a les protagonistes del bàsquet femení, i promovent una societat més equitativa dins i fora de les pistes.

D'altra banda, "6.75" fa referència a la distància, en metres, de la línia de triple respecte a la cistella en el bàsquet professional. Aquest número no només té una càrrega tècnica significativa per a qualsevol persona vinculada al món del bàsquet, sinó que també simbolitza el repte, la valentia i la precisió.

Així doncs, "Revolució 6.75" engloba a la perfecció l'essència del projecte: un espai comunicatiu que aposta per canviar les coses: visibilitzar el talent femení i posar el bàsquet femení al lloc que li correspon.

3.4. Durada dels capítols

Cada capítol del videopòdcast tindrà una durada aproximada d'entre 25 i 30 minuts. Aquesta franja de temps ha estat pensada amb l'objectiu d'oferir un contingut profund i ben desenvolupat, que permeti abordar temes rellevants i donar veu a les protagonistes sense presses ni superficialitats. Tractant-se de qüestions que requereixen reflexió, context i matisos, penso que és important disposar d'un mínim de temps per poder explicar-se amb claredat i rigor. Com hem vist amb anterioritat, la majoria dels usuaris de pòdcast consumeixen de mitjana menys d'una hora el contingut. Per tant, fer-lo molt extens no seria positiu per la fidelització de l'audiència i seria més complicat crear una comunitat més lleial.

A la vegada, també s'ha volgut tenir en compte el comportament habitual de les audiències de pòdcast. Sovint, els pòdcast s'escolten en moments de desplaçament: camí de la feina, de la universitat, dins del transport públic, etc. especialment a les grans ciutats, que és on hi viu més gent i, per tant, hi pot haver més audiència, aquests trajectes ronden habitualment els 30 minuts. Superar aquest límit podria fer que l'audiència perdi l'interès o que no pugui acabar l'episodi en una sola escolta, fet que podria perjudicar. A més, la durada mitjana preferida dels episodis és de **23 minuts** (IAB Spain, 2023, p. 20).

Amb aquesta durada, el videopòdcast penso que manté l'equilibri entre el contingut de qualitat i l'accessibilitat, adaptant-se al ritme de vida de la majoria d'oients i espectadors i facilitant la seva integració en la rutina diària.

3.5. Periodicitat

Cada capítol del projecte es publicarà cada 15 dies, és a dir, dues vegades al mes tot i que depenen del mes no es publicarà. En total serien 12 a l'any, ja que

se'n farien 2 a l'octubre, que és quan s'inicia la temporada, 2 al novembre, 1 al desembre, 1 al gener, 2 al febrer, 2 al març, 1 a l'abril i 1 al maig, que és quan finalitza la temporada. Aquesta freqüència respon a la voluntat de garantir la qualitat i la profunditat de cada capítol, donant el temps necessari per preparar continguts ben estructurats i reflexionats.

Cada capítol comptarà amb la participació de convidats i convidades expertes en diferents àmbits relacionats amb el bàsquet femení, com ara jugadores en actiu i retirades, entrenadores, periodistes esportives, analistes, directives de clubs, així com professionals vinculats a la promoció i gestió de l'esport femení. La seva aportació permetrà oferir una mirada plural, amb experiències diverses i punts de vista complementaris que enriqueiran el debat i fomentaran una comprensió més profunda de la realitat del bàsquet femení.

L'objectiu és que cada capítol abordi un tema concret, com pot ser la manca de cobertura mediàtica, les condicions laborals de les jugadores, l'evolució històrica de la disciplina o les iniciatives de l'esport base que es fan arreu de Catalunya, contribuint així de manera sostinguda i rigorosa a fer més visible la presència del bàsquet femení.

3.6. Idioma

El pòdcast es durà a terme principalment en llengua catalana, amb la voluntat de normalitzar l'ús del català en l'àmbit esportiu i, encara més, quan l'ús del català com a llengua habitual ha baixat del 46% al 32% en els últims 20 anys, segons l'Enquesta d'usos lingüístics de la població feta per la Generalitat de Catalunya. Aquesta decisió respon a la necessitat de promoure la presència del català en els mitjans de comunicació, alhora que es crea un espai de referència proper i identificable per a l'audiència del territori.

En qualsevol cas, si alguna de les persones convidades se sent més còmoda expressant-se en una altra llengua es facilitarà aquesta opció prioritzant sempre la comoditat i naturalitat de la conversa. En aquests casos, es valorarà incloure subtítols o una breu explicació en català per mantenir la coherència comunicativa del projecte.

A més a més, m'agradaria destacar que fer-ho en català no ha de ser una barrera per tal d'arribar al públic, ja que existeixen exemples consolidats de pòdcast en català amb una viabilitat econòmica clara, cosa que demostra que l'ús d'aquesta llengua no és cap limitació per arribar a una audiència àmplia i fidel. Projectes com Desobediència Cruyffista i La Sotana són una mostra clara de com es poden crear continguts de qualitat, amb personalitat pròpia i autofinançats, tot mantenint el català com a llengua vehicular.

Per tal d'ampliar l'abast del contingut a les xarxes socials, especialment a plataformes com TikTok, se subtitularan en castellà aquells fragments destacats on es recullin declaracions o reflexions rellevants dels convidats i convidades, facilitant-ne així la difusió més enllà del públic catalanoparlant. Els canals d'accés als pòdcasts també reflecteixen el canvi d'hàbits digitals, especialment entre el públic més jove. **Les xarxes socials són el canal principal d'accés per al 64% dels joves**, seguits pels cercadors d'internet i mitjans especialitzats en pòdcasts (IAB Spain, 2023).

3.7. Llenguatge

El llenguatge que s'utilitzarà al pòdcast serà proper, accessible i natural, amb l'objectiu de generar una connexió directa amb l'audiència. Es buscarà un to conversacional, allunyat de formalismes excessius, que permeti crear un espai de confiança entre les persones participants i el públic. Aquesta proximitat afavorirà que els continguts siguin fàcilment entenedors i que les reflexions o vivències compartides pels convidats i convidades arribin amb més força.

Tot i mantenir un to respectuós i rigorós, especialment quan es tractin temes sensibles o estructurals, es prioritzarà la claredat i la fluïdesa per davant del tecnicisme, amb la voluntat d'arribar tant a persones familiaritzades amb el món del bàsquet com a aquelles que s'hi apropen per primer cop.

3.8. Logotip

El logotip creat a través d'intel·ligència artificial té un format senzill el qual es pot identificar amb el bàsquet fàcilment. En primer lloc, té el color taronja, predominant en aquest esport, i una pilota de bàsquet, dos aspectes que fan que qualsevol persona que vegi aquest logo ja el relacioni amb el bàsquet. En segon lloc, porta el títol del videopòdcast en gran al mig del logotip perquè pugui ser recordat amb facilitat.

Imatge 5: Logotip del producte



Font: Chatgpt

Taula 2: Resum del videopòdcast

Títol	Revolució 6,75
Durada	25 minuts
Periodicitat	12 capítols per temporada
Idioma	Català
Llenguatge	Proper i accessible
Pla de distribució	Spotify, YouTube i IVoox

Font: Elaboració pròpia

3.9. Producció tècnica

L'enregistrament del videopòdcast es realitzarà seguint un pla tècnic que asseguri la qualitat audiovisual i la fluïdesa en el desenvolupament dels episodis. A continuació, es descriuen els recursos humans i materials necessaris per dur a terme la producció.

Recursos humans

- **Presentador/veu principal:** Persona encarregada de conduir el programa, realitzar les entrevistes i mantenir el fil narratiu. Aquesta figura també s'encarregarà de la preparació prèvia del contingut i del guió.
- **Realitzador/Tècnic:** Persona que controla la imatge i el pla visual. També és el responsable de la captació i control de l'àudio per assegurar una qualitat òptima.
- **Editor de vídeo:** Persona responsable de la postproducció, que inclou el muntatge, l'ajust de so, la incorporació de gràfics i títols i la retoc final del material gravat.
- **Col·laboradors/es i entrevistats/es:** Jugadores, entrenadores o experts/es que aportaran contingut i perspectives en cadascun dels episodis.

Recursos materials

- **Càmeres de vídeo:** Dues càmeres digital d'alta definició per gravar imatges amb qualitat professional des de diferents angles i plans.
- **Micròfons de qualitat:** Es disposarà de micròfons condensadors per a la presentadora i els entrevistats.
- **Il·luminació:** Es disposarà d'un sistema d'il·luminació suau i regulable per garantir una il·luminació uniforme i evitar ombres dures durant la gravació.
- **Equip informàtic i programari:** Per al muntatge i l'edició es farà servir un ordinador amb programari de postproducció com Adobe Premiere.
- **Espai de gravació:** Es gravarà als estudis de Ràdio Olesa, els quals disposen de bona acústica.

3.10. La primera temporada

Com s'ha explicat amb anterioritat, durant la temporada es gravaran 12 capítols del videopòdcast. A continuació, s'explicarà de què tractarà el contingut de cada capítol.

Taula 3: Contingut de la primera temporada

Episodi 1	El rol de la dona en l'arbitratge
Episodi 2	La dona en llocs de poder
Episodi 3	El dia a dia d'una professional
Episodi 4	La manca de cobertura mediàtica
Episodi 5	Condicions laborals
Episodi 6	Joves promeses i el camí cap a l'elit
Episodi 7	Iniciatives amb perspectiva de gènere
Episodi 8	La influència de la família
Episodi 9	El cos de l'esportista: Lesions, alimentació, etc
Episodi 10	Bàsquet Inclusiu
Episodi 11	Sortides fora d'Espanya: Bàsquet universitari americà
Episodi 12	Referents del bàsquet femení

Font: Elaboració pròpia

3.10.1. Temàtica dels dos primers capítols

Cada episodi s'articula al voltant d'una temàtica específica que afecta directament les dones dins del món del bàsquet, posant èmfasi tant en les experiències personals com en els debats estructurals. Aquesta aproximació permet construir un relat plural i amb profunditat, capaç d'interpel·lar tant professionals del sector com oients interessats en les qüestions de gènere i esport.

El primer capítol està dedicat a **l'arbitratge femení en el bàsquet**, un àmbit sovint amb poca visibilitat i marcat per la poca presència de dones en categories altes. En aquest episodi es dona veu a àrbitres que han viscut en primera persona els reptes i estereotips associats a aquesta professió, així com les barreres d'accés a posicions de prestigi i reconeixement. A través de testimonis i anàlisi, es reflexiona sobre el paper clau de l'arbitratge en la igualtat d'oportunitats dins de l'esport i sobre com l'experiència femenina pot contribuir a transformar-lo.

El segon episodi aborda la temàtica del **lideratge femení en el bàsquet**, centrant-se en dones que ocupen càrrecs directius dins de clubs, federacions o institucions esportives. L'objectiu és analitzar com les dones accedeixen i exerceixen el poder en entorns històricament masculinitzats, així com els obstacles sistèmics que encara persisteixen. Aquest capítol pretén obrir un espai de reflexió crítica sobre el valor de la presència femenina en la presa de decisions i el seu impacte en la transformació del model esportiu actual.

3.10.1.1. Justificació dels convidats

Episodi 1: El rol de la dona en l'arbitratge

Pel primer capítol s'ha decidit convidar tres figures rellevants dins l'àmbit de l'arbitratge de bàsquet: Pilar Landeira, Yasmina Alcaraz i Xènia Esteve. La seva trajectòria, pionera i compromesa amb la igualtat de gènere en l'esport, les fa especialment adequades per abordar la temàtica del pòdcast.

Pilar Landeira

Pilar Landeira va ser la primera dona a arbitrar un partit de la Lliga ACB l'any 1992, un fet històric que va obrir camí per a moltes altres dones (As.com, 2022). Durant la seva carrera ha dirigit gairebé 200 partits a la màxima categoria del bàsquet espanyol i ha participat en esdeveniments internacionals com els Jocs Olímpics de Sydney. Ha rebut la Real Orden del Mérito Deportivo, distinció que reconeix la seva trajectòria.

Landeira ha denunciat repetidament el tracte sexista i, en ocasions, racista que reben les àrbitres, afirmant que "la majoria de les vegades els insults són sexistes" (Sport Jot Down, 2023). Actualment, forma part de la Junta Directiva de la Federació Catalana de Bàsquet, des d'on continua treballant per la inclusió i la igualtat dins del món arbitral.

Yasmina Alcaraz

Yasmina Alcaraz, nascuda l'any 1989, és una àrbitra catalana que representa la nova generació d'àrbitres amb una visió feminista i transformadora. Va començar a arbitrar amb només 14 anys i el 2019 es va incorporar a la Lliga ACB, convertint-se en una de les poques dones en aquest àmbit (UFEC, 2022).

Ha dirigit partits internacionals per a la FIBA, incloent-hi la Copa del Món U17 i el Mundial Femení a Austràlia el 2022 (Federación Española de Baloncesto [FEB], 2022). A més, ha marcat un precedent en ser la primera àrbitra de l'ACB en demanar una baixa per maternitat (3Cat, 2022). Aquest fet ha estat rellevant per visibilitzar els drets de les dones dins l'esport d'elit, sovint amagats.

També ha participat en campanyes de sensibilització com #DemanaCanvi, per reivindicar la igualtat i el respecte a l'esport femení (Sport, 2022).

Xènia Esteve

Xènia Esteve és una destacada àrbitra del bàsquet català. Va iniciar la seva trajectòria esportiva com a jugadora i entrenadora en categories de formació, però ben aviat es va decantar per l'arbitratge. Amb els anys, ha anat ascendint fins a dirigir partits a la Tercera FEB (antiga Lliga EBA) i a la Lliga Femenina 2, consolidant-se com una de les poques dones que ha arribat als nivells més alts del bàsquet estatal (Federació Catalana de Basquetbol, 2024)

A més de la seva tasca com a àrbitra, Esteve treballa a l'àrea de màrqueting de l'EuroLeague Basketball i és membre de la Comissió Delegada de la Federació Espanyola de Bàsquet (FEB) i de la Comissió del Bàsquet Femení de la Federació Catalana de Basquetbol (FCBQ), la qual cosa demostra el seu compromís amb el desenvolupament i la promoció del bàsquet femení (Federació Catalana de Basquetbol, 2024)

La seva experiència en diversos àmbits del bàsquet, tant dins com fora de la pista, aporta una perspectiva integral sobre els reptes i les oportunitats per a les dones en l'arbitratge i en la gestió esportiva.

Episodi 2: La dona en llocs de poder

Aquest episodi del videopòdcast se centra en la presència i el lideratge de les dones en posicions directives dins del bàsquet català. Per aprofundir en aquesta temàtica, comptem amb tres figures clau que han destacat per la seva trajectòria i compromís amb l'esport femení: Eulàlia Vila, Gemma Vilaseca i Sònia Pascual.

Eulàlia Vila

Eulàlia Vila és una exjugadora de bàsquet catalana que va iniciar la seva carrera al Club Bàsquet Olesa. Va debutar a la Primera Divisió amb el Club Bàsquet Betània-Patmos i posteriorment va jugar al Club Bàsquet l'Hospitalet entre 1984 i 1986. Actualment, Eulàlia Vila és directiva de la FCBQ i responsable de programes com el "BQ Llengua", que tenen com a objectiu promoure la comunicació inclusiva i la igualtat de gènere en l'esport (Federació Catalana de Basquetbol, 2023).

La seva experiència com a jugadora i directiva la converteixen en una veu autoritzada per parlar sobre els reptes i oportunitats que afronten les dones en llocs de lideratge dins del bàsquet. La seva participació aportarà una perspectiva valuosa sobre com es poden implementar polítiques inclusives i fomentar la diversitat en les estructures directives esportives.

Gemma Vilaseca

Gemma Vilaseca és directiva de la FCBQ i presidenta de la Comissió de Bàsquet Femení. També és directora de l'escola Oms i de Prat, on ha impulsat programes per facilitar la conciliació entre l'excel·lència esportiva i acadèmica dels joves esportistes (Fundació Catalunya La Pedrera, 2022). Ha estat una figura clau en la promoció del bàsquet femení a Catalunya, liderant iniciatives com el Programa de Mentoria per a Entrenadores i Àrbitres, que busca augmentar la participació i visibilització de les dones en aquests rols (Federació Catalana de Basquetbol, 2023).

La seva doble experiència en l'àmbit educatiu i esportiu li permet oferir una visió integral sobre com fomentar el lideratge femení des de les bases fins a les estructures directives. La seva participació enriqueix la discussió sobre les estratègies per empoderar les dones en l'esport.

Sònia Pascual

Sònia Pascual és una figura emblemàtica del Vilabàsquet Viladecans, on ha jugat més de 300 partits a la Lliga Femenina 2 i actualment n'és la presidenta (Federació Catalana de Basquetbol, 2024).

La seva doble funció com a jugadora i presidenta li permet parlar amb autoritat sobre la gestió esportiva i el lideratge femení. La seva participació aportarà una visió realista i inspiradora sobre com les dones poden ocupar i excel·lir en rols de poder dins de l'esport.

3.10.1.2. Escaleta dels dos primers episodis

Capítol 1:

Temps	Secció	Contingut	Música
00:00 - 00:10		Careta	

00:10 - 1:00	Intro	"Benvingudes i benvinguts a Revolució 6.75, el pòdcast que fa un pas endavant per visibilitzar, donar veu i reconèixer el valor del bàsquet femení en totes les seves dimensions." Avui obrim una nova pista de reflexió i debat sobre un àmbit sovint silenciats però fonamental: el paper de la dona en l'arbitratge de bàsquet. Encara són poques les dones que ocupen aquesta posició, i sovint han de saltar molts més obstacles i dificultats que altres. Avui volem escoltar-les, entendre-les i sobretot, posar el focus en allò que cal canviar perquè l'arbitratge sigui realment un espai d'igualtat." Per això ens acompanyen tres veus potents i imprescindibles: Yasmina Alcaraz, Xènia Esteve i Pilar Landeira. Totes tres àrbitres amb trajectòries notables, històries de superació i una mirada crítica i constructiva sobre el futur del nostre esport." Comencem!	Música de Fons suau
-----------------	-------	---	------------------------

1:00 - 1:10		Música	Pujar la música i fade out quan comeni la presentació
1:10 - 3.00	Presentació convidades	Com hem dit, avui ens acompanyen tres professionals amb una experiència contrastada dins i fora les pistes com a referents del col·lectiu arbitral femení. Yasmina Alcaraz és àrbitra amb una llarga trajectòria en competicions nacionals i internacionals i àrbitra actualment de la lliga ACB. Ha estat pionera en molts aspectes i combina la seva tasca a la pista amb accions formatives per a noves generacions d'àrbitres. Hola, Yasmina, què tal? • Resposta breu També tenim amb nosaltres la Xènia Esteve, que és una de les veus més actives en la defensa de la igualtat dins del món de l'arbitratge. A més de xiular partits d'alt nivell, ha col·laborat amb diverses iniciatives per fomentar la presència femenina	

		en l'esport. Gràcies per ser amb nosaltres Xènia. • Resposta breu I també és aquí la Pilar Landeira, la primera dona que va xiular la màxima divisió nacional d'Espanya i membre actual de la junta directiva de la Federació Catalana. Amb anys d'experiència en categories estatals, és reconeguda pel seu criteri tècnic. Hola, Pilar, gràcies per ser aquí també. • Resposta breu	
3:00 - 20:00	Taula rodona amb preguntes compartides Participació lliure i fluida de les convidades.	Com definiríeu la situació actual de la dona en l'arbitratge de bàsquet? Les institucions estan fent prou per fomentar la igualtat? Tot i els obstacles que us heu trobat en aquesta feina, què us ha motivat a seguir en aquest món? Quins han estat els principals reptes en la vostra trajectòria?	Música de fons molt suau o ambient segons intensitat del moment. Transicions suaus entre preguntes.

		Sentiu que, com a dones, heu hagut de demostrar el doble per ser reconegudes com a bones àrbitres? Quin canvi us agradaria veure en el món de l'arbitratge en els pròxims 5 anys?	
20:00 - 24:00	Reflexió final + consell per a futures generacions. Cada convidada fa una intervenció breu (1 min aprox).	I després d'aquesta tertúlia tan interessant amb 3 persones amb tanta experiència i que conèixend e primera mà, ens agradaria que fessiu, Xènia, Pilar i Yasmina, una petita intervenció d'un minut aproximadament en la qual donessiu un consell per les futures generacions. Comencem per tu Pilar, endavant. Molt bé, Pilar. Yasmina quan vulguis. Gràcies Pilar. Per tancar tu Xènia. Endavant.	
24:00 - 25:00	Tancament	Agraïments, resum final, comiat i recordatori per seguir el pòdcast.	Música de sortida + efecte

			de tancament (fade out).
--	--	--	--------------------------

Capítol 2:

Temps	Secció	Contingut	Música
00:00 - 00:10		Careta	
00:10 - 1:00	Intro	"Benvingudes i benvinguts a Revolució 6.75, el pòdcast que fa un pas endavant per visibilitzar, donar veu i reconèixer el valor del bàsquet femení en totes les seves dimensions." Avui obrim una nova pista de reflexió i debat sobre un àmbit sovint silenciats però fonamental: la presència de la dona en posicions de poder. Encara són poques les dones que ocupen aquestes posicions, i sovint sempre han de justificar la seva presència. Avui volem escoltar-les, entendre-les i sobretot, posar el focus en allò que cal canviar perquè el rol femení en un lloc de poder sigui un fet habitual i no destacable	Música de Fons suau

		Per això ens acompanyen tres veus potents i imprescindible: Eulàlia Vila, Gemma Vilaseca i Sònia Pascual. Totes tres amb llargues trajectòries i una mirada crítica i constructiva sobre el futur del nostre esport." Comencem!	
1:00 - 1:10		Música	Pujar la música i fade out quan comeni la presentació
1:10 - 3.00	Presentació convidades	Com hem dit, avui ens acompanyen tres persones amb una experiència contrastada dins i fora les pistes com a referents del bàsquet català. Eulàlia Vila és és directiva de la FCBQ i exjugadora professional de bàsquet. La seva experiència la converteix en una veu autoritzada per parlar sobre els reptes i oportunitats que afronten les dones en llocs de lideratge dins del bàsquet. Hola, Eulàlia, què tal? • Resposta breu	

		També tenim amb nosaltres la Gemma Vilaseca, que és una de les veus més actives en la defensa de la igualtat dins de la federació catalana. És la presidenta de la Comissió de Bàsquet Femení i lidera iniciatives com el Programa de Mentoria per a Entrenadores i Àrbitres, que busca augmentar la participació i visibilització de les dones en aquests rols. Gràcies per ser amb nosaltres Gemma. • Resposta breu I també és amb nosaltres la Sònia Pascual, figura emblemàtica del Vilabàsquet Viladecans, on ha jugat més de 300 partits a la Lliga Femenina 2 i actualment n'és la presidenta. Hola, Sònia, gràcies per ser aquí també. • Resposta breu	
3:00 - 20:00	Taula rodona amb preguntes compartides Participació lliure i fluida de les convidades.	Heu tingut referents femenins en el vostre camí cap a la direcció? Com us han influït? Creieu que les dones lideren de manera diferent que els homes? Si és així, en què es nota més aquesta diferència?	Música de fons molt suau.

		Heu experimentat situacions de biaix de gènere o micromasclismes dins la vostra junta o entorn professional? Penseu que les dones han de modificar el seu comportament per ser preses seriosament en espais de poder? Com podem empoderar altres dones perquè assumeixin rols de lideratge, especialment les més joves o de contextos més desafavorits? Sentiu que, com a dones, heu hagut de demostrar el doble per ser reconegudes?	
20:00 - 24:00	Reflexió final + consell per a futures generacions.	"Després d'aquesta tertúila tan interessant amb tres persones que en sabeu tant i ho heu viscut de primera mà, seria interessant, i com ja vam fer en el primer capítol i ho farem en tots, que Eulàlia, Gemma i Sònia, féssiu un petit	

	Cada convidada fa una intervenció breu (1 min aprox).	“speech” d’minut més o menys per donar un consell a les noves generacions. Eulàlia, si et sembla, comencem per tu. Endavant! • “Speech” Eulàlia Molt bé, Eulàlia. Gemma quan vulguis. • “Speech” Gemma Gràcies Gemma. Per tancar tu Sònia. Endavant. • “Speech” Sònia	
24:00 - 25:00	Tancament	Agraïments, resum final, comiat i recordatori per seguir el pòdcast.	Música de sortida + efecte de tancament (fade out).

4. Conclusions

Aquest Treball de Final de Grau ha evidenciat la manca de visibilitat i reconeixement que encara pateix el bàsquet femení en comparació amb el masculí, malgrat els importants avenços assolits i la feina que s'està duent a terme en matèria d'igualtat de gènere en els darrers anys.

La investigació realitzada, així com el desenvolupament del projecte del videopòdcast "Revolució 6,75", ha permès constatar que existeix un gran potencial humà, esportiu i comunicatiu dins l'àmbit i entorn del bàsquet femení, però que aquest continua sent poc representat tant en els mitjans com en l'imaginari col·lectiu.

A través de l'enquesta realitzada s'ha pogut identificar una percepció social encara molt masculinitzada del bàsquet d'alt nivell, així com una manca d'interès i seguiment generalitzat cap al bàsquet femení. No obstant això, també s'ha detectat una voluntat creixent per part de la societat de veure canvis estructurals que afavoreixin la igualtat en l'esport.

En aquest context, el videopòdcast s'ha revelat com una eina comunicativa adequada per aconseguir els objectius del projecte: oferir un espai de veu a les protagonistes del bàsquet femení, sensibilitzar sobre la desigualtat existent i contribuir a generar nous referents per a les futures generacions. El format audiovisual i la seva distribució a través de plataformes digitals accessibles afavoreixen la connexió amb el públic jove i potencien la divulgació d'aquestes realitats.

Per concloure, considero que aquest treball posa de manifest que cal seguir treballant per donar visibilitat al bàsquet femení, no només com una qüestió esportiva sinó com una aposta per la transformació social i la igualtat de gènere. "Revolució 6,75" és una iniciativa que vol contribuir a aquest canvi, construint una comunitat crítica, implicada i compromesa amb un esport més just i inclusiu.

5. Fonts d'informació

3Cat. (2022). Yasmina Alcaraz, primer permís per maternitat d'una àrbitra de l'ACB*. <https://www.3cat.cat/esport3/yasmina-alcaraz-primer-permis-per-maternitat-duna-arbitra-de-lacb/noticia/3211195/>

Aldana, J. G. (2024, 19 de juny). El poder de los podcasts nicho: Cómo destacar en un mercado saturado. Josegregorioaldana.com.
<https://josegregorioaldana.com/el-poder-de-los-podcasts-nicho-como-destacar-en-un-mercado-saturado/>)

As.com. (2022, 28 de març). Landeira: "Siento emoción cuando veo mujeres arbitrando."
https://as.com/baloncesto/mas_baloncesto/landeira-siento-emocion-cuando-veo-mujeres-arbitrando-n/

Basket Fem. (2015, 14 de març). Historia del baloncesto femenino (Desde 1890 a 1900).

Basketmaníaco. (2022, juny). ¿Cuánto cobra una jugadora profesional de baloncesto?.
<https://basketmaniacoblogspot.com/2022/06/cuanto-cobra-una-jugadora-profesional.html>)

Berry, R. (2015). *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Storytelling*. Palgrave Macmillan.

BOE. (2021, 3 de març). *Resolución de 3 de marzo de 2021, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el IV Convenio colectivo de baloncesto profesional ACB*.

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-4226)

BOE. (2024, 26 d'abril). *Resolución de 26 de abril de 2024, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo para las jugadoras de baloncesto que prestan sus servicios en clubes de la liga femenina de baloncesto*.

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2024-9300

Bonini, T. (2019). *El podcasting com a nou mitjà de comunicació de masses digital*. *Quaderns del CAC, 41*, 73–81.

Bryant, H. (2015). *Senda Berenson: The unlikely founder of women's basketball*. University of Massachusetts Press.

Burton Nelson, M. (1991). *Are we winning yet? How women are changing sports*. University of Illinois Press.

Cebrián Herreros, M. (2008). *La radio en la convergencia multimedia (Capítulo 9: El podcasting: la radio a la carta)*. Editorial Gedisa.

El Estoque. (2025, 31 de gener). *Women's sports continue to receive less media coverage than men's sports*.

<https://elestoque.org/2025/01/31/sports/womens-sports-continue-to-receive-less-media-coverage-than-mens-sports/>

Eurohoops. (2025, mayo 26). *The EuroCup and Basketball Champions League economics*.

<https://www.eurohoops.net/en/eurocup/687256/the-eurocup-and-basketball-champions-league-economics/>

Federación Española de Baloncesto (FEB). (s.f.). *Historia*. (<https://www.feb.es>)

Federación Española de Baloncesto (FEB). (2022, 30 de març). Yasmina Alcaraz arbitrarà la Copa del Mundo U17 2022. <https://www.feb.es/2022/3/30/baloncesto/yasmina-alcaraz-arbitrara-copa-del-mundo-u17-2022/89699.aspx>

Federación Española de Baloncesto (FEB). (2024, 27 de març). *Una Copa con más de 660.000 de audiencia, casi 10.500 aficionados y 7,6 millones de impresiones en redes sociales

<https://www.feb.es/2024/3/27/baloncesto/una-copa-con-mas-660000-audiencia-casi-10500-aficionados-millones-impresiones-redes-sociales/97446.aspx>

Federació Catalana de Basquetbol. (2023). *Programa de Mentoria per a Entrenadores i Àrbitres*.

(<https://www.basquetcatala.cat/noticies/10904>)

Federació Catalana de Basquetbol. (2024). *Sònia Pascual, més de 300 partits i lideratge al Vilabàsquet*.

(<https://www.basquetcatala.cat/noticies/11251>)

Federació Catalana de Basquetbol. (2024, 14 de novembre). *Qui és Xènia Esteve Castañer?.

(<https://www.basquetcatala.cat/noticies/10978>)

FIBA. (s.f.-a). *History*. FIBA.basketball.

(<https://www.fiba.basketball/es>)

FIBA. (s.f.-b). *Key Dates in Basketball History*. FIBA.basketball.

FIBA. (s.f.-c). *Women in Basketball*. FIBA.basketball.

Fundació Catalunya La Pedrera. (2022). *L'escola Oms i de Prat, pionera en l'acompanyament educatiu a esportistes d'alt rendiment*.

(<https://www.fundaciocatalunya-lapedrera.com/es/noticias/escuela-oms-prat-pionera-acompanamiento-educativo-deportistas-alto-rendimiento>)

Gallego Pérez, J. I. (2010, gener). *Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del podcasting como nueva forma de distribución de contenidos en la empresa radiofónica* \[Ponència]. Congreso Internacional AE-IC Málaga 2010.

(<https://ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/147.pdf>)

Grundy, P. (2006). *Shattering the glass: The remarkable history of women's basketball*. The New Press.

Hargreaves, J. (1994). *Sporting females: Critical issues in the history and sociology of women's sports*. Routledge.

Historias de Basket USA. (2010, juliol). *Senda Berenson, la pionera del Smith College*.

Hult, J. S. (2016). *A century of women's basketball: From frailty to final four*. University of Iowa Press.

IAB Spain. (2023). *Estudio de audio digital 2023*. Elogia & IAB Spain. (<https://iabspain.es/estudio/estudio-de-audio-digital-2023/>)

Indianapolis Business Journal. (2025, mayo 26). *As WNBA popularity climbs, player salaries remain hurdle for league to address*.

(<https://www.ibj.com/articles/as-wnba-popularity-climbs-player-salaries-remain-hurdle-for-league-to-address>)

Indianapolis Business Journal. (2025, mayo 26). *Player salaries still an issue as WNBA prepares for Monday's draft (<https://www.ibj.com/articles/player-salaries-still-an-issue-as-wnba-prepares-for-mondays-draft>)

Kaneland Krier. (2025, mayo 26). *Women's sports are lacking the attention levels they deserve*. (<https://kanelandkrier.com/opinion/womens-sports-are-lacking-the-attention-levels-they-deserve/>)

Laboratorio de Periodismo. (2020, 1 de juny). *El videopodcast empieza a ganar terreno entre las preferencias de los usuarios*.

(<https://laboratoriodeperiodismo.org/el-videopodcast-empieza-a-ganar-terreno-entre-las-preferencias-de-los-usuarios/>)

La República. (2025, mayo 26). *Elles també s'hi juguen molt*. (<https://www.lrp.cat/reportatges/article/1622591-elles-tambe-s-hi-juguen-molt.html>)

Lenskyj, H. J. (1991). *Out of bounds: Women, sport, and sexuality*. Women's Press.

Logos-World.net. (2025). *WNBA Logo*.

Mundo Deportivo. (2019, 27 de setembre). *La ACB reina en las audiencias de TV y en las redes sociales*.

<https://www.mundodeportivo.com/baloncesto/acb/20190927/47664792019/acb-reina-audiencia-tv-television-redes-sociales-liga-endesa.html>)

Ramallo, M. (2025, 8 de gener). *El auge del podcasting en 2025*. Tilde Comunicación. (<https://tildecomunicacion.com/el-auge-del-podcasting-en-2025/>)

Román-San-Miguel, A., & Cartes-Barroso, M. J. (2022). *El vodcasting en España. ‘Confinados’ de Eurosport, el camino inverso*. *Revista de Comunicación de la SEECI, (55)*, 57–74.

(<https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e765>)

Sport. (2022). *Yasmina Alcaraz, l'àrbitra catalana que fa història al Mundial 2022*. (<https://www.sport.es/es/noticias/esport-catala/yasmina-alcaraz-arbitra-catalana-mundial-77230440>)

Sport Jot Down. (2023, 24 de febrer). *Pilar Landeira, primera àrbitra de la ACB: “La mayoría de las veces los insultos son sexistas”*.

(<https://sport.jotdown.es/2023/02/24/pilar-landeira-primera-arbitra-de-la-acb-la-mayoria-de-las-veces-los-insultos-son-sexistas-si-los-arbitros-son-de-otros-origenes-racistas/>)

Sports Planning Guide. (2025, mayo 26). *Comparing the WNBA and NBA: Differences in style and strategy*. (<https://sportsplanningguide.com/comparing-the-wnba-and-nba-differences-in-style-and-strategy/>)

Twin, S. L. (1979). *Out of the bleachers: Writings on women and sport*. Feminist Press.

UFEC. (2022). *Yasmina Alcaraz, àrbitra catalana al Mundial 2022 de bàsquetbol*. (https://www.ufec.cat/ca/yasmina-alcaraz-arbitra-catalana-mundial-2022-basquetbol_n2464.html)

Universitat de Vic. (2025, mayo 26). *Treball de recerca: El bàsquet femení*. (https://premisrecerca.uvic.cat/sites/default/files/webform/webform_1/3100/TREBALL%20DE%20RECERCA%20EL%20B%3%80SQUET%20FEMEN%3%80D%20%281%29_0.pdf)

UOC, Universitat Oberta de Catalunya. (2024). *Per què tothom té un pòdcast: auge de la producció i el format*. UOC News.

(<https://www.uoc.edu/ca/news/2024/perque-tothom-te-un-podcast-auge-produccio-format>)

Viquipèdia. (2023). *Maria Eulàlia Vila i Sunyer*.

(https://ca.wikipedia.org/wiki/Maria_Eul%C3%A0lia_Vila_i_Sunyer)

Viquipèdia. (2025, mayo 26). *Bàsquet a Espanya*.

(https://ca.wikipedia.org/wiki/B%C3%A0squet_a_Espanya)

Viquipèdia. (2025, mayo 26). *Lliga espanyola de bàsquet femenina*.

(https://ca.wikipedia.org/wiki/Lliga_espanyola_de_b%C3%A0squet_femenina)

Wikipedia. (2025, mayo 26). *NBA collective bargaining agreement*.

(https://en.wikipedia.org/wiki/NBA_collective_bargaining_agreement)

WNBA.com. (s.f.). *About the WNBA*. (<https://www.wnba.com>)

6. Annexos

6.1. Annex 1: Respostes enquesta

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/14PKN0tRXPag1uJNdmlQL3053ukLwuBoDC7kSYxcMb8/edit?usp=sharing>

6.2. Annex 2: Taula d'imatges

Taula d'imatges

Imatge 1	Divisió en 3 parts de la pista
Imatge 2	Evolució del logotip de la WNBA
Imatge 3	Llicències bàsquet femení per temporada
Imatge 4	Llicència segons funció
Imatge 5	Logotip del producte

6.3. Annex 3: Taula de gràfics

Taula de gràfics

Gràfic 1	Freqüència de notícies i partits de bàsquet femení
Gràfic 2	Gènere partit d'alt nivell
Gràfic 3	Nivell de suport
Gràfic 4	Impacte en la visibilitat

6.4. Annex 4: Taula de taules

Taula de taules

Taula 1	Adjectius bàsquet femení
Taula 2	Resum del videopòdcast
Taula 3	Contingut de la primera temporada

