

ANUARI DEL PÒDCAST EN CATALÀ

2025

Un projecte de:



Data
Coordinació
Disseny gràfic i maquetació

Setembre de 2026
Jofre Llombart, Magda Gregori i Joan Camp
Laia Enèriz



Associació Espai Sonor Català
C/ Roc Boronat, 67
08005 Barcelona

www.espaisonor.cat
info@espaisonor.cat

*Entitat inscrita al Registre
d'Associacions de la Generalitat,
amb número 74030/2023*

Amb la col·laboració de:



Generalitat de Catalunya
**Departament
de Política Lingüística**



Àudio.cat és un projecte de
Tirabol Produccions SL
C/ Alí Bei, 25 4-1
08010 Barcelona

www.audio.cat
info@audio.cat

Presentació

Espai Sonor Català es va crear l'any 2023 amb la voluntat d'unificar el sector de l'àudio en català, definir una estructura on s'identifiquen tots els agents implicats (creadors, empreses, plataformes, producció i administracions) i, de manera articulada, situar-se com l'actor referencial de tota la indústria de l'àudio en català. Des de llavors s'han dut a terme diferents accions perquè es visualitzi aquest rol de referència en el sector. És per això que, entre altres esdeveniments, s'han consolidat les jornades dedicades a l'Espai Sonor Català i que s'han erigit com un punt de trobada dels professionals implicats en el sector.

Des del 2023, un dels objectius d'Espai Sonor Català era poder elaborar una radiografia del sector que retratés, amb la màxima fidelitat i rigor, la realitat dels pòdcasts fets en català. Donat el dinamisme del sector, ja es va concebre que aquesta radiografia es pogués anar renovant de manera periòdic en forma d'anuari.

Aquest que teniu entre mans, és el fruit de tot aquest treball. És el primer Anuari del Pòdcast en català i que es publica el 30 de setembre, dia mundial del pòdcast. Per poder elaborar aquest primer anuari ha resultat essencial l'acord assolit amb el portal Àudio.cat, que també des

de l'any 2023 treballa per aglutinar tota la creació de pòdcast en llengua catalana. Amb les dades generades per aquest arxiu, s'han pogut extreure, de manera molt precisa, les dades globals que ajuden a explicar la realitat del pòdcast.

Però per no basar l'anuari en la fredor de les xifres, l'estudi es completa amb la veu dels principals actors del sector del pòdcast en català i que són representatius dels diferents agents involucrats en la producció del pòdcast. A partir de les seves reflexions se n'han extret, doncs, una sèrie de conclusions amb aquelles principals coincidències i també s'han apuntat els diferents reptes que afronta el pòdcast en català. Us convidem doncs a endinsar-vos en aquest primer anuari, que neix amb la voluntat de convertir-lo en un projecte que permeti -cada any- veure on som, saber d'on venim, quins són els reptes, les oportunitats i les tendències d'un sector, el del pòdcast, que s'ha convertit en un actor imprescindible del mapa audiovisual català i en una nova plataforma de normalització de la llengua.

Metodologia

El resultat de les dades d'aquest anuari són fruit del treball del portal Àudio.cat. En el moment de preparar aquest anuari hi havia indexats 1.195 pòdcasts, dels quals 835 (un 70% del total) s'han pogut indexar tots els seus episodis, que han sumat un total de 50.942 episodis indexats. Les dades s'han generat a partir d'aquests pòdcasts i aquests capítols.

Conclusions

01

Més de 44.000 hores de pòdcast en català

Actualment hi ha 835 pòdcasts actius que s'han anat publicant des del 2016 fins a data d'avui (24 de setembre de 2026, dia de tancament de l'estudi). Aquests 835 pòdcasts sumen, en total 50.957 episodis, el què equival a 44.274 hores, 14 minuts i 22 segons de contingut. Això són més de 1.844 dies. Dit d'una altra manera: si el 30 de setembre del 2026, dia mundial del pòdcast, a les 00:00 de la nit un oient es posés a escoltar tota la producció de pòdcasts en català ja publicada de manera ininterrompuda, aquesta escolta acabaria el 18 d'octubre del 2031 a les 18:14 de la tarda.

02

El perfil de pòdcast fet en català

Seguint les dades de la darrera dècada, es pot establir que el pòdcast arquetipus fet en català és un pòdcast, de l'àmbit social o cultural, de 23 episodis per any publicat entre dimecres o dijous, d'una durada mitjana de 53 minuts i 35 segons i estrenat durant els mesos d'hivern a Spotify i a una segona plataforma.

03

Creixement espectacular en una dècada

El 2016 hi havia registrats 26 pòdcasts en català. 10 anys després, n'hi ha 422, és a dir, 16 vegades més. El cim d'aquesta dècada va ser el 2024 on es va tocar sostre amb 479 pòdcasts actius que sumaven 8.906 episodis amb una mitjana de 742 episodis al mes. Aquell 2024 també té el rècord de publicació d'episodis en un sol dia. El 26 de febrer del 2024 es van penjar, en total, 60 episodis de programes diferents.

04

El 'boom', durant la pandèmia

Dins d'aquesta dècada analitzada (2016-2025) l'ascens més important en la producció de pòdcasts en català va ser entre els anys 2019 i 2022, i particularment el 2020, any de la pandèmia. En aquell exercici, la publicació de pòdcasts en català es va duplicar, va passar dels 68 pòdcasts registrats el 2019 als 135 el 2020. I un any després, el 2021, se'n van publicar 282, el què va representar.

05

El 2025 marca un canvi de tendència a la baixa

Després de tocar sostre el 2024 amb 479 pòdcasts publicats i 8.906 episodis, el 2025 hi ha un descens en la producció i se n'elaboren 422, és a dir, un 12% menys respecte el 2024. Aquesta xifra és fins i tot inferior a la del 2023, any en què se'n van publicar 452. De manera proporcional, els episodis també registren una davallada. De 8.906 el 2024 es passa a 8.020 el 2025, un 10% menys. El nombre d'episodis del 2025, 8.020, també és lleugerament inferior a la del 2023, 8.071.

06

Malgrat la davallada del 2025, la producció continua molt per sobre de la del 2016

Malgrat la baixada del 2025, la diferència respecte de 2016 és enorme. El 2016 hi havia 26 pòdcasts actius i el 2025 n'hi havia 422 (+1.523%). Pel què fa als episodis actius es va passar de 968 a 8.020 i el ritme de producció era de 81 episodis mensuals a 668 (+725%). És a dir, el retrocés de 2025 parteix d'un nivell de producció molt superior al de la primera etapa.

07

La durada dels pòdcasts s'escurça

La durada dels pòdcasts en català ha experimentat diferents etapes al llarg de l'última dècada. Entre 2016 i 2018, els episodis es van anar allargant progressivament: la durada mitjana va passar dels 54 minuts i 28 segons del 2016 a 1 hora i 1 minut el 2018, el màxim de tota la sèrie.

A partir de llavors, però, la tendència es va invertir. Entre el 2018 i el 2021, la durada mitjana va baixar de manera continuada fins a situar-se en 48 minuts i 26 segons, el registre més baix del període.

Des del 2022, els episodis han tornat a guanyar minuts de manera gradual. La durada mitjana ha passat dels 48 minuts i 30 segons del 2022 als 51 minuts i 41 segons del 2025.

Les dades dibuixen, per tant, una evolució en tres temps: una primera etapa d'allargament dels episodis, un període d'escurçament i, finalment, una recuperació progressiva de la durada. Malgrat aquest repunt dels darrers anys, els pòdcasts actuals continuen sent, de mitjana, més curts que els de l'inici de la sèrie.

08

Cada programa publica menys episodis de mitjana

L'augment del nombre de pòdcasts en català ha anat acompanyat d'una reducció del nombre d'episodis que acumula, de mitjana, cada programa. El 2016, cada pòdcast actiu tenia 37 episodis de mitjana. Sis anys després, el 2022, aquesta xifra havia baixat fins als 17 episodis.

La caiguda coincideix amb l'expansió del sector, especialment a partir del 2020, quan el nombre de pòdcasts actius va començar a créixer amb força. L'arribada de nous projectes ha fet augmentar considerablement l'oferta, però també ha reduït el nombre mitjà d'episodis per programa.

Des del 2022, la tendència s'ha estabilitzat i fins i tot s'ha produït una lleugera recuperació: la mitjana ha passat de 17 episodis el 2022 a 19 el 2024 i el 2025.

En conjunt, les dades mostren un sector molt més ampli que fa una dècada, però també format, de mitjana, per programes amb menys episodis acumulats. Després del fort descens dels primers anys d'expansió, però, aquesta relació sembla haver entrat en una etapa d'estabilització.

09

Una lectura global basada en xifres

El pòdcast en català passa d'un ecosistema petit i format per pocs programes relativament prolífics (2016) a un ecosistema molt més gran, amb centenars de pòdcasts, molta més producció global i programes que, de mitjana, publiquen menys episodis. El 2024 és el punt màxim de la sèrie i el 2025 mostra una contracció significativa.

Hi ha, a més, una dada especialment interessant: el nombre de pòdcasts creix molt més ràpidament que la producció mitjana per programa. Això suggereix que bona part de l'augment del volum total prové de l'entrada de nous projectes, més que no pas d'un augment espectacular de la freqüència de publicació dels programes existents.

...

Índex

10

**Pòdcast en català.
Any 2025**

14

Dades per categories

21

Pòdcasts actius i
episodis inactius

12

Gràfica de capítols
de pòdcasts actius i
capítols per mesos

16

Dades per plataforma

22

Evolució dels capítols
per any

13

Pòdcasts per nombre
d'episodis

16

Dades per territori

24

**Com ho veu el
sector?**

13

Episodis per durada

18

**El pòdcast en català
durant la última
dècada**

26

Conclusions
entrevistes
a experts

13

Dades per dia de la
setmana

20

Evolució general per
any

28

Entrevista a Núria
de José Gomar

30

Entrevista a Magda Gregori

41

Entrevista a Marta Salicrú

33

Entrevista a Clara Narvió

44

Entrevista a Ferran Espada

36

Entrevista a Jordi Font

48

Entrevista a Arnau Ballester

38

Entrevista a Jordi Borda

50

Entrevista a David Poblador

40

Entrevista a Sonia Urbano

55

Entrevista a Miquel Curanta



Logic
Systems

Sound and Lighting, Inc.
9521 Watson Industrial Park / St. Louis, MO 63126

PRODUCT
MODEL NO.
SERIAL NO.

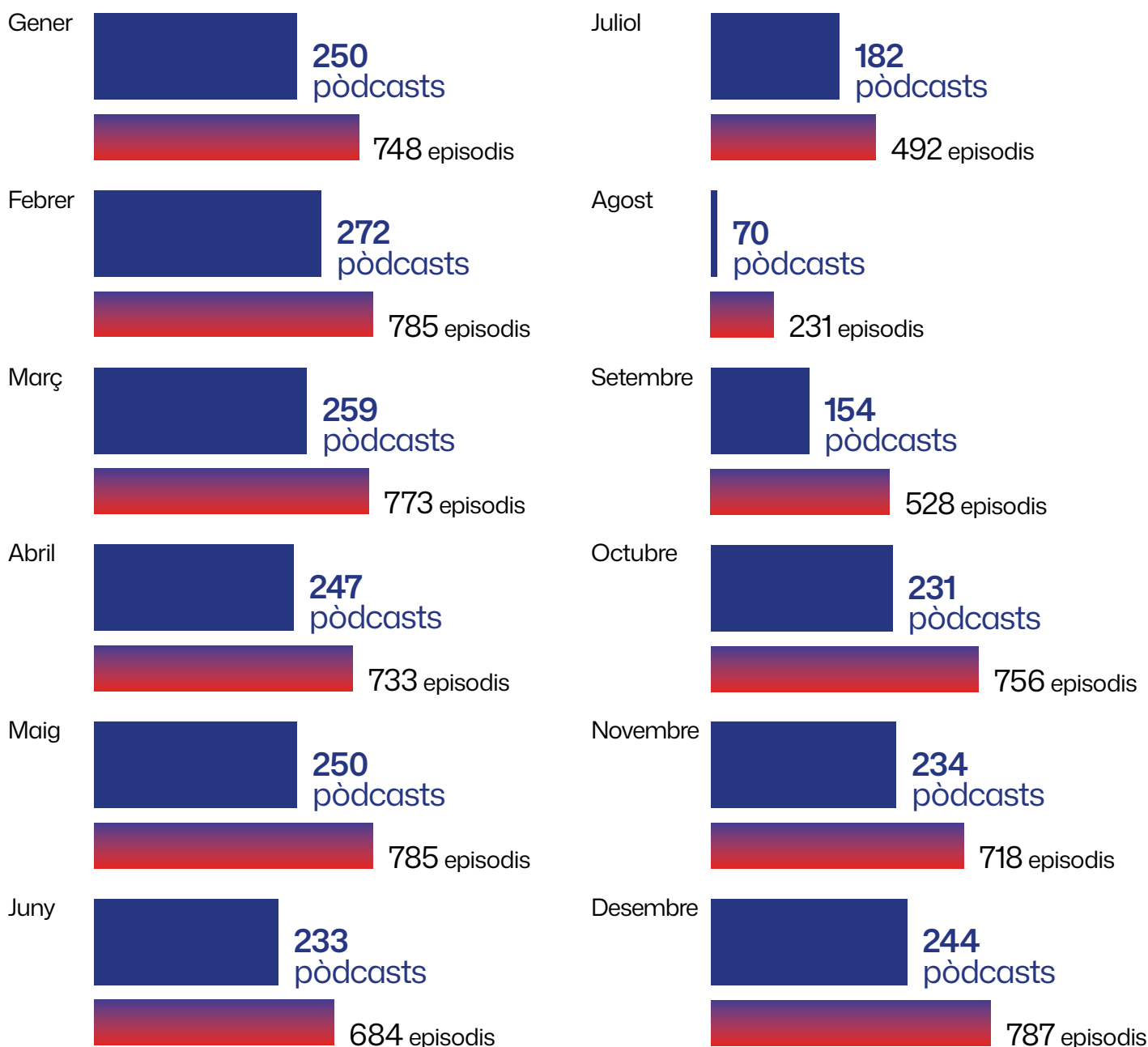
SHURE
MODEL SM7

PATENT PENDING



**Pòdcast
en català.
Any 2025**

Gràfica de capítols de pòdcasts actius i capítols per mesos

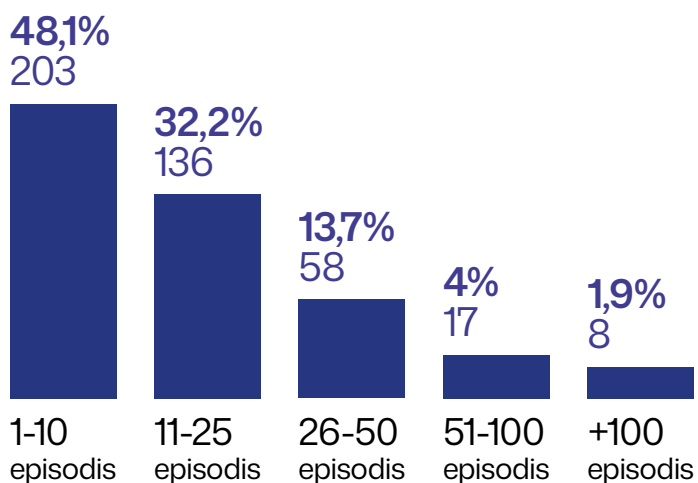


422
pòdcasts
actius

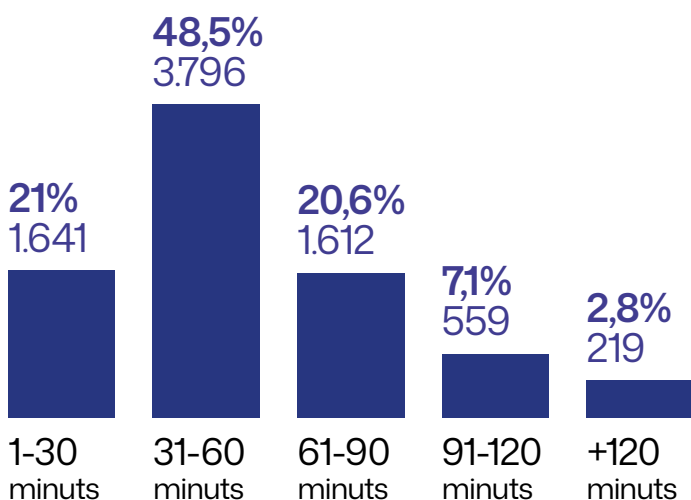
668
episodis de
mitjana per mes
8.020
episodis publicats

19
episodis de mitjana
per programa
51 min i 41 seg
de durada mitjana

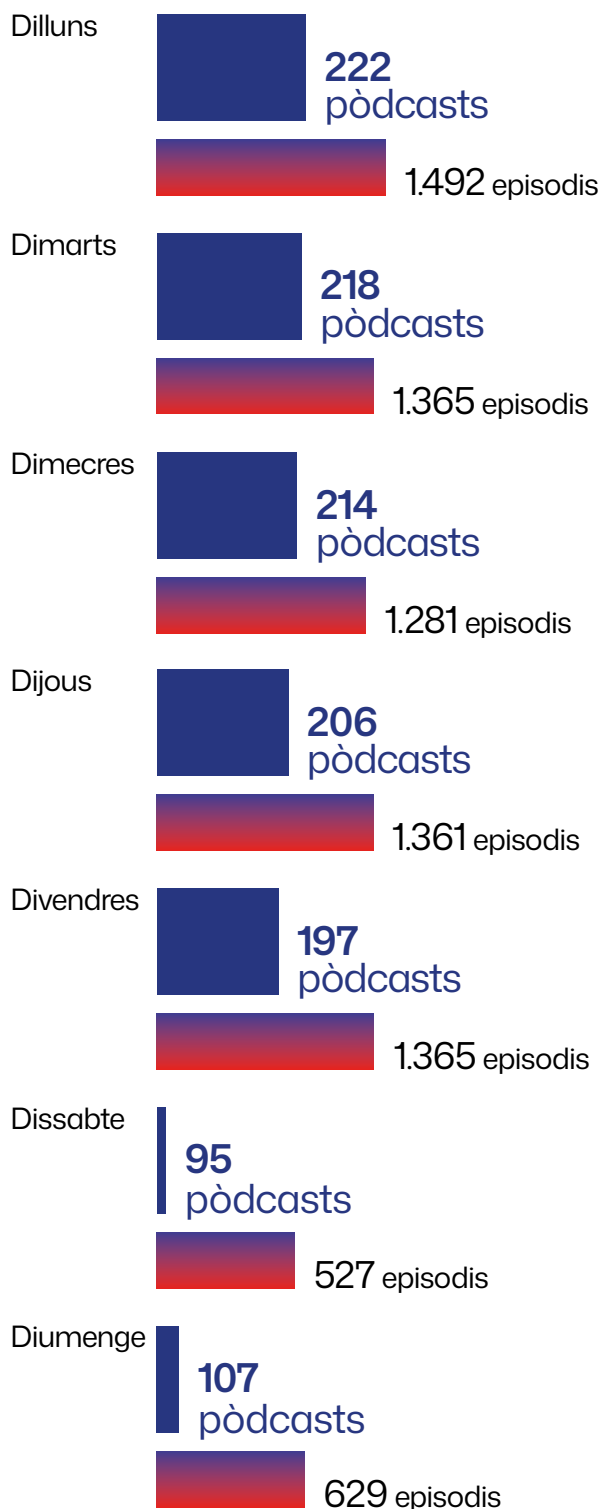
Pòdcasts per nombre d'episodis



Episodis per durada



Dades per dia de la setmana



Dades per categories*

**alguns pòdcasts poden estar en més d'una categoria*

Cultura

118
pòdcasts

Tecnologia

15
pòdcasts

Història

23
pòdcasts

LGBTIQ+

5
pòdcasts

Jocs de Taula

5
pòdcasts

Humor

44
pòdcasts

Música

40
pòdcasts

Ciència

17
pòdcasts

Política

23
pòdcasts

Crònica negra

6
pòdcasts

Societat

128
pòdcasts

Anime i manga

10
pòdcasts

Salut

22
pòdcasts

Educació

17
pòdcasts

Videojocs

12
pòdcasts

Literatura

35
pòdcasts

Sostenibilitat

12
pòdcasts

Infantil

12
pòdcasts

Cinema i Televisió

30
pòdcasts

Esport

27
pòdcasts

Ficció

12
pòdcasts

Cooperació

10
pòdcasts

1.877

episodis de
pòdcasts de
cultura

212

episodis de
pòdcasts de
tecnologia

328

episodis de
pòdcasts
d'història

81

episodis de
pòdcasts
LGBTIQ+

74

episodis de
pòdcasts de
jocs de taula

874

episodis de
pòdcasts
d'humor

1.432

episodis de
pòdcasts de
música

272

episodis de
pòdcasts de
ciència

483

episodis de
pòdcasts de
política

149

episodis de
pòdcasts de
crònica negra

2.569

episodis de
pòdcasts de
societat

262

episodis de
pòdcasts
d'anime i manga

272

episodis de
pòdcasts de
salut

211

episodis de
pòdcasts
d'educació

161

episodis de
pòdcasts de
videojocs

414

episodis de
pòdcasts de
literatura

268

episodis de
pòdcasts de
sostenibilitat

168

episodis de
pòdcasts
infantils

458

episodis de
pòdcasts de
cinema i TV

668

episodis de
pòdcasts
d'esport

183

episodis de
pòdcasts de
ficció

93

episodis de
pòdcasts
cooperació

Dades per plataforma

Spotify
342
pòdcasts

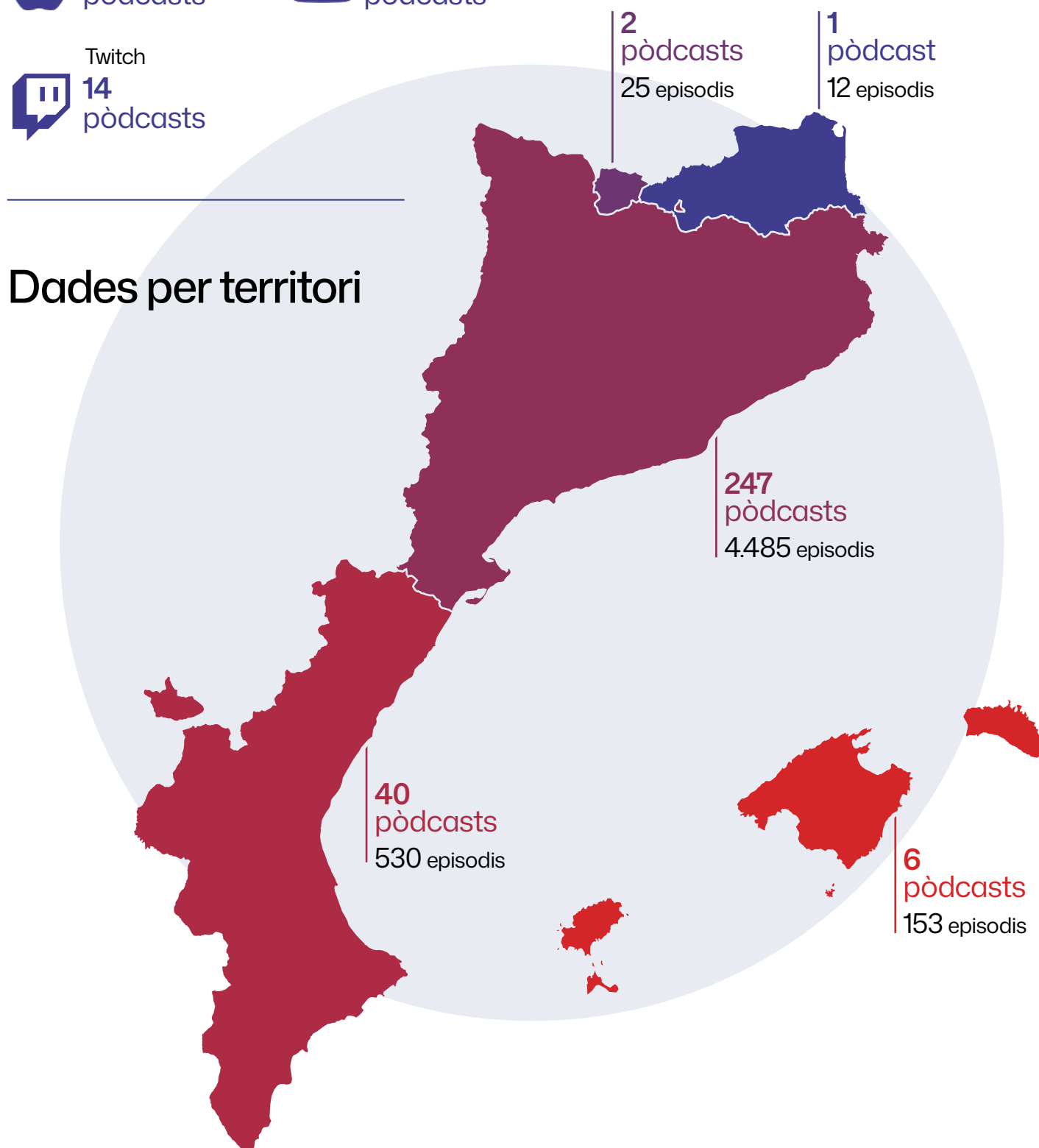
Ivoox
340
pòdcasts

Apple
231
pòdcasts

Youtube
164
pòdcasts

Twitch
14
pòdcasts

Dades per territori





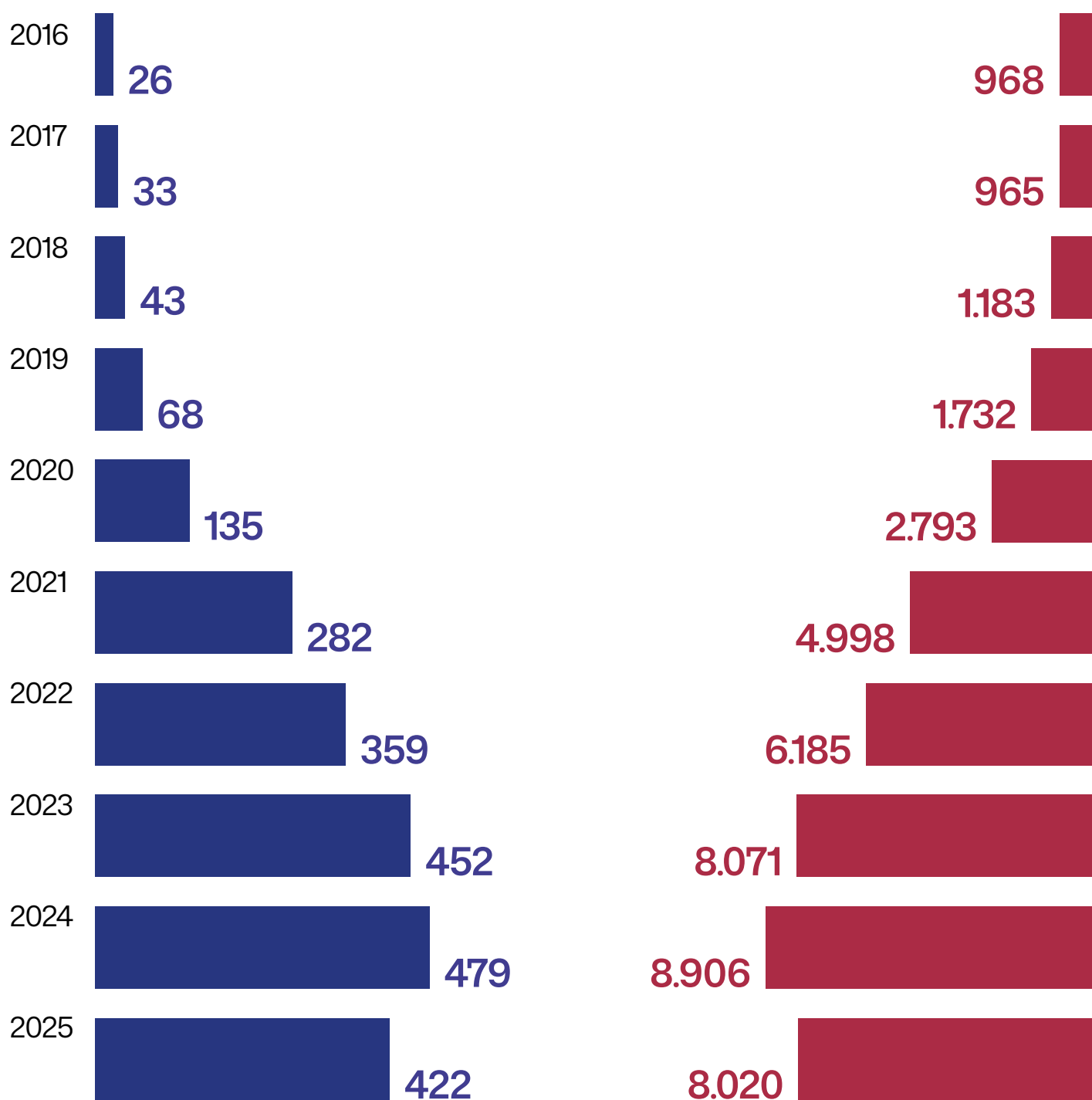


El pòdcast en català durant la última dècada 2016—2025

Evolució general per any

Any	Pòdcasts actius	Episodis actius	Episodis/mes	Episodis/pòdcast	Durada mitjana
2016	26	968	81	37	54:28
2017	33	965	80	29	59:12
2018	43	1.183	99	28	1:01:00
2019	68	1.732	144	25	57:32
2020	135	2.793	233	21	54:31
2021	282	4.998	417	18	48:26
2022	359	6.185	515	17	48:30
2023	452	8.071	673	18	49:25
2024	479	8.906	742	19	51:09
2025	422	8.020	668	19	51:41

Pòdcasts actius / episodis actius



2016

26 pòdcasts actius
968 episodis actius
81 episodis de mitjana
per mes
37 episodis de mitjana
per programa
54 minuts i **28** segons
de durada mitjana

2017

33 pòdcasts actius
965 episodis actius
80 episodis de mitjana per mes
29 episodis de mitjana per
programa
59 minuts i **12** segons de durada
mitjana

2018

43 pòdcasts actius
1.183 episodis actius
99 episodis de mitjana per mes
28 episodis de mitjana per
programa
1 hora i **1** minut

2020

135 pòdcasts actius
2.793 episodis actius
233 episodis de mitjana per
mes
21 episodis de mitjana per
programa
54 minuts i **31** segons de
durada mitjana

2019

68 pòdcasts actius
1.732 episodis actius
144 episodis de mitjana per mes
25 episodis de mitjana per programa
57 minuts i **32** segons de durada
mitjana

2021

282 pòdcasts actius
4.998 episodis actius
417 episodis de mitjana per mes
18 episodis de mitjana per programa
48 minuts i **28** segons de durada mitjana

2022

359 pòdcasts actius
6.185 episodis actius
515 episodis de mitjana per mes
17 episodis de mitjana per programa
48 minuts i **30** segons de durada mitjana

2023

452 pòdcasts actius
8.071 episodis actius
673 episodis de mitjana per mes
18 episodis de mitjana per programa
49 minuts i **25** segons de durada mitjana

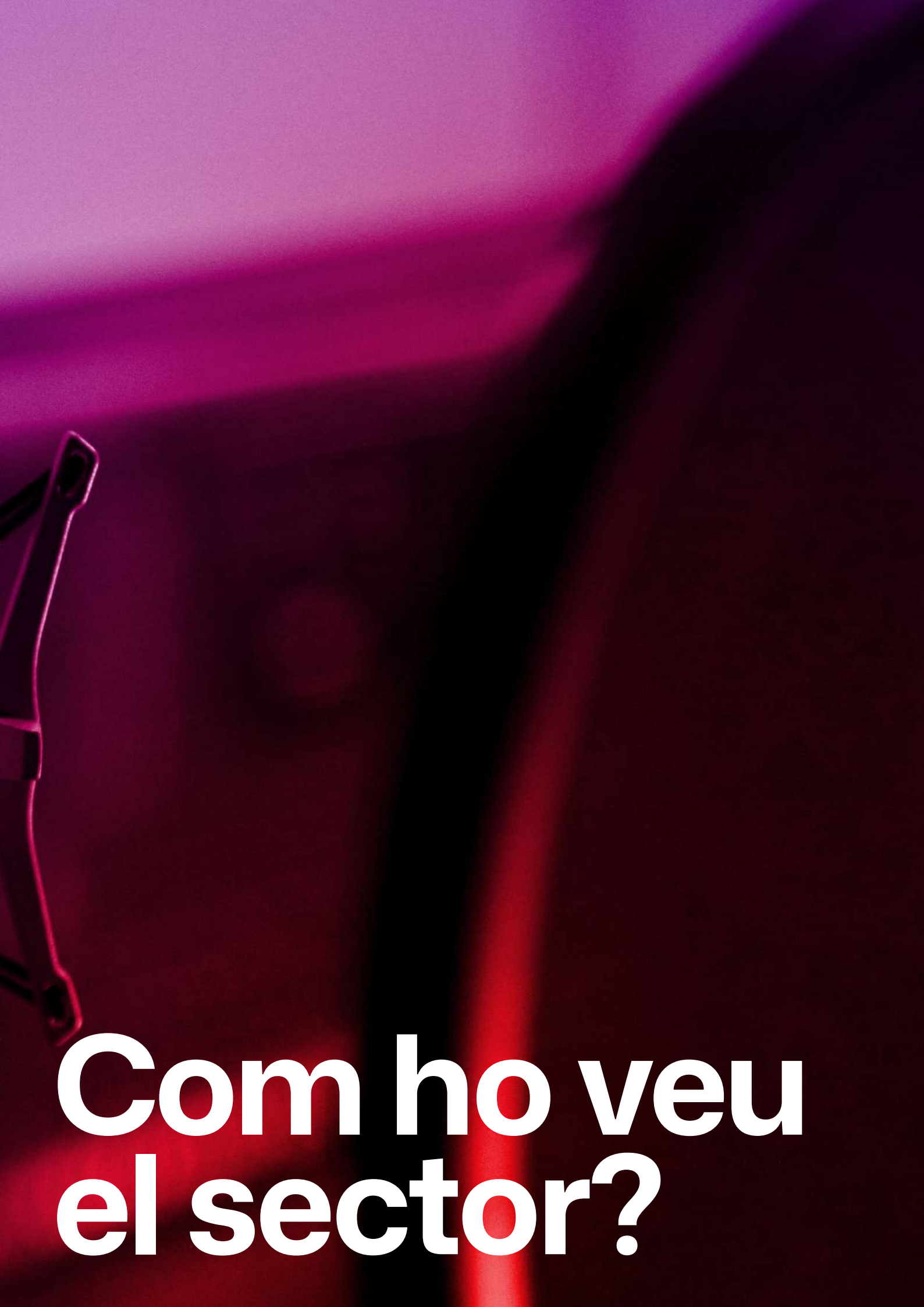
2024

479 pòdcasts actius
8.906 episodis actius
742 episodis de mitjana per mes
19 episodis de mitjana per programa
51 minuts i **9** segons de durada mitjana

2025

422 pòdcasts actius
8.020 episodis actius
668 episodis de mitjana per mes
19 episodis de mitjana per programa
51 minuts i **41** segons de durada mitjana





**Com ho veu
el sector?**

Conclusions entrevistes a experts

El conjunt de les entrevistes dibuixa un sector del pòdcast en fase de consolidació, professionalització i selecció natural després del fort creixement provocat per la pandèmia. Hi ha consens que ja no es tracta d'un fenomen emergent, sinó d'un format plenament incorporat als hàbits de consum, tot i que encara presenta reptes importants de monetització, descoberta, audiència i sostenibilitat.

Un sector que es professionalitza

La percepció predominant és que disminueix el pes de les produccions amateurs mentre es consoliden els projectes amb més qualitat, continuïtat, comunitat i capacitat de finançament. El descens de producció de 2025 respecte de 2024 s'interpreta majoritàriament com una estabilització després del boom, més que com una crisi del pòdcast.

Catalunya té una posició especialment favorable

Els entrevistats destaquen la tradició radiofònica catalana, la capacitat creativa i el volum de continguts en català. Alhora, existeix una limitació estructural: el mercat potencial és més petit i molts projectes tenen dificultats per assolir una audiència i una viabilitat econòmica suficients.

El pòdcast és una eina molt potent per normalitzar el català

És un dels punts de major consens. El pòdcast permet portar el català a l'oci, l'entreteniment, la cultura i els entorns digitals, especialment entre públics joves. També facilita que apareguin veus, accents, temàtiques i comunitats que no sempre tenen espai als mitjans tradicionals.

La gran oportunitat és la baixa barrera d'entrada

Un dels conceptes que més es repeteix és que qualsevol persona pot crear i distribuir un pòdcast amb pocs recursos. Això permet desenvolupar nínxols molt específics, donar entrada a nous creadors i generar continguts que difícilment tindrien cabuda en una graella radiofònica convencional.

El futur passa pel vídeo i la hibridació audiovisual

La frontera entre pòdcast i audiovisual és cada vegada més difusa. El videopòdcast, les xarxes socials i la fragmentació dels continguts en càpsules tenen un paper creixent, especialment per arribar a les generacions més joves.

Els nínxols i la comunitat seran claus

Les entrevistes apunten cap a un futur menys dependent de les grans audiències generalistes. Els continguts especialitzats, verticals i dirigits a comunitats concretes poden tenir un gran valor perquè permeten construir audiències fidels i atractives per a marques. La comunitat també obre vies com els esdeveniments en directe, patrocinis i subscripcions.

El model econòmic continua sent el gran repte

Hi ha un consens molt ampli que el mercat publicitari encara no valora prou el potencial del pòdcast. Es reclama una millor mesura de l'audiència, més capacitat d'atribució i una comprensió específica del valor dels nínxols. La viabilitat hauria de combinar diverses fonts: publicitat, patrocinis, institucions, esdeveniments i, en alguns casos, subscripcions.

Es reclama més suport públic al pòdcast en català

La majoria dels entrevistats consideren necessàries ajudes públiques estructurals, especialment per reforçar la professionalització i garantir la diversitat. Apareix també la idea que aquestes ajudes haurien d'arribar als creadors petits i emergents i no concentrar-se només en projectes consolidats.

El futur del català pot ser global

La traducció i doblatge automàtics poden convertir-se en una oportunitat extraordinària: permetre que continguts produïts en català arribin a audiències d'altres llengües i, al mateix temps, facilitar l'accés dels catalanoparlants a continguts internacionals.

Els directes són una gran oportunitat

La presencialitat es considera una de les vies més prometedores per crear comunitat, fidelitzar audiència i generar ingressos. El seu potencial és especialment elevat en formats conversacionals i amb personalitats capaces d'arrossegar públic.

El format conversacional mostra signes de saturació

Diversos entrevistats coincideixen que el pòdcast conversacional genèric – especialment el de persones parlant sense una proposta diferenciada – està saturat. No desapareixerà, però el creixement futur sembla situar-se més en formats narratius, documentals, divulgatius i especialitzats.

La IA transformarà profundament el sector

La IA es veu principalment com una eina per a edició, traducció, transcripció, producció, personalització i automatització. Tanmateix, hi ha una preocupació clara per la substitució de la veu humana i la proliferació de continguts automatitzats. El valor diferencial continuarà sent l'autenticitat, la creativitat i la veu pròpia.

...

Núria de José Gomar

consellera delegada XAL, SL (La Xarxa)



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Tinc la sensació de soroll. Hi ha moltíssima producció però falta avançar en el format, la visualització i el model de negoci. Anem avançant a mesura que provem.

02. I en el cas particular de Catalunya? El mateix.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

Fonamental. Primer, perquè una llengua normalitzada ha de poder oferir a l'audiència els mateixos productes als quals pot accedir en altres llengües. Segon, perquè en el pòdcast la temàtica és un element molt important i pot atreure a persones que habitualment no consumeixen productes en català. I tercer, en general, el pòdcast fa servir un registre menys formal que la ràdio i segurament aquest fet l'acosta més als usos habituals de la llengua.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

Atreure nous oients/espectadors, a partir de l'especialització de la temàtica, que habitualment no són catalanoparlants. L'argot de la comunitat també pot ser un element d'atracció.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

Em sembla que atreu nou públic i alhora ofereix una altra manera de consum als/les qui també consumeixen ràdio.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

A la XAL, SL (La Xarxa) donem suport a la producció de pòdcasts en català de dues maneres. D'una banda, amb una convocatòria, conjunta amb Ràdio 4, per detectar talents i donar suport a la creació sonora en català.

Els finalistes presenten els seus projectes en el Mercat de l'Audiovisual de Catalunya i les propostes guanyadores es coprodueixen.

D'altra banda, coproduïm una àmplia oferta de pòdcasts amb les emissores de La Xarxa. Bàsicament, n'hi ha de tres tipus:

– Infopòdcast, cada emissora explica en tres minuts els fets i sobretot la informació de servei més rellevant del seu municipi.

– Territorial, està centrat en un tema d'interès d'una comarca o grup de comarques, el produeixen diverses emissores d'aquell territori.

– Temàtic, diverses emissores d'arreu de Catalunya, fan un pòdcast sobre un tema que té una importància significativa en el seu municipi. Aquest mes de setembre n'hem estrenat cinc dedicats al bàsquet, l'hoquei, el ciclisme, els castells i el feminisme.

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

No tinc suficients elements per poder-ho valorar.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

Tampoc tinc elements sòlids per valorar-ho.

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

Hi ha un àmplia oferta de pòdcast en català i de molta qualitat. Em preocupa la visibilitat, la manera d'aconseguir que els oients/espectadors puguin conèixer tota aquesta oferta.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

No tinc el coneixement per fer aquest pronòstic. La sensació és que es consolidarà l'ús per part dels usuaris i, en aquest procés, es diferenciarà més la funció de la ràdio i del pòdcast, es trobaran mecanismes de finançament i de visibilitat perquè els usuaris coneguin l'oferta.

11. I el fet en llengua catalana?

L'evolució hauria d'anar en paral·lel a la resta. Ara bé, estarà molt condicionada per l'ús social de la llengua a Catalunya. El pòdcast en català és un vehicle per mantenir-lo i fer-lo créixer.

12. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

Des de La Xarxa apostem per les comunitats de persones interessades per una temàtica. La marca de l'oferta audiovisual conjunta de les televisions i les ràdios locals ara s'identifica amb informació local, esports, castells, cultura popular i música en català. Volem que aquestes comunitats que ens coneixen

per altres productes també ens trobin en format pòdcast.

13. I en quins hi pot haver un declivi?

En aquells que no aportin algun element diferencial respecte a la resta. En un entorn saturat, cal diferenciar-se.

14. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

Encara hi ha massa soroll, tant en el món del pòdcast com també en la multiplicitat de suports publicitaris. Segurament també cal trobar mecanismes d'avaluació d'audiències reconeguts per tots els agents.

“A Catalunya cal avançar en el pòdcast informatiu. Estem enmig d'un escenari greu de desinformació.”

15. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

Depèn del pòdcast, estem parlant d'un univers molt ampli. A nivell local, per exemple, des de la XAL estem donant viabilitat a una àmplia oferta de pòdcasts produïts des d'emissores locals.

En altres àmbits, tenir audiència i poder-la mesurar d'una manera reconeguda pels agents del sector és molt important. A partir d'aquí, com en qualsevol altra producció audiovisual cal que la producció estigui ajustada al finançament del projecte.

16. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

Està tenint un paper important en el procés de producció, amb eines que permeten millorar molt la qualitat de manera fàcil i ràpida. La IA generativa planteja oportunitats en el contingut però alhora uns reptes brutals en el terreny de l'ètica i la legalitat.

17. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

A la majoria d'aspectes de la producció i distribució de pòdcasts els són d'aplicació altres normatives de l'àmbit audiovisual o de creació de continguts. Em costa veure una regulació específica per al pòdcast.

18. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

És una experiència semblant a la dels programes de ràdio fets a l'exterior. En el cas de la ràdio, no s'han deixat de fer. Pot anar a modes però, en general, la curiositat de l'oient/espectador hi és.

19. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

En recomano dos que mostren dos usos completament diferents d'aquest format: 'The Headlines' del The New York Times i 'Nadie sabe nada', d'Andreu Buenafuente i Berto Romero, a la Cadena SER.

20. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

Infopòdcast (n'hi ha de 60 emissores locals de Catalunya), 'El pom de baix' de Canal Blau i 'Les sis de Ravensbrück' d'EMUN FM i La Xarxa.

21. Vol afegir alguna idea o reflexió que no hagi sortit a les preguntes i que consideri important?

A Catalunya cal avançar en el pòdcast informatiu. Estem enmig d'un escenari greu de desinformació i, per tant, necessitem formats que aportin informació veraç als nous hàbits de consum de l'audiència. Cal experimentar, trobar formats atractius i sobretot formes de distribució que portin el pòdcast a l'usuari més que esperar que sigui ell qui vingui a trobar. Precisament per això, a La Xarxa, hem impulsat l'Infopòdcast perquè la informació del seu municipi arribi al mòbil del ciutadà en un format breu i amè, lluny de la rigidesa temàtica i formal d'un butlletí de ràdio tradicional.

...

Magda Gregori, directora de LA MIRA i Prest



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Estem en una fase de consolidació i professionalització del pòdcast. Això fa que hi hagi més àmbits temàtics, una millor segmentació dels públics i que cada cop es busquin i s'aconsegueixin més formes de finançament.

02. I en el cas particular de Catalunya?

Catalunya sempre ha comptat amb una gran varietat de pòdcasts, alguns més professionalitzats que d'altres. Gràcies a la seva tradició radiofònica i l'interès de determinats projectes per potenciar els continguts en llengua catalana, això ha permès crear i consolidar el pòdcast. Però l'objectiu, també, és aconseguir que els diferents projectes puguin ser econòmicament rendibles.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

Té un paper important perquè aconseguix que el català formi part del món de l'audio i de l'àmbit digital. Alhora, ha permès consolidar projectes d'arreu dels territoris de parla catalana i, per tant,

amb diferents accents. Enriquant així l'univers del patrimoni sonor en català.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

Pot crear continguts de forma relativament més senzilla i pot arribar a un públic molt més ampli. Es pot fer des de mitjans públics i privats però també des d'equips molt més petits. Això facilita l'augment d'oferta i de diversitat de formats i temàtiques.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

Fa les dues coses. Pot captar consumidors de la ràdio, però alhora pot arribar a un públic molt més jove que potser no té la tradició de la ràdio tan interioritzada. Alhora, el públic busca cada cop més poder consumir a demanda -al lloc o moment que vulgui-.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

Sí. Cal vehicular-se a través de la Generalitat, per exemple, del departament de Cultura i de Política Lingüística (per fomentar el català). I aquestes ajudes han de garantir que els productes resultants siguin de qualitat, innovadors i que contribueixin a fomentar i diversificar els continguts d'àudio.

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

La pandèmia probablement va augmentar el consum i, alhora, va permetre que persones, productores o entitats es llencessin a crear nous formats, a experimentar o a innovar en el món del pòdcast. Però no tots aquests projectes

han tingut el mateix recorregut.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

Perquè després del “boom” de la pandèmia es van consolidar o van arrelar només determinats pòdcasts. Aquells que van trobar una fidelitat en el públic o van aconseguir finançament. Per tant, es van mantenir aquells que eren més sòlids (a nivell de continguts, d'audiència o de viabilitat pressupostària).

“El futur del pòdcast en català no dependrà només de quants programes es produeixin, sinó de la seva capacitat de crear comunitat i ocupar espais on el català encara és poc visible.”

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

En general, sí. Potser no hi ha tants projectes nous, però els que es fan acostumen a ser projectes amb una millor producció al darrer, amb bones veus/locutors, amb una estratègia de difusió i promoció i amb continguts treballats.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

Cap a una major professionalització, la integració amb el vídeo i l'adaptació a les possibilitats que ofereix la intel·ligència artificial per millorar o generar nous productes.

11. I el fet en llengua catalana?

Continuarà creixent si s'estableixen mecanismes (també des del finançament públic) per tirar endavant determinats projectes i per promocionar-los. La clau serà, també, augmentar la visibilitat dels continguts davant de la gran “selva” que és el món digital.

12. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

Es fa difícil de dir tenint en compte com canvia el context i les tendències socials o interessos de la població. Però potser aquells que expliquen un tema en profunditat, els que se centren en temàtiques específiques del món de la ciència, la tecnologia, la salut, l'educació, la història, l'economia... És a dir, probablement aquells que van dirigits a públics concrets o especialitzats.

13. I en quins hi pot haver un declivi?

Potser en alguns fets en menys recursos i amb deficiències en l'execució. La professionalització fa que cada cop es pugui valorar més la qualitat del producte final.

14. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

Crec que encara no. Potser cada vegada desperta més interès, sobretot en grans marques, però encara no es veu o valora prou la capacitat del pòdcast per generar promoció, prescripció o posicionament de marca.

15. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

Que el seu finançament no recaigui només d'una font. Si es pot combinar la publicitat, amb les ajudes institucionals, els patrocinis, la celebració d'actes o esdeveniments o, fins i tot, les subscripcions, aquesta varietat pot fer més sostenible i menys dependent el propi projecte.

16. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

Pot ser una eina útil si se'n fa un bon ús i s'explicita bé quan s'ha usat i per a quina finalitat. Ens pot ajudar a documentar, transcriure, traduir, automatitzar processos, generar veus o sons. Però el que aportarà valor afegit ha de ser l'originalitat i singularitat dels equips desenvolupant un pòdcast.

17. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

Crec que encara no contempla prou les necessitats i especificitats del sector dels pòdcast. Perquè s'intenta englobar en els mitjans tradicions o les plataformes digitals quan té unes singularitats pròpies.

18. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

Hi ha encara molt camí per córrer. Els directes poden ajudar a crear una comunitat al voltant d'un pòdcast, poden ser una font de finançament, poden ajudar a fer emergir noves veus. Per tant, encara hi ha vies per explorar en aquest sentit. Sobretot per a determinats pòdcasts. No tots tenen sentit en aquests esdeveniments. Un pòdcast que sigui documental segur que serà més difícil de fer en directe. En canvi, un conversacional té més potencial en aquest sentit.

19. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

Witness History (BBC), The Daily (The New York Times) i La família correcta (El País)

20. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

No pengis, Club Tàndem i Crims

21. Vol afegir alguna idea o reflexió que no hagi sortit a les preguntes i que consideri important?

El futur del pòdcast en català no dependrà només de quants programes es produeixin, sinó de la seva capacitat de crear comunitat, generar valor cultural i ocupar espais digitals on el català encara és poc visible. Més que créixer en quantitat, el gran repte és consolidar un ecosistema sostenible, divers i amb capacitat d'atraure nous creadors i noves audiències.

...

Clara Narvió

Co-directora de Radio Primavera Sound



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Crec que a nivell mundial el pòdcast viu un moment de consolidació on ja ha demostrat que és un format que ha nascut per quedar-se i per convertir-se en un referent a nivell de formats audiovisuals. Després del seu naixement, dels dubtes que podia suscitar respecte a la seva rellevància, d'avanços, canvis, evolució, crec que ara entrem en la consolidació.

02. I en el cas particular de Catalunya?

Catalunya viu també un moment de consolidació. Crec que els usuaris han integrat el format pòdcast a la seva vida i el consum creix de forma moderada. Falta, però trobar maneres de monetitzar els projectes i de professionalitzar el sector.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

Fonamental. El públic jove és un dels grans consumidors de pòdcasts, així que

l'ús del català, especialment en aquest sector de la població, ajuda a normalitzar la llengua, a atorgar-li una patina de 'coolness' i pot fer veure adolescents i joves que el català és una llengua viva que parla de les coses que a ells els hi importen.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

El fet que fer un pòdcast sigui fàcil i barat té una conseqüència fonamental: tothom pot fer un pòdcast i se'l pot produir sense gairbé mitjans. A més, plataformes com 3cat o Radio Primavera Sound estan posant davant dels micròfons gent jove, amb llibertat per jugar amb la llengua i fer-la servir d'una manera contemporània i sense encorsetaments. Això fa que molta gent senti que el català és un idioma útil, contemporani i que parla dels seus interessos. Això fa que el pòdcast (per temàtiques i per qui el lidera) es percebi com un mitjà que connecta més que d'altres com la premsa escrita, per exemple.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

Sens dubte està ampliant usuaris. Ho veiem de forma consistent en els pòdcasts en viu que organitzem, que s'omplen de gent jove (20-40 anys) que no són consumidors de ràdio convencional.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

100%. Un dels grans reptes del pòdcast és la monetització i la possibilitat de fer que els projectes siguin sostenibles en un entorn on les marques encara no confien del tot en el producte. L'administració pública hauria de fer una aposta ferma i real per la professionalització del sector donant suport econòmic a aquells

projectes rellevants que impulsen, com veiem abans, l'ús del català en franges de població que no sempre el perceben com a útil o 'cool'. Sota el meu criteri això hauria de vehicular-se des de totes les administracions: Generalitat (Presidència, com la resta de mitjans), Diputació i Ajuntament.

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

Sens dubte. En el cas de Radio Primavera Sound les dades indiquen que la nostra audiència va explotar justament per la pandèmia i va marcar un abans i un després en la nostra trajectòria.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

Possiblement, aquestes dades demostren aquesta fase d'estabilització i consolidació del pòdcast. Després d'un primer 'boom' on tothom es va posar a fer pòdcasts com bojos, ara entrem en un moment on es consoliden els projectes que funcionen i algunes persones s'han cansat, especialment quan la ràtio esforç-audiència no compensa.

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

Penso que sí. La producció de pòdcasts en català s'està professionalitzant, com dèiem, i està donant lloc a projectes d'altíssim nivell tant a nivell tècnic (disseny sonor, etc), com a nivell de guió i locució.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

Crec que les dades apunten a una professionalització general: menys pòdcasts amateurs però més qualitat. També crec que veurem néixer nous protagonistes a nivell de veus del sector (hosts, presentadores, locutores, etc) i noves maneres de narrar la realitat. Em sembla un futur

súper excitant i prometedor, on es poden provar coses noves i fer néixer noves narratives.

11. I el fet en llengua catalana?

Crec que la llengua catalana està vivint un moment determinant, tant al carrer com a les escoles com al món del pòdcast. Si volem un ecosistema viu en català i trencara aquell fals mite de "si vols més audiència ho has de fer en castellà per arribar a més gent" hem de demostrar que en català es pot arribar tant o més lluny. Com? Ajudant el sector econòmicament, recolzant creadors i plataformes que fan pòdcast en català, generant sinèrgies publico-privades i dotant el sector d'un cert orgull de pertinença.

“Crec que estem en un moment decisiu pel pòdcast en català.”

12. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

Crec que veurem el creixement de nous formats i de pòdcast narratius (no tant conversacionals). També crec que viurem un boom del branded content en el pòdcast perquè totes les marques volen fer un pòdcast corporatiu. Això sí, no crec que molts d'aquests pòdcasts tinguin èxit, justament per ser massa corporatius, si no és que ho fan pensant en l'interès de l'oient i no només del missatge que vol enviar la marca/insitució. Per últim, crec que viurem una certa hibridació entre pòdcast i creadors de contingut a xarxes socials.

13. I en quins hi pot haver un declivi?

Crc que el pòdcast conversacional sense un sentit clar (xerrar per xerrar) està una mica saturat...

14. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

Crec que veuen el seu poder i ho valoren però també crec que no saben com re-

lacionar-s'hi encara i que pretenen fer-ho amb uns pressupostos baixíssims amb l'excusa que és un format barat de produir. Han de fer un esforç per adaptar-se al mitjà (que no és igual que la ràdio convencional) i per fer inversions realistes.

15. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

Crec que el primer de tot és tenir una veu pròpia i acostar-se al públic de manera honesta i única, aconseguint una bona base d'audiència. A partir d'aquí, connectar amb marques o institucions que comparteixin 'target'. Per mi, el futur és el nínxol, arribar a audiències hiper-especialitzades amb interessos comuns i maneres d'entendre el món similars. Això té un valor incalculable i crec que es pot monetitzar.

16. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

La IA pot ajudar a alguns processos concrets: suport en l'edició, suport en la traducció, però no hauria de substituir la mà humana. Com deia, per mi el futur del pòdcast ha de passar per la veu pròpia, pel nínxol, per l'autenticitat i no crec que la IA pugui substituir cap d'aquests punts.

17. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

Simplement crec que no la té en compte perquè no està actualitzada. Hi ha un tema importantíssim que és la impossibilitat de fer servir cap tipus de música comercial en els pòdcasts, a diferència del que passa a la ràdio convencional. Això dificulta enormement fer pòdcasts de música, per exemple.

18. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

Crec que és el futur, una manera extraordinària de congregar comunitats i una bona manera també de monetitzar el pòdcast. Tant de bo l'administració pública també ho veiés així i comencés a contemplar dels pòdcasts en viu com

una nova branca de les arts escèniques. Fa uns anys tampoc ningú pensava que l'stand-up comedy omplís teatres i ara ningú ho posa en dubte. Per mi, la teatralització dels pòdcasts ha de seguir el mateix camí.

19. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

Punzadas Sonoras, Misterio en la Moraleja, Las Hijas de Felipe.

20. Em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

Escombro cap a casa: Això no és un càsting (un exemple perfecte que el branded content es pot fer BÉ), Radio Noia i Salsa Romesco.

21. Vol afegir alguna idea o reflexió que no hagi sortit a les preguntes i que consideri important?

Crec que estem en un moment decisiu pel pòdcast en català. Està clar que el sector està llest i preparat: noves veus, nous formats creatius, professionalització tècnica i talent, noves audiències amb ganes d'escoltar pòdcasts en català que parlin per a ells i elles i unes comunitats nínxol que es reuneixen en vetllades per escoltar pòdcasts en viu de manera col·lectiva en teatres o espais culturals. Ara falta que les marques i les administracions públiques estiguin a l'alçada i ajudin a fer possible el creixement d'aquest sector importantíssim.

...

Jordi Font

Director de Crisàlide



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Crec que comença a passar de moda i això és especialment bo perquè ens permet analitzar el sector amb dades més concretes i reals.

02. I en el cas particular de Catalunya?

En el cas català sempre hi ha un pes sobre la indústria i l'artesania intel·lectual que és el pes de la llengua i per tant sempre, de moment, s'és especialment actiu en defensa del català i crec que en el pòdcast passa també això.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

Molt alt, però trobo a faltar alguns pòdcasts de nínxol, de coneixements molt concrets, que en l'actual dinàmica d'IA potser poden existir més fàcilment que abans.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

Crec que l'àudio en general ofereix una possibilitat de provar i crear a uns nivells

de llibertat que altres formats no tenen per cost i complexitat.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

Una mica de tot. Són dades, però, que caldria tenir de forma més científica. Per a mi, una part són hores de ràdio.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

Sí que n'haurien de tenir, però no tinc clar com hauria de ser. Des d'Espai Sonor intentem endreçar un xic això. Crec que la indústria de l'àudio s'ha d'equiparar a d'altres formats i mitjans.

“En comparació amb altres realitats, crec que la indústria de l'àudio i el pòdcast no tenen encara el reconeixement legal que els toca”

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

Difícil d'assegurar, això. Possiblement en pandèmia hi va haver consums diferents.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

En desconec el perquè. Però penso que en general és així, no només en català. I aquestes dades, amb un vector nou com la IA que permet millorar la productivitat, també poden alterar-se,

i les dades futures poden canviar per això; cal tenir més dades com ara de consum, IA...

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

El terme qualitat és molt divers. Tècnica-ment, sí, clarament. Estan millor produïts, tenen millor qualitat. Trobo a faltar, però, creativitat i formats més innovadors i experimentals.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

En la consolidació com a mercat i sector madur. Millorant molt la gestió d'audiències i de negoci.

10. I el fet en llengua catalana?

Si ho fem bé, en la mateixa direcció. Cal professionalització del sector, no tant en la part creativa, que ja té dinàmiques pròpies, però sí que és molt necessari en gestió, venda i gestió d'audiències i comunitats.

11. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

Crec que la part de continguts que ens ajudin a aprendre –i en això l'àudio és molt potent– créixerà.

12. I en quins hi pot haver un declivi?

Opinió i seguiment de l'actualitat sense masses pretensions. El conversacional genèric per a mi perdrà interès.

13. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

Crec que el mercat publicitari en general valora poc la creativitat, no només en el pòdcast. En això no difereix gaire d'altres formats. Sí que penso que amb més dades reals i transparents del sector (audiències, escoltes...) i de cada producte en general es guanyarà confiança.

14. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

Depèn massa de cada cas. Però tenir un mix de producte i acció comercial i una

bona relació de marca personal crec que és imprescindible.

15. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

Pot tenir i té, ja, un paper fonamental. Estic preocupat per la idea de demonitzar la IA així en general. Com tota tecnologia potent té matisos i usos que la fan un aliat i una amenaça.

16. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

En desconec el detall, però en comparació amb altres realitats crec que la indústria de l'àudio i el pòdcast no tenen encara el reconeixement que els toca.

17. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

No tant si presencialitat o teatres, sinó comunitat. No només en els pòdcasts: en els mitjans de comunicació i en la indústria de l'entreteniment cal tenir comunitat.

18. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

Mixed Signals de SEMAFOR, People vs Algorithms de Troy Young, i Hotel Jorge Juan.

19. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

Actualment et diria AP7, la narcopista de Catalunya Ràdio, Som com Som del SX3, i La Sotana.

20. Vol afegir alguna idea o reflexió que no hagi sortit a les preguntes i que consideri important?

Crec que des de Catalunya i en català, però no només, podem fer grans coses en el sector de l'àudio i del pòdcast si som ambiciosos, si creem l'ecosistema i si les administracions ajuden a crear-lo.

...

Jordi Borda director de Catalunya Ràdio



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

El pòdcast ha florit com una tendència global de consum de continguts. Ja està popularitzat com un gènere propi i intergeneracional.

02. I en el cas particular de Catalunya?

Ja hi ha una comunitat creada, que fa goig, i que genera referents i imaginari propi. Ara toca fer el pròxim pas i avançar encara més cap a la professionalització de l'ecosistema de creadors i creadores que s'ha anat generant aquests anys.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

No es pot deixar abandonat cap front i menys en el terreny comunicatiu. Per tant, la responsabilitat de públics i privats és ser forts també en aquest àmbit.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

Formats nous i arriscats. Gent nova que

potser tindria dificultats per accedir als grans mitjans i que pot articular una comunitat al voltant d'un contingut.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

No hi ha cap dubte que amplia públics i no canibalitza l'oferta més tradicional.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

Crec que no em toca pronunciar-me sobre com s'hauria d'articular una intervenció pública, ho deixo en mans del sector i de l'administració. Em limitaré a subratllar el paper de la ràdio pública i de tota a Corporació i 3Cat en l'aposta pel gènere, que no és nova i que ja es remunta a una dècada. No deixa de ser una intervenció d'un agent públic que crec que ha complert l'objectiu d'ajudar sensiblement a la creació d'un ecosistema.

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

Segurament hi va incidir. Però també la irrupció d'una generació que ja ha consumit que es veu amb cor i amb talent per crear pòdcasts de qualitat.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

No tinc una opinió formada al respecte.

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

No sé si se'n fan menys. El que és evident és que sempre han tingut una alta

qualitat i que darrerament s'estan professionalitzant molt i això repercuteix en l'excel·lència de productes.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

En general, no només en els pòdcasts, crec que es valorarà en el futur immediat l'autenticitat. Tenir la garantia que el que consumeixes està fet per un humà i no és un producte sintètic d'IA, i que està fet amb les garanties de rigor i qualitat imprescindibles. Diria que això serà determinant per destacar en l'allau de soroll i contingut barat i de mala qualitat que ja tenim a sobre. En aquest sentit, els mitjans públics i els privats solvents i fiables tenim una oportunitat.

11. I el fet en llengua catalana?

Una altra oportunitat. NO tardarem a tenir popularitzada la tecnologia per consumir pòdcasts d'àudio doblats i traduïts a qualsevol llengua, gràcies a la IA. Això fa que el mercat esdevingui global, independentment de la llengua amb què estigui produït.

12. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

La geopolítica i la capacitat d'entendre les claus del món. I els formats de llarga durada que aprofundeixen en matèries complexes des de l'expertesa i les habilitats comunicatives.

13. I en quins hi pot haver un declivi?

No ho tinc clar.

14. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

No encara.

15. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

Tenir una comunitat creada i esdevenir capaç de reunir-la físicament per compartir l'experiència. Ja hi ha casos molt rellevants d'èxit.

16. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

Tinc molta curiositat per com apliquem els recursos nous en termes de veus sintètiques o capacitat de generar ambients sonors. També crec que serà més barat i relativament fàcil fer productes de 'fast food' i reacció ràpida. Ara bé, això mateix també generarà molt soroll als nostres entorns de consum.

17. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

No tinc una opinió clara. Si que sé que treballo en una Corporació que de seguida ho ha integrat com una àrea estratègica.

“El pòdcast en català amplia públics i no canibalitza l'oferta més tradicional de ràdio”

18. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

Ja ho he apuntat abans. Em sembla la millor manera de fer viable econòmicament un projecte i monetitzar-lo.

19. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

'The Missing Minister' del WSJ, 'Call me Back' de Dan Senor per Ark Media, 'Ukraine: The latest', del Telegraph.

20. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

'Crims', 'La Torre de Vidre', i 'El Llindar.

...

Sonia Urbano

directora de RNE Catalunya - Ràdio 4



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Un bon moment especialment pels pòdcasts especialitzats.

02. I en el cas particular de Catalunya?

Es nota la tendència en augment de pòdcast en la nostra llengua des dels darrers dos anys.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

Tant important com la programació lineal, el doblatge a sèries i cinema o els audiollibres i lectura en català.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

Respecte la ràdio lineal afavoreix la seva recuperació i també una escolta amb més atenció.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

Sense dubte amplia públic especialment

entre els més joves. L'audiència de la ràdio és majoritàriament major de 30 anys.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

N'hauria de tenir des de les administracions públiques i diverses institucions de promoció i suport del català. Des de Ràdio 4 i en col·laboració amb la XAL portem ja dues edicions d'un pitching de pòdcasts per finançar diferents projectes.

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

No crec que hagi estat determinant malgrat que potser va influir.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

Produir pòdcasts de qualitat necessita finançament, d'altra banda crec que es consoliden ja alguns projectes més professionals que poden frenar noves iniciatives més "casolanes".

“Produir pòdcasts de qualitat necessita finançament.”

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

Crec que hi ha de tot tipus.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

Especialització de continguts i videopòdcasts.

11. I el fet en llengua catalana?

La majoria de propostes que ens arriben en català tenen format documental.

12. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

Documentals propers al territori, entrevistes, humor, true crime.

13. I en quins hi pot haver un declivi?

Ficció.

14. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

Cada vegada més.

15. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

Comptar amb un pressupost publicitari, de productora o institucional fiable i estable.

16. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

Sóc totalment contrària als pòdcasts que utilitzin veus creades per IA però malauradament crec que cada vegada s'apostarà més per la seva presència.

17. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

Només si estan protagonitzats per persones que tinguin poder de convocatòria.

18. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

Sapiensantes, Nadie Sabe Nada, Crims.

19. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

Escolta Poblet, Aquella nit al Tiffany's, Codi 6.

20. Vol afegir alguna idea o reflexió que no hagi sortit a les preguntes i que consideri important?

Els pòdcasts han de tenir més cura de la qualitat sonora en general i crec que cal protegir el pòdcast enfront del videopòdcast.

...

Marta Salicrú

Comissionada d'Ús Social del Català de l'Ajuntament de Barcelona



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Després d'anys d'ascens en el consum, el moment actual és d'estancament, si no d'inici de recessió. La fragmentació dels episodis en càpsules audiovisuals publicades en xarxes socials com Instagram i TikTok ha modificat l'hàbit de consum de part de l'audiència i impedit la incorporació de nous públics.

02. I en el cas particular de Catalunya?

El mateix. La producció de pòdcasts s'ha anat incrementant a un ritme superior al de l'audiència, que es concentra en un nombre reduït de pòdcasts. Molts pòdcasts adquireixen notorietat i visualitzacions en format de càpsula a xarxes socials sense que això es correspongui amb un volum significatiu d'escoltes a les plataformes de pòdcasting.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

Té un gran potencial. Sobretot per l'abast

que poden adquirir a Instagram i TikTok les càpsules que se'n generen. El fet que el format pòdcast en format íntegre estigui trobant dificultats per arribar a la generació Z està impedit que aquest potencial es materialitzi.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

És un format audiovisual, que és el tipus de format amb més potencial d'arribar a públics, segons les tendències de consum d'entreteniment i informació (i híbrids) actuals. I és un format de baix cost que permet l'autogestió. Això pot motivar gent jove a utilitzar-lo com a via d'expressió i per emprendre projectes de comunicació i entreteniment amb mirada pròpia. D'entrada mentre no tenen accés als mitjans tradicionals, però que pot esdevenir una porta d'accés a la professionalització.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

Llevat d'excepcions amb audiències consolidades prèvies a la generalització del format videopòdcast, per ser competitiu un pòdcast ha d'incloure el suport vídeo per poder interpel·lar audiències joves que no conceben l'escolta sense el suport visual, un fenomen que també es produeix amb la música (d'aquí la importància de YouTube en les mètriques que certifiquen l'èxit dels llançaments de cançons). El format audiovisual no impedeix que l'audiència més adulta i amb hàbit de gaudir-ne en format àudio pugui continuar fent-ho d'aquesta manera (la interfaç d'Spotify així ho habilita). En l'àmbit de l'àudio el pòdcast sí competeix amb la ràdio, tret de en franges horàries molt determinades i formats informatius del prime time matinal. Això té menys incidència entre audiències senyors, que sostenen el consum de ràdio i de mitjans tradicionals. Però és possible que la ràdio es vegi afectada per una manca de recanvi generacional a favor del pòdcast.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

Sí. Les ajudes a mitjans de comunicació de la Generalitat haurien de reflectir els canvis en els formats comunicatius.

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

Sí. El 2020 va significar un punt d'inflexió a bona part d'Europa. Anteriorment el pòdcast només era un format molt popular en els països anglosaxons.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

A la dificultat de construir audiències i la manca de creixement de públic potencial, que desincentiva la producció. També a la dificultat de monetitzar el format, entesa com una manera d'obtenir un retorn econòmic suficient que compensi el temps que s'hi dedica.

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

Sí, la qualitat ha augmentat i ha disminuït el nombre de projectes amateurs.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

S'ha d'entendre com un laboratori d'idees audiovisual, una manera d'explorar continguts d'arriscar, amb costos més baixos. També d'arribar a audiències més nínxol, menys generalistes. I un format boutique per oferir sèries de continguts divulgatius o híbrids d'informació i entreteniment d'alta qualitat pel que fa als discursos, sense la pretensió d'arribar a grans audiències. O d'arribar a grans audiències a través de la suma

de nínxols dispersats geogràficament, quan es tracta de pòdcasts en llengües hegemòniques.

11. I el fet en llengua catalana?

El mateix. Cal veure com la traducció automàtica a través d'IA afecta els continguts en català, obrint-los a més públic.

12. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

Catalunya té una greu mancança de pòdcasts de reflexió sobre l'actualitat, formats breus narratius que donin eines per aprofundir en la comprensió, més enllà dels titulars i les tertúlies radiofòniques.

13. I en quins hi pot haver un declivi?

El format conversacional està molt esgotat, tot i que continua donant audiència (i alegries quan ens trobem davant de bones comunicadores).

14. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

No, i és una oportunitat perduda. El format de menció publicitària en pòdcast troba l'audiència en un estat de concentració alt i receptivitat. Ara, hi ha d'haver coherència entre el producte anunciat i el pòdcast. D'altra banda, els anuncis convencionals produeixen el mateix efecte rebutjant que en altres formats, i són fàcilment evitables.

Un altre bon model és el patrocini que fa entendre a l'audiència que gràcies a la marca aquell contingut és possible.

15. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

Despesa moderada, alta qualitat de contingut discursiu, comunicadores amb carisma, construir una relació i fidelitzar una audiència, patrocinadors que entenguin que cal donar llibertat al format.

16. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

(veure resposta 11)

17. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

No la té en compte.

18. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

La presencialitat és una de les maneres més efectives de monetitzar un pòdcast, a banda d'una bona manera de fidelitzar l'audiència i establir una comunitat.

“El format conversacional està molt esgotat, tot i que continua donant audiència.”

19. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

You must remember this pòdcast, House of R i Today, Explained pòdcast.

20. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

Les Males Decisions, Radio Noia i Els visitants.

...

Ferran Espada responsable del Programa temporal per a la implementació d'un pla pilot d'impuls dels continguts audiovisuals en català a les xarxes socials i a l'entorn digital del Departament de Política Lingüística



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Des del meu punt de vista, el sector del pòdcast es troba a nivell internacional en un moment de consolidació, lluny de la fase d'impacte inicial de fa 20 anys, especialment després del llançament de l'iTunes 4.9 que els va generalitzar i de la fase emergent posterior especialment en l'última dècada. El moment actual és de consolidació però també es detecta un cert estancament del format i a l'hora

de transformació amb les innovacions de les plataformes, formats cada cop més híbrids en l'audiovisual com el video-pòdcast i d'altres i a l'espera de calibrar l'impacte de la Intel·ligència Artificial.

02. I en el cas particular de Catalunya?

Catalunya disposa al meu entendre d'un mapa de pòdcast en català molt fructífer i variat. És un èxit fruit de la potència que manté la ràdio en català com a mitjà de consum massiu que ha generat una cultura de consum de contingut d'àudio i també existeix un nivell de creativitat elevat que genera moltes idees vehiculades en pòdcast. En canvi encara falta generar una professionalització més elevada del sector que permeti una major consolidació de l'ecosistema de la creació de pòdcast que permeti major continuïtat en els projectes.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

Hi juga un paper important perquè permet utilitzar el català en un entorn digital, quotidià i especialment proper a les generacions més joves. No es tracta només de crear continguts en català, sinó de fer que el català sigui una llengua habitual per informar-se, entretenir-se, aprendre o conversar sobre qualsevol tema. A més, el pòdcast té una característica molt valuosa: permet una gran diversitat de registres i veus. Pot donar espai a formes de parlar i temàtiques que potser no tenen la mateixa presència en els mitjans tradicionals.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

La diversitat i la generació de comunitats. Pel català és molt important que sigui percebut com una llengua adaptada a les noves tecnologies de la comunicació però també adaptable a totes les temàtiques. El pòdcast té una diversitat de temàtiques molt àmplies que va des de la cultura a la política, l'humor, la cuina, i desenes o centenars de temàtiques més. Que existeixin pòdcasts de tots aquests temes dona al català una transversalitat

molt àmplia i a la vegada s'introdueix en comunitat d'audiència i interessos molt diferents.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

Probablement, el pòdcast ha àmpliament el públic d'àudio amb persones que no eren consumidores de ràdio. Però la complementarietat en el consum és actualment una norma bàsica. El consum de ràdio és complementa amb altres consums, entre ells el del pòdcast, segons el moment i la situació. La ràdio pot ser un element més habitual en determinades franges horàries i en entorns com la conducció, i el pòdcast en els moments en què prima la selecció de contingut específic per escoltar més detingudament i major interès.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

Té tot el sentit que s'articulin ajudes públiques per a la producció de pòdcast en el marc del suport que les institucions públiques, amb la Generalitat al capdavant, han de fer perquè la llengua catalana tingui una presència normalitzada en àmbits com la comunicació i la cultura. Aquestes ajudes han d'ajudar a crear i consolidar un sistema comunicatiu i no poden ser un element estructural per a l'impuls de projectes. Des del programa d'impuls del català en els entorns digitals volem establir línies d'ajuts que consolidin la llengua catalana en la creació de continguts audiovisuals digitals en tots els formats, òbviament amb el pòdcast com un dels formats fonamentals.

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

És raonable pensar que la pandèmia hi va tenir una incidència important. El confinament va accelerar el consum de continguts digitals i va fer que moltes persones descobrissin o experimentessin amb formats que permetien produir i consumir continguts des de casa. El pòdcast encaixava especialment bé en aquest context. Ara bé, crec que seria simplista atribuir tot el creixement a la pandèmia. També hi havia una evolució prèvia de les plataformes, dels hàbits d'escolta i de la tecnologia que facilitava molt més la producció i distribució de pòdcasts.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

Cal partir de la base que el nombre de pòdcast produïts no és un indicatiu clar de la dinàmica del sector. Cal tenir en compte la sostenibilitat i continuïtat de projectes o la capacitat de consolidar comunitats d'audiència. Però crec que pot haver influït en el descens un cert estancament del sector del pòdcast i una certa saturació d'oferta, a més de l'aparició d'altres formats i tendències en el consum de creació digital en català que poden haver dificultat la visibilitat de determinats projectes que no han pogut reeixir.

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

No hi veig ara mateix una relació directa. Crec que hi ha una perspectiva general cada cop més estesa que un pòdcast no és un producte menor que es pot fer de qualsevol manera. I que cal cuidar la tècnica, el guió i tot el treball que comporta un pòdcast. Però encara estem lluny d'una professionalització que permeti generar un increment de la qualitat en detriment de la quantitat.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

Com la majoria de l'ecosistema digital evolucionarà cap a la interdependència

amb altres formats i la necessitat de generar comunitats. El pòdcast probablement deixarà de ser un producte aïllat de distribució digital per convertir-se en una part integrant d'estratègies de producció de continguts que poden interactuar amb àudio, vídeo, xarxes socials, i molts altres canals en diversos formats d'un mateix contingut. També caldrà que el pòdcast generi una destacada identitat pròpia en ell mateix i una major professionalització.

11. I el fet en llengua catalana?

Doncs el mateix. No podem diferenciar el pòdcast en català dins de l'evolució del sector en general. La llengua catalana ha de ser útil per realitzar qualsevol tipus de productes comunicatius i encara més en l'àmbit digital. L'evolució del pòdcast fet en català ha de ser el mateix que la resta perquè cal que el pòdcast sigui un format en llengua catalana equivalent a altres llengües i evolucioni com la resta. No n'hi ha prou amb fer pòdcast sobre llengua o cultura catalana sinó que cal que n'hi hagi de totes les temàtiques amb absoluta normalitat.

12. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

Preveig creixement en continguts molt especialitzats i de comunitat: divulgació científica, tecnologia, història, salut i benestar, educació, cultura, esports i economia, entre d'altres. També crec que continuaran creixent els formats vinculats a comunitats concretes, perquè el pòdcast permet parlar directament a públics molt específics. Alhora, la combinació de pòdcast i vídeo farà créixer formats més conversacionals, entrevistes i programes amb una forta dimensió audiovisual.

13. I en quins hi pot haver un declivi?

Aquells que siguin més generalistes. L'especificitat, la particularitat, la imaginació, la innovació, tot allò que aporti fet diferencial té moltes més opcions de fructificar que aquells pòdcast de

contingut molt més generalista. D'altra banda, crec que aquells que no adoptin un factor d'iniciativa en la generació de comunitat amb l'audiència i es quedin estancats en oferir un simple àudio de consum aïllat tindran més dificultats per tirar endavant.

“El principal repte del pòdcast en català no és només produir més continguts, sinó aconseguir que siguin fàcils de trobar, escoltar i compartir”

14. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

Crec que el consum de continguts digitals en català té un dèficit d'atenció evident d el sector publicitari en què les marques encara no han vist un ecosistema prou madur per invertir-hi, tot i que hi ha alguns casos d'èxit de creadors de contingut en català que cal analitzar i són molt meritoris. El pòdcast ha lluitat fins ara desfavorablement en un context en què l'audiència quantitativa era massa preponderant en la inversió publicitària. Però els probables futurs canvis en l'ecosistema de creació de continguts digitals tendent a altres paràmetres més relacionats amb l'accés a comunitats d'audiència vius i la valoració de segmentacions i les interaccions pot ser una bona oportunitat per al pòdcast que s'adapti a la nova realitat per atraure inversió publicitària.

15. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

La generació de comunitat que permeti una estratègia trans mèdia que vagi més enllà de la distribució digital d'un contingut. Un fet essencial que pot permetre aconseguir ingressos sense dependre exclusivament de la publicitat. Tot projecte de pòdcast ha de tendir a diversificar el màxim possible les fonts d'ingressos i la

comunitat és essencial en això. Evidentment, l'atractiu de la proposta i la qualitat d'execució té un paper fonamental en les possibilitats d'èxit.

16. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

La IA tindrà un impacte molt fort en tot allò que tingui a veure amb la producció de continguts digitals i per suposat també en el pòdcast. Transformarà totalment tot l'ecosistema digital. La meua opinió és que cal treballar i innovar, explorant en terra ignota en com incorporem la IA en els processos de creació i comunicació digitals, que des del meu punt de vista no pot ser ni un element accessori ni substitutori del factor humà. Sinó amb una incorporació central en els processos de generació de continguts de creació i informació digitals, sempre com a complement del factor humà enfocat al valor afegit no substituïble i la prescripció.

17. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

Crec que la legislació encara té dificultats per adaptar-se a la rapidesa amb què evoluciona l'ecosistema digital. El pòdcast se situa en un espai que comparteix elements amb la ràdio, els mitjans digitals, les plataformes i la creació independent, però no sempre encaixa perfectament en els marcs tradicionals.

18. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

Fonamental. Com he dit en respostes anteriors crec que el futur del pòdcast passa per la generació de comunitats i els formats transmetia. I en això el pòdcast en directe davant de públic ha de ser una opció, complementària als continguts digitals però imprescindible.

19. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

No en soc un gran consumidor en llengua no-catalana però podria apuntar Un

tema al dia d'El Diario, La Recámara de Público i La provincia 53 sobre el Sahara d'Onda Cero.

20. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

En defensa de Companys, Les desaparicions i Les sis de Ravensbrück.

21. Vol afegir alguna idea o reflexió que no hagi sortit a les preguntes i que consideri important?

Crec que el principal repte del pòdcast en català no és només produir més continguts, sinó aconseguir que siguin fàcils de trobar, escoltar i compartir. Tenim creadors i projectes amb molta capacitat, però encara cal treballar més la descoberta i la connexió entre continguts i audiències. La visibilitat és un factor fonamental en tota la producció de continguts digitals en català. I, sobretot, hauríem d'evitar entendre el pòdcast únicament com una extensió de la ràdio. És un mitjà amb una lògica pròpia, basat en la comunitat, la proximitat i la llibertat de formats. Si sabem aprofitar aquestes característiques, pot tenir un paper molt important en el futur de l'àudio i en la presència del català en l'entorn digital.

...

Arnau Ballester

CEO i Fundador de BCN Media Hub



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Penso que el sector del pòdcast segueix estant en un moment dolç però a la vegada autoregulant-se. Molta de la producció amateur està desapareixent i es consoliden les produccions professionals, siguin de mitjans digitals, de plataformes, de branded content o de micromecenatges.

02. I en el cas particular de Catalunya?

Segons el que observem mirant cap al sector en general i fent focus en la producció als nostres estudis, es repeteix la situació. Deixem de donar servei a petites produccions i es consoliden pòdcast professionals i de periodicitat setmanal.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

Contribueix a normalitzar el català en àmbits quotidians, d'entreteniment i d'oci, més enllà dels espais tradicionalment associats a la llengua. En aquest sentit, sentir creadors parlant català amb naturalitat pot reforçar-ne la percepció com una llengua actual i útil per

a qualsevol tipus de contingut.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

El pòdcast en català amplia la oferta respecte els mitjans tradicionals ofereix al català una oportunitat especialment interessant per arribar a nous públics i ocupar espais digitals on la llengua encara té menys presència, amb un format més flexible i accessible que els mitjans tradicionals. També permet crear continguts molt diversos, temàtics i adreçats a nínxols i comunitats concretes fent que el català pugui estar present en àmbits molt diferents.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

El pòdcast és l'extensió natural de la ràdio tradicional. Un gran vertical on a més dels continguts més "oficials" o mainstream s'hi afegeixen d'altres més temàtics que segurament no tindrien cabuda a la tradicional "FM" i això fa que el públic interessant en el mitjà, ràdio o pòdcast, s'ampliï.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

Crec que els pòdcasts en català haurien de tenir ajudes públiques de manera estructural, com ja passa amb altres productes culturals i audiovisuals. La condició principal hauria de ser precisament l'ús del català, i no tant la temàtica del pòdcast. El pòdcast és un mitjà transversal, amb continguts de tota mena – entreteniment, actualitat, esports, humor, divulgació, cultura, societat, etc. – i limitar les ajudes als continguts estrictament culturals en reduiria molt el potencial.

Si l'objectiu és fomentar la presència i la normalització del català en l'entorn digital, les ajudes haurien d'arribar al conjunt de l'ecosistema del pòdcast en

català, independentment del gènere o la temàtica.

Per aquest motiu, i per no crear conflictes o duplicitats entre departaments, crec que aquestes ajudes haurien de ser vehiculades pel Departament de Política Lingüística, ja que el criteri principal que les justifica és precisament la promoció i normalització de l'ús del català.

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

Si. La pandèmia va acabar de normalitzar la creació de continguts d'àudio específics a la vegada que el confinament en va fer accelerar notablement el consum.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

El descens l'atribuiria a la dificultat de mantenir l'audiència i, alhora, d'assumir els costos mínims que requereix una producció professional i que el mateix públic acaba exigint.

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

Com comentava al principi, penso que el mateix sector s'ha anat regulant segons la seva pròpia capacitat i les exigències de producció que el mateix públic demana. Això pot haver comportat una selecció natural dels projectes, amb menys produccions però amb una major exigència pel que fa a la qualitat i la professionalització.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

Penso que el sector evolucionarà cap a una millora tècnica en la producció i de qualitat pel que fa als continguts. Tots els mitjans han abraçat el concepte de ràdio i ràdiovisual, i això farà que cada vegada hi hagi una major profes-

sionalització del sector. Alhora, es mantindran certs formats amb un look&feel més alternatiu i independent, que aporten aquesta visió de llibertat que atorga l'autogestió.

11. I el fet en llengua catalana?

En català crec que encara hi ha molt recorregut. El pòdcast ofereix una oportunitat molt gran per ampliar la presència del català en l'entorn digital i arribar a nous públics. Però perquè això sigui sostenible cal que hi hagi una indústria al darrere, amb capacitat per produir continguts de qualitat i mantenir-los en el temps.

“En català crec que encara hi ha molt recorregut.”

12. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

No crec que encara el valori prou. El pòdcast té una audiència molt més segmentada i una capacitat de generar confiança i prescripció que altres canals no tenen, però el mercat publicitari encara el considera un canal complementari. Penso que a mesura que es professionalitzi el sector i hi hagi més dades i eines per demostrar el seu retorn, aquesta percepció anirà canviant.

13. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

És complex, perquè la segmentació dificulta molt la viabilitat. La clau és intentar dirigir-se a públics prou amplis que, alhora, tinguin mancances de difusió de les seves activitats i interessos. D'aquesta manera, el pòdcast pot oferir una audiència interessant tant per als creadors com per als anunciants.

14. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

La IA ha de ser un complement i no un substitut. Des de la nostra part com a productors tècnics apliquem la IA com una ajuda a certes tasques per a guan-

yar temps i així ser més productius. No creiem ni esperem que la IA substitueixi figures bàsiques i necessàries per la professionalització del sector. Si que pot ser de gran ajuda per optimitzar el temps i així poder reduir costos per fer més accessible l'accés a produccions professionals.

15. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

D'alguna manera, com en el cas de les subvencions de l'administració, si no es posa com a requisit que les produccions de pòdcast tinguin uns mínims professionals, es pot perjudicar al sector, tot i voler-lo beneficiar. Una falta de normativa clara en aquest sentit i la manca d'uns estàndards pot potenciar l'intrusisme i la precarització dels pòdcast professionals. Subvencionar materials de gravació per a que qualsevol persona pugui gravar al menjador de casa, fa un flac favor a la qualitat general dels continguts i al sector professional.

16. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

Crec que té molt futur. La presencialitat converteix el pòdcast en una experiència i no només en un contingut de consum. Permet fidelitzar l'audiència, generar comunitat i obrir noves vies d'ingressos. Crec que veurem cada vegada més formats que combinin el pòdcast amb l'espectacle en directe.

17. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

Mamarazzis, Nadie Sabe Nada, Te Quedas a Leer.

18. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

La Sotana, La Cullerada, País Invisible.

...

David Poblador Tecnòleg. Fundador d'All Tuner Labs.



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Crec que el sector passa per un moment de més tranquil·litat després d'uns anys marcats per l'anomalia de la Covid. Durant la pandèmia molta gent va tenir accés a equipament de gravació a casa i buscava noves maneres d'expressar-se. El que va passar amb el pòdcast dins del món de l'àudio va ser semblant a l'explosió de creació de contingut en altres plataformes, com el vídeo, però amb uns costos de producció molt més baixos. Amb la democratització de les eines, el creixement va ser increïble. Ara les coses comencen a assentar-se, i és normal: el mitjà té molta més gent que l'utilitza, els projectes que han sabut construir comunitats fortes o tenir propostes diferenciades es consoliden, i d'altres van morint. Tot i això, crec que el pòdcast gaudeix de molt bona salut i que viu un moment de transformació. Els costos de producció tornen a baixar: crear bones produccions, fins i tot amb música i continguts addicionals, és cada cop més fàcil, en part gràcies a la nova fornada d'eines d'IA generativa. Això obre noves

possibilitats al format, però el pòdcast tal com l'entendem ja ha mutat i continuarà mutant. En general, continua sent una eina fantàstica per expressar-se, per arribar a noves audiències i, sobretot, per fidelitzar comunitats.

02. I en el cas particular de Catalunya?

Crec que hem estat força pioners en comparació amb altres llengües. Com sempre ens passa, igual que amb la Viquipèdia o amb altres eines d'internet, la proporció de contingut en català en relació amb el nostre nombre de parlants és força elevada. En el món del pòdcast hem tingut formats innovadors des de fa molt de temps, i a més hi ha hagut una empenta addicional: les ràdios i televisions tradicionals, que a Catalunya són molt fortes, han incorporat el pòdcast com a part de la seva oferta, ja sigui reutilitzant el que emeten per antena o creant contingut que acompanya la programació principal. Com sempre, hi ha molta gent creant continguts espectaculars en català, i sovint aquests creadors no tenen l'audiència que es mereixen, perquè la nostra demografia limita el públic potencial.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

El pòdcast és una eina perfecta per a la normalització de l'ús del català. Tot i que als mitjans tradicionals la proporció de continguts en català és baixa, precisament això ens dona l'opció de posar a l'abast de molta gent continguts que en aquests mitjans no hi són. Fa l'efecte, això sí, que hi ha un cert efecte nínxol o de cambra d'eco: només una part de la gent ha entrat al circuit del pòdcast en català. Però la base hi és, i crec que veurem nous formats orientats, per exemple, a qui aprèn la nostra llengua o la vol perfeccionar, i també pòdcasts de notícies i sectorials que aniran creixent i que ens donaran una finestra més per escoltar continguts en català.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

La barrera d'entrada. Fer un pòdcast no requereix una freqüència, un espai en una graella ni el permís de ningú: qualsevol persona amb un micròfon i una idea pot publicar en català demà mateix. Això permet que existeixin continguts verticals molt específics, de tecnologia, de música, d'un sector professional concret, que mai no trobarien lloc en una graella tradicional, on el català ja competeix per un espai escàs. I l'escolta asíncrona fa que aquests continguts no depenguin d'un horari: arriben a l'oient quan l'oient hi és.

“Amb la IA, no seria estrany un futur en què em llevi al matí i tingui un pòdcast hiperpersonalitzat, curat només per a mi, segons els meus gustos i interessos”

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumien ràdio i continguts d'àudio?

Una part competeix, òbviament: només tenim dues orelles i un temps limitat, i no podem escoltar dues coses alhora. Però crec que, més que competir pels oients que ja consumien ràdio, el pòdcast contribueix a fidelitzar los. Hi ha molta gent que, en el cas dels programes que s'han radiat prèviament, no els escoltaria mai en directe, perquè no té temps o a aquella hora té altres obligacions. Convertir l'escolta síncrona en asíncrona fa que la fidelització dels oients amb aquests programes augmenti. També permet que la gent s'especialitzi més en els continguts que li interessin, i això apunta en una direcció clara: en els propers anys tindrem més pòdcasts sectorials que encaixin amb els gustos particulars de cada persona, de tecnologia, de música, verticals tan específics que sovint no troben espai a les graelles tradicionals. En aquest sentit sí que amplia públics,

perquè arriba a gent que la ràdio generalista no atenia.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català (premsa, ràdio, cinema, teatre o música) tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

Una part competeix, òbviament: només tenim dues orelles i un temps limitat, i no podem escoltar dues coses alhora. Però crec que, més que competir pels oients que ja consumien ràdio, el pòdcast contribueix a fidelitzar los. Hi ha molta gent que, en el cas dels programes que s'han radiat prèviament, no els escoltaria mai en directe, perquè no té temps o a aquella hora té altres obligacions. Convertir l'escolta síncrona en asíncrona fa que la fidelització dels oients amb aquests programes augmenti. També permet que la gent s'especialitzi més en els continguts que li interessin, i això apunta en una direcció clara: en els propers anys tindrem més pòdcasts sectorials que encaixin amb els gustos particulars de cada persona, de tecnologia, de música, verticals tan específics que sovint no troben espai a les graelles tradicionals. En aquest sentit sí que amplia públics, perquè arriba a gent que la ràdio generalista no atenia. Si l'objectiu és fomentar la presència i la normalització del català en l'entorn digital, les ajudes haurien d'arribar al conjunt de l'ecosistema del pòdcast en

07. Les dades de les que disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

Sí, la correlació és òbvia: durant la pandèmia molta gent va tenir més temps per fer coses des de casa, i segurament també era un bon moment per explicar una història. Però hi ha un segon factor que va coincidir en el temps: plataformes com Anchor, iVoox o Spotify van arribar just aleshores a la maduresa pel que fa a allotjament, sovint gratuït, i distribució de pòdcasts, i això va abaixar encara més

la barrera d'entrada. La pandèmia va posar les ganes i el temps; les plataformes van posar les eines.

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que al 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest des cens?

A diversos factors alhora: nous formats i noves maneres d'accedir al contingut, i també la pèrdua de ganes i d'energia per continuar projectes que no creixen. La gent es fa gran i canvia de prioritats. Ho considero plenament normal. És possible que hi hagi un cert desgast o cansament, però pel que veig d'aquestes dades no és una caiguda substancial: és l'estabilització lògica després d'un període en què se'n van crear moltíssims. Fer un pòdcast, encara que sigui molt més econòmic que altres tipus de contingut, requereix constància i alimentar una comunitat, i no tothom té temps per a tot això.

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

No tinc dades al respecte, i potser estic esbiaixat per la gent que conec que fa pòdcasts. Però he vist algunes produccions en català molt espectaculars, com també n'hi ha moltes en anglès i segur que en castellà. La sensació és que sí, que la qualitat mitjana ha pujat, però ho dic com a impressió, no com a dada.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

Aquesta és la part que trobo més interessant. Anem directes cap a un concepte de pòdcast que probablement ja no anomenarem pòdcast, cada cop més personalitzat: el pòdcast com a autoconsum. Hi haurà pòdcasts de notícies curats exactament segons el que m'interessa, o pòdcasts que resumeixin altres pòdcasts i continguts que no tinc temps de consumir. Amb la síntesi de veu i la IA generativa, les plataformes tindran cada cop més eines per crear pòdcasts hiperpersonalitzats. No seria estrany un futur en què em llevi al matí

i tingui un pòdcast curat només per a mi, segons els meus gustos i interessos, que contingui episodis d'altres pòdcasts o resums del que m'interessa. Aquesta serà també la manera de fer que la descoberta de contingut escali i que la vinculació de l'audiència millori, perquè la gent passarà més hores en continguts que li són rellevants. Això és només la punta de l'iceberg. Anem cap a un món més hiperpersonalitzat, com ja es veu al vídeo o als videojocs, i ara comencem a tenir a l'abast les eines per fer-ho a un preu assequible. Veurem noves plataformes de pòdcast menys estàtiques, més dinàmiques i més orientades a la personalització.

11. I el fet en llengua catalana?

Pot ser una gran oportunitat. Probablement ens donarà accés automàtic a continguts en altres llengües, de manera que qui no les parli o no les entengui hi pugui accedir igualment. I a l'inrevés: les històries que nosaltres tenim per explicar podran arribar a altres llocs del planeta sense que la llengua sigui una barrera per a qui no la parla. Tot això és molt especulatiu, però fa tota la pinta que el futur pot anar per aquí. Això no vol dir que es deixi de gravar en català. Crec que es continuarà fent, perquè és bo explicar el món des de cada llengua: tenim coses a explicar que s'expliquen en català. Hi haurà més competència, perquè els pòdcasts d'altres llengües ens arribaran traduïts automàticament, però com a llengua continuarem tenint el nostre espai.

12. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

És difícil de saber, però apostaria pels verticals especialitzats: tecnologia, música, economia i empenedoria, sectors professionals concrets. I dos àmbits més: el públic infantil, i l'educació en sentit ampli, des de l'edtech i el futur de l'educació fins a continguts per aprendre coses, inclosa la nostra llengua. Serà una evolució semblant a la que hem vist a YouTube. En canvi, probablement anirà perdent pes

el pòdcast conversacional genèric sense un tema concret, i veurem pòdcasts cada cop més especialitzats.

13. I en quins hi pot haver un declivi?

Ho apuntava abans: el format típic d'uns quants amics que s'ajunten al voltant d'un micròfon. No desapareixerà, i pot ser que fins i tot continuï creixent en volum, però no serà el segment guanyador. Probablement quedarà restringit a certes personalitats o a gent que ja té una comunitat construïda, per a qui sí que funcionarà. Però de pòdcasters nous que arrenquin amb aquest tipus de contingut i se'n surtin, en veurem menys.

14. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

No en soc expert, però el pòdcast té un repte molt difícil de resoldre tecnològicament: l'atribució. El format es basa en RSS, un estàndard obert i descentralitzat que s'assembla més als blogs que a una plataforma tancada, i això fa molt difícil servir publicitat contextual i rellevant. Ara mateix es depèn molt de les plataformes externes, i les analítiques no són gaire bones. Suposo que això fa que el món de la publicitat, que és molt tradicional i té unes eines també una mica antiquades, no vegi el pòdcast de la mateixa manera que altres canals. Sí que veurem un augment de pòdcasts de marca, de continguts patrocinats i d'emplaçament de producte; les marques que vulguin captar certs tipus d'audiències segur que ho tenen i ho tindran molt en compte. Però ens falten dades de qualitat sobre els oients i els continguts per millorar en aquest aspecte. Si mirem YouTube, la publicitat també hi té certes anomalies; el pòdcast les té encara més magnificades, perquè les plataformes no poden generar estadístiques d'atribució correctes per a tots els oients.

15. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

Si s'ha de viure d'un pòdcast, hi ha d'haver una comunitat al darrere. Tenim l'exemple del Búnquer i d'altres pòdcasts

que s'han convertit en alguna cosa més que un pòdcast: tenen un contingut, però al darrere hi ha una comunitat de seguidors que el distribueixen, que el consumeixen de manera síncrona i que van als esdeveniments que s'hi relacionen. Crec que aquest és el camí de la viabilitat. Els pòdcasts que tenim, que són molts, no poden ser tots rendibles per si sols; és molt difícil.

16. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

Em remeto en part a la resposta sobre l'evolució del sector: cada cop hi haurà contingut més hiperpersona litzat. La síntesi de veu permetrà recreacions o fins i tot convidats que no hi siguin presencialment, clonant veus. Però no és només la síntesi de veu: la millora en la producció i en la qualitat de l'àudio, l'edició, la postproducció, totes aquestes dimensions estan millorant amb la IA i amb els avenços tecnològics dels últims anys. La IA també farà que hi hagi més pòdcasts automatitzats, i caldrà veure quin rol juguen en un món on hi ha gent que dedica moltes hores i molt d'esforç a fer continguts a mà, al costat d'un gran volum de contingut autogenerat. És força semblant al que està passant amb el contingut a internet o als diaris digitals. S'albira una transformació molt forta.

17. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

No estic familiaritzat amb la legislació al voltant del pòdcast, així que ho dic amb totes les cauteles. Tinc la sensació que bona part de la legislació sobre àudio i continguts encara viu del concepte tradicional de la radiodifusió i no ha pensat gaire en els mitjans nadius digitals. Com passa en general amb tot el que és digital enfront del que no ho és, sembla que anem una mica endarrerits.

18. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

Ho he apuntat abans: els pòdcasts que guanyin en comunitat i en vinculació

amb els seguidors seran pòdcasts que tindran una via presencial d'una manera o altra. La teatralització, els pòdcasts en directe, les gravacions amb públic: és fantàstic, i ja s'està veient. Molts dels pòdcasts grans de l'Estat han creat comunitats al voltant d'això, i en català també, òbviament.

19. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua nocalana?

Passo més hores gravant pòdcasts que escoltant-ne, així que la llista és curta: A History of the World in 100 Objects, de la BBC, i Stratechery, de Ben Thompson.

20. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

La Sotana; Foc a Terra, que fan molta feina en el sector de les startups i l'economia; L'Arrabassada; i El Búnquer.

21. Vol afegir alguna idea o reflexió que no hagi sortit a les preguntes i que consideri important?

Sincerament, crec que és un sector en transformació. Hem arribat on som gràcies a la democratització de l'accés a les eines de producció: els preus dels micròfons, la retransmissió en directe, les plataformes d'allotjament. I ara torna a haver-hi una d'aquestes transformacions, força semblant a la que va viure internet quan els continguts van passar de ser molt estàtics, en un blog, a ser molt més dinàmics. És difícil mirar la bola de vidre, però fa tot l'efecte que anem cap a un món de molta personalització. El pòdcast la viurà, i com tantes vegades al llarg de la història serà dels primers sectors a adoptar-la. És probable que qui faci pòdcasts més tradicionals quedi endarrerit si no està atent a aquestes novetats.

...

Miquel Curanta

Director i fundador de Ràdio Capital de l'Empordà, productor audiovisual, fundador de Rigora Labs



01. Des del seu punt de vista, i breument, per quin moment pensa vostè que passa el sector del pòdcast en general?

Des d'un punt de vista quantitatiu, el moment és molt bo: cada vegada hi ha més oferta i més espai perquè apareguin nous creadors i noves propostes. Ara bé, no tinc clar que tota aquesta oferta tingui necessàriament sentit, ni que hi hagi prou audiència i prou recursos per sostenir-la.

Per tant, crec que el pòdcast viu un bon moment tant pel volum de producció com per les possibilitats creatives que ofereix. El repte serà veure com les grans plataformes són capaces d'ordenar, filtrar i recomanar tota aquesta oferta perquè els usuaris la puguin descobrir amb facilitat i no acabin saturats.

02. I en el cas particular de Catalunya?

A Catalunya la situació és semblant, però amb un factor afegit: el català afavoreix que apareguin molts continguts nous i això, des d'un punt de vista de normalització i d'oferta cultural, és molt positiu.

El problema és que aquesta oferta està molt atomitzada i això fa que molts projectes difícilment puguin arribar a ser econòmicament viables o assolir audiències prou grans. Per tant, com més oferta hi hagi en català, millor, però també crec que arribarà un moment en què el mercat, les plataformes o els mateixos agents del sector hauran d'ajudar a ordenar i refinar aquesta oferta.

L'objectiu hauria de ser que els continguts responguin a criteris de qualitat i que, alhora, siguin útils per ampliar l'ús i la presència social del català.

03. Quin paper creu que juga el pòdcast en la normalització de l'ús del català?

Crec que alguns pòdcasts nadius digitals tenen un paper molt important en la normalització del català, i en tenim exemples molt clars. Ara bé, si entenem el pòdcast com una forma de distribució de contingut sonor, no podem oblidar el paper de la ràdio, que continua sent una gran generadora de pòdcasts i que, de fet, acostuma a concentrar alguns dels continguts més escoltats.

Per tant, diria que el pòdcast juga un paper fonamental en la normalització del català tant a través dels continguts radiofònics que es distribueixen en format pòdcast com a través dels projectes nadius digitals.

04. Quina oportunitat ofereix el pòdcast al català que altres mitjans no ofereixen amb la mateixa intensitat?

D'entrada, ofereix una barrera d'entrada molt baixa. Fer un pòdcast conversacional, que és una de les formes més senzilles del format, és fàcil, econòmic i relativament accessible tant des del punt de vista de la producció com de la distribució.

Una altra qüestió és aconseguir audiència, però el gran avantatge del pòdcast és precisament aquest: permet començar a generar i distribuir continguts sonors en català amb molt pocs recursos. Això facilita que apareguin noves veus, nous projectes i continguts que difícilment trobarien espai en altres mitjans.

05. Creu que el pòdcast està ampliant públics o competeix principalment pels mateixos usuaris que ja consumeixen ràdio i continguts d'àudio?

Crec que el pòdcast està ampliant públics. De fet, més que una percepció, hi ha dades d'audiència que apunten en aquesta direcció: la ràdio continua mantenint una bona salut en termes de consum, mentre que al mateix temps també creix l'escolta de pòdcasts, tant els nadius digitals com els derivats de programes de ràdio.

Per tant, ara mateix em sembla més adequat parlar de complementarietat que no pas de substitució. La ràdio i el pòdcast es reforcen mútuament i conviuen dins d'un mercat que, evidentment, té unes dimensions limitades.

A més, el pòdcast està permetent arribar a públics més joves que potser ja no tenen la ràdio entre les seves prioritats de consum habitual.

06. De la mateixa manera que diferents productes en català –premsa, ràdio, cinema, teatre o música– tenen ajudes públiques per a la seva promoció, els pòdcasts en català n'haurien de tenir de manera estructural? Qui les hauria de vehicular?

De fet, els pòdcasts en català ja disposen d'ajudes públiques de caràcter estructural. Ho conec de primera mà perquè l'any 2019, quan era director de l'Institut Català de les Empreses Culturals, vaig impulsar una línia específica de suport a la creació de pòdcasts en llengua catalana.

Aquesta línia continua existint. Per tant, més que plantejar qui hauria de vehicular aquestes ajudes, crec que el debat hauria de ser sobre la seva dotació. Probablement caldria reforçar-ne els recursos

per poder donar un suport pressupostari més adequat als projectes que s'hi presenten.

07. Les dades de què disposa Audio.cat indiquen que en el període 2016-2025 hi va haver una tendència d'augment en la producció de pòdcasts en català el 2020. Atribueix aquest punt d'inflexió a la pandèmia?

És possible. Una de les conseqüències positives de la pandèmia va ser l'eclosió de molts continguts digitals, i el pòdcast probablement en va ser un dels formats beneficiats.

El confinament va accelerar tant la producció com el consum de continguts digitals, i és raonable pensar que això contribuís a aquest punt d'inflexió en la creació de pòdcasts en català.

“L'objectiu hauria de ser que els continguts responguin a criteris de qualitat i que, alhora, siguin útils per ampliar l'ús i la presència social del català.”

08. Per contra, les mateixes dades mostren que hi va haver un pic el 2024 i que el 2025 es van fer menys pòdcasts en català que el 2024 i fins i tot que el 2023. A què atribueix aquest descens?

És possible que el pòdcast en català, com tants altres fenòmens, hagi viscut una fase de creixement molt intens i que ara estigui entrant en un període d'estabilització.

Això pot tenir diverses causes: la dificultat d'aconseguir audiències rellevants, els problemes de monetització i, també, la disponibilitat de persones disposades a generar continguts de manera sostinguda. Com a radiodifusor, veig que també costa trobar gent amb ganes de fer continguts per a la ràdio, i és probable que una part d'aquesta dificultat sigui compartida amb el món del pòdcast.

També hi pot haver la percepció, al meu

entendre equivocada, que produir en català limita excessivament l'audiència potencial. Tot plegat pot contribuir a explicar aquest descens.

09. Es fan menys pòdcasts en català però de millor qualitat?

No ho sé, i no crec que pugui respondre-ho amb rigor sense haver escoltat una mostra prou àmplia del que es produeix actualment en català.

El que sí que puc dir és que els pòdcasts que escolto tenen, en general, molta qualitat, tant pel que fa als continguts com al disseny sonor. I, des de la meua pròpia experiència, cada any impulso una ficció sonora en què intentem millorar els guions, les històries i especialment el disseny sonor, que em sembla un element fonamental.

Per tant, no puc afirmar que ara es facin menys pòdcasts però de més qualitat. El que sí puc afirmar és que, com a mínim en els projectes que conec, escolto o impulso, hi ha una preocupació clara per elevar-ne la qualitat.

10. En els pròxims anys, cap a on evolucionarà el sector del pòdcast en general?

Em fa la sensació que el sector evolucionarà cap a una certa racionalització i estabilització del volum de continguts que es generen. Després d'uns anys de creixement molt intens, probablement entrarem en una etapa en què l'oferta es consolidi i sigui més selectiva.

També crec que el pòdcast tendirà cada vegada més cap als formats audiovisuals. De fet, avui ja costa separar clarament el pòdcast de l'audiovisual, i la tecnologia permet produir vídeo amb una facilitat cada vegada més semblant a la de produir només àudio.

Finalment, penso que hi haurà una mena de selecció natural dels projectes, que afavorirà una certa professionalització i una millora general de la qualitat dels continguts.

11. I el fet en llengua catalana?

Crec que l'evolució serà similar. Espero, això sí, que es vagi superant aquesta

idea que no val la pena produir en català perquè el mercat és petit. Confio que les noves creadores i els nous creadors no assumeixin aquest discurs i continuïn apostant per fer pòdcasts en català.

També espero que les administracions siguin capaces de destinar més recursos a aquest àmbit. El pòdcast ja és una forma de creació cultural i, com a tal, crec que hauria de rebre una consideració similar a la del cinema, el teatre, la literatura o altres disciplines.

Per tant, seria desitjable que les polítiques públiques el reconeguessin plenament com a sector cultural i l'ajudessin a finançar-se en la mesura que li correspon.

12. Quines són les temàtiques o àmbits que tindran un augment de pòdcasts en els pròxims mesos o anys?

No sé quines temàtiques creixeran més, però sí que veig clarament alguns àmbits on encara hi ha molt recorregut. Sobretot en català, hi ha una presència molt important del pòdcast conversacional, mentre que trobo a faltar més ficció sonora, més documental, més treball periodístic pensat específicament per al format pòdcast i també més continguts infantils, pensats específicament per a criatures.

Em sembla que tots aquests àmbits poden aportar més diversitat, qualitat i singularitat a l'oferta. Per això m'agradaria pensar que en els pròxims anys creixeran el periodisme, en les seves diferents expressions, la cultura, la ficció i el pòdcast infantil, i que el pes del pòdcast estrictament conversacional tendirà a equilibrar-se una mica més.

13. I en quins àmbits hi pot haver un declivi?

Espero que hi hagi una certa correcció en el pòdcast conversacional. És un format molt accessible i això ha fet que se n'hagin produït molts, però no sempre amb el nivell de qualitat necessari.

Per tant, més que un declivi radical, m'agradaria pensar en una regulació natural del volum: que quedin els projectes que realment tenen una proposta, una

veu pròpia i una qualitat suficient per justificar-se.

14. Creu que el mercat publicitari valora adequadament el pòdcast com a canal de comunicació?

Encara no. Crec que el mercat publicitari continua sense valorar adequadament el pòdcast i, a més, ho fa d'una manera força desigual.

Hi ha pòdcasts que em semblen sobrevalorats comercialment, especialment alguns formats d'entrevista amb audiències aparentment molt grans, mentre que d'altres, amb xifres més discretes, poden ser molt més interessants per a una marca perquè arriben a públics molt concrets i ben definits.

Per tant, crec que encara falta maduresa a l'hora de valorar el pòdcast no només pel volum d'audiència, sinó també per la qualitat, la fidelitat i l'especificitat del públic al qual arriba.

15. Quina creu que és la clau per fer viable econòmicament un pòdcast?

Una de les claus és que el contingut sigui patrocinable. Més enllà de les possibles ajudes públiques, si un pòdcast és rellevant per a un nínxol, un territori o una temàtica concreta, té més possibilitats d'atraure marques que vulguin associar-s'hi. I parlo de patrocinis, no necessàriament de contingut de marca.

Hi ha també un altre cas interessant: els pòdcasts nadius digitals que neixen sota el paraigua d'una emissora de ràdio. En aquests casos, l'emissora pot aportar un valor afegit important si facilita espai d'antena per promocionar el pòdcast o el seu patrocinador.

Aquesta capacitat de combinar distribució digital amb presència radiofònica pot ser una via molt útil per reforçar-ne la viabilitat econòmica, tot i que és una possibilitat més restringida a determinats projectes.

16. Quin paper preveu que pot tenir la IA en la producció de pòdcasts?

La intel·ligència artificial tindrà, i de fet ja està tenint, un paper cada vegada més

rellevant en la producció de pòdcasts. Ja hi ha exemples de pòdcasts generats íntegrament amb IA, d'altres que la utilitzen per crear o millorar personatges, i també projectes que la fan servir com a eina de suport en la ideació i l'escriptura de guions.

Sense entrar a valorar si aquest ús és positiu o negatiu, em sembla clar que la IA acabarà tenint presència en pràcticament totes les baules de la cadena de producció: des de la concepció inicial del contingut fins a la producció, l'edició, la personalització i la distribució final.

17. La legislació actual, en general, afavoreix, perjudica o no té en compte la realitat del pòdcast?

Crec que, simplement, la legislació encara no té prou en compte la realitat del pòdcast. S'ha trigat molts anys a començar a regular de manera més clara les xarxes socials i, especialment, tot el que té a veure amb la monetització i l'activitat econòmica que generen.

En el cas del pòdcast, tinc la sensació que encara som més enrere. Per tant, més que dir que la legislació l'afavoreix o el perjudica, diria que encara no l'ha incorporat plenament com una realitat pròpia que necessita un marc específic i adaptat.

18. Quin futur li veu a la presencialitat o teatralització dels pòdcasts en directe en un espai físic concret?

Li veig un bon futur. Cada vegada hi ha més exemples de pòdcasts que fan el salt de l'auricular al teatre, a una sala o a un recinte, i em sembla una evolució positiva. També pot ser una bona via de monetització, tot i que evidentment no està a l'abast de tots els projectes.

El mateix passa amb els festivals específics de pòdcast, que crec que també tenen recorregut. La principal limitació que hi veig és que aquests formats funcionen especialment bé amb pòdcasts conversacionals, d'entrevista o grupals, però són més difícils d'adaptar a altres gèneres, com ara la ficció sonora.

Malgrat això, crec que la presencialitat i

la teatralització dels pòdcasts tenen molt bon futur.

19. Em pot recomanar tres pòdcasts de llengua no-catalana?

Sí: El Descampao, Hora Veintipico i Piers Morgan Uncensored.

20. I em pot recomanar tres pòdcasts fets en català?

Sí: Aquella nit al Tiffany's, La Renaixença i No pengis.

...



www.espaisonor.cat
info@espaisonor.cat



www.audio.cat
info@audio.cat