

## Podium: allò que la ràdio havia aparcat

### Podium: el futur dels *podcast*

JAUME PIQUÉ I ABADAL / NOVEMBRE 2018

Segurament hi ha qui pensa que els *podcasts* són programes de ràdio accessibles a través de la xarxa sota demanda, a la carta. En realitat, quan parlem de *podcasts* ens referim a continguts d'àudio diversos accessibles a través d'Internet- i que identificaríem com a temes musicals- realitzats a partir de les tècniques de producció que s'han anat desenvolupant en el mitjà ràdio, s'hagin emès o no per aquest mitjà.

A diferència dels programes de ràdio, els *podcasts* creats directament per a la xarxa s'alliberen d'algunes característiques dels formats pròpiament radiofònics. No han d'encaixar en una graella temporal: la servitud al rellotge i als ritmes d'activitat del dia! A la vegada, en estar disponibles en tot moment i no dependre de la planificació d'una programació d'emissió, facilita una amortització progressiva. I encara més, per produir un *podcast* ni tan sols cal que hi hagi una empresa de ràdio darrere.

El professor i periodista Toni Sellas, seguidor del fenomen del *podcast*, ens anunciava que en els pròxims anys veuríem una evolució d'aquests formats, i posava com a exemple la plataforma de *podcast* Podium, la plataforma de *podcasts* creada pel grup Prisa.

El juny de 2018 Podium celebrava el seu segon aniversari. Va començar amb una oferta de dinou títols -títol és l'equivalent al programa en la ràdio tradicional-, cadascun amb més o menys capítols, segons el format. En el seu primer any de funcionament va passar dels dinous als trenta-dos títols. D'aquests, tres van tenir més d'un milió de descàrregues.

Podium ofereix espais de divulgació (d'art, de ciència, de música, d'aspectes de vida quotidiana), humor, documentals, espais periodístics i producció de ficció . El portal s'anuncia amb una promesa: *"Lo mejor está por escuchar"*.



Figura 1: El juny de 2017 la plataforma de podcasts Podium celebrava el seu primer any amb 9 milions de descàrregues

Les produccions són acurades, sense cap mena de dubte, encara que l'estil, la narrativa, no sigui massa diferent del que ja es feia als anys 80 i 90.

Jaume Serra, director de la Cadena Ser a Catalunya comenta que Podium ha estat una decisió molt rumiada: *"Ja avui és un fet que el consum d'àudio no només es fa a*

*través de l'FM, així que es factible imaginar i crear una nova plataforma de continguts sonors. En el cas de Podium s'ofereixen produccions exclusives i de qualitat. No són programes reciclats, i és té una cura extrema en la realització sonora"*.

Aquestes produccions estan pensades per a un públic de parla castellana de tot el món. I això és un mercat d'una potència extraordinària. Arriba al públic hispà dels



Figura 2: Una captura de pantalla de la home de Podium

Estats Units. *"Als Estats Units hi ha hagut serials amb èxit distribuïts només en podcaststst. Podium ja està treballant projectes de producció amb gent de Mèxic, per exemple. Hi ha persones que estan escrivint espais per ser enregistrats exclusivament per al podcast. Són productes*

que tenen un llarg recorregut”, ens diu Jaume Serra.

És aquest recorregut llarg el que permet una inversió en la producció d'aquests programes amb uns criteris de rendibilitat diferents dels d'espais de ràdio, que es creen atenent la informació del dia a dia. Podium ha esdevingut un espai de

produccions alternatives amb uns formats i temàtiques que la ràdio generalista basada en la programació de blocs havia anat arraconat en les seves graelles fins a desaparèixer de l'antena. Un gust per a les orelles *gourmet*.



Figura 3: Una captura de pantalla de la *home* de Podium