

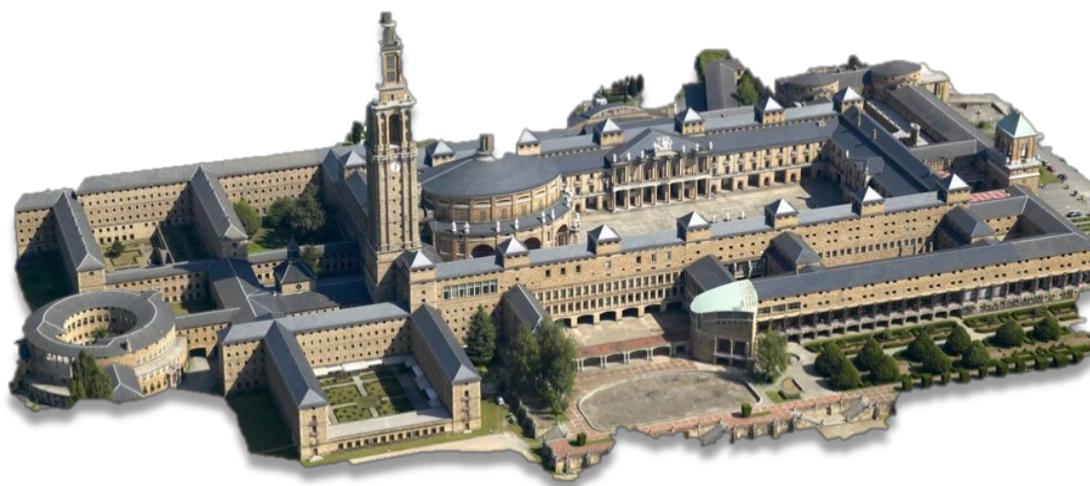


**JPOD
GIJÓN
2020**

La propuesta

Las jornadas sobre podcast JPOD no se han realizado en el **norte de España**. Nunca en sus 13 ediciones una ciudad por encima de Zaragoza ha albergado el evento más importante del país sobre el fenómeno con mayor crecimiento anual de cuantos ofrece la frenética comunicación de masas actual.

La candidatura de **Gijón** cuenta con el apoyo del **Ayuntamiento**, con el que ya hemos contactado y que respaldará la organización, promoción y difusión del evento a través de Impulsa Centro Municipal de Empresas de Gijón. Esta sociedad pública cederá las instalaciones necesarias para las ponencias, mesas redondas, talleres, premios y demás actividades recogidas en el programa, y colaborará en su desarrollo. Entre los emplazamientos que se barajan se encuentran las instalaciones de la Universidad de Oviedo en el Campus de Viesques o la **Universidad Laboral de Gijón**. En función del programa y la asistencia prevista se escogerá la sede definitiva.



Gijón, además, añade a su favor su condición de sede de otros eventos relacionados con **la tecnología y la comunicación** que garantizan la asistencia de público interesado en estos temas, tanto de la propia Asturias,

como de las comunidades autónomas del entorno. Un público acostumbrado a disfrutar de congresos y jornadas especializadas como Gamelab (videojuegos), Trending Tools (herramientas y app para redes sociales y comunicación) o el Laboratorio de Electrónica Visual L.E.V. (creación sonora electrónica). Una programación que confiere carácter a Gijón como ciudad contemporánea, y a la que se añade su abundante calendario cultural, uno de los más amplios, variados y sofisticados del país, con el Festival Internacional de Cine de Gijón, la programación vanguardista de Laboral Centro de Arte, la Semana Negra, la Feria Europea de Teatro Fetén o el Splashdown Festival.

Gijón dispone además de las **comunicaciones** adecuadas, con conexiones por autopista hacia el Este y el Oeste, más la autovía a la Meseta. A lo cual añade la conexión portuaria, que enlaza con Europa, el aeropuerto de Asturias y por supuesto el ferrocarril. A su vez, concentra 5.000 plazas hoteleras y establecimientos que van desde los hoteles de alta gama a las casas o apartamentos rurales. No en vano es la ciudad que habitualmente registra mayores pernoctaciones turísticas del norte de España, con una variedad de alojamientos más que notable.

Aparte, su ubicación permite un flujo constante con las ciudades de **Oviedo y Avilés**, separadas entre sí por unos pocos kilómetros y comunicadas por la llamada *autopista Y*, por los constantes trenes de cercanías y por líneas de autobús cuyas frecuencias son similares a las del transporte urbano en una gran urbe. Esta cercanía y conexión metropolitana entre Gijón, Oviedo y Avilés (que suman medio millón de habitantes) permite ampliar cualquier evento a las tres ciudades, con la posibilidad de alternar escenarios y de reunir en una de ellas a público de toda la región como si de una sola ciudad se tratara.

Los meses propuestos para la celebración de JPOD 2020 son **febrero o marzo**, pues el primer trimestre del año permite una organización sin atropellos, ya que en esas fechas la cantidad de eventos de corte tecnológico/comunicativo es menor que en meses próximos al verano. Lo cual también garantiza una asistencia suficiente como para superar las cifras de anteriores ediciones de las jornadas, objetivo que lógicamente encabeza todos los demás.

Por último, el equipo que integra esta propuesta desarrollará una intensa labor de **posicionamiento** de las JPOD, tanto en buscadores, redes sociales y medios de comunicación, aprovechando el perfil de las personas de un equipo que reúne a periodistas, podcasters y expertos en social media. Todo lo necesario para que las jornadas reciban el mayor eco posible, antes, durante y después de su celebración. Para ello, elaboraremos un calendario de difusión que permita coordinar estas tareas de la forma más eficaz.

Objetivos

El primer afán de las JPOD 2020 es promover el fenómeno del podcasting: la escucha, realización, difusión y conexión de podcasts en España para continuar la labor realizada desde la Asociación Podcast desde su creación, así como de todas las Jpods previas. El trabajo de todas las personas que durante esta última década han compartido su esfuerzo y sus conocimientos ha logrado consolidar una comunidad de podcasting genuina y entusiasta en torno a una afición que ya se desarrolla en nuestro país con estándares profesionales y con una especialización incuestionable.



El podcasting español reúne ya el talento, la comunidad de oyentes y las posibilidades de crear una industria sólida, tres elementos suficientes para ser reconocido en todos los ámbitos como uno de los sectores pujantes de la comunicación. Los años inmediatos van a demostrarlo, con previsiones de crecimiento como las que ya hemos visto en Estados Unidos. Y ese es nuestro objetivo: encumbrar al podcasting español como un sector de referencia.

Aparte de ese objetivo general, existen otros contenidos que abordarán las jornadas por ser prioritarios en el contexto actual del podcasting. Son estos:

–**El podcasting en Estados Unidos**: un análisis de su espectacular crecimiento, con el fin de buscar puntos en común con la realidad española y anticipar retos y posibles problemas. EE UU es el espejo donde debe mirarse el podcasting español, y para ello las JPOD 2020 diseccionarán lo sucedido allí en los últimos años con el detalle necesario para tomar ejemplo en todos los ámbitos.



–**Cómo hacer industria**: qué empresas se pueden crear y cómo hacer dinero. El éxito de la publicidad en los podcast gracias a la fidelidad del público y el engagement especial que establece. El perfil del público y su capacidad de compra superior a la media. Casos prácticos de marcas cuyas inversiones en podcast han funcionado. Modelos de patrocinio, publicidad y branded content. Qué experiencias comerciales de la radio convencional pueden servir. Podcast para marcas. Modelos de gestión de las empresas de podcasting. Relaciones con otros sectores del sector tecnológico / comunicativo.

–**Un mundo de manos libres**: el futuro de los podcast con la consolidación de la tecnología hands off: cómo van a cambiar los usos virtuales los dispositivos por voz como Google Home, Amazon Echo y los asistentes virtuales como Siri o Alexa.

–**El podcaster como especialista y líder de opinión**: como comunicador, el podcaster es el polo opuesto de otros emisores de contenidos en formatos diferentes (del videoblog a Twitter), donde muchas cuenta más el postureo, la polémica o el humo que la especialización real en los contenidos sobre los que se informa o difunde. Esta condición del podcaster como alguien conocedor a fondo de los temas que aborda le confiere una categoría que empieza a ser

rara en la comunicación de masas, y que merece ser analizada con sus pros y contras en las jornadas. Porque su influencia en la cultura pop es indiscutible.

–**El desembarco de las grandes multinacionales:** Spotify ya tiene en marcha un presupuesto descomunal para servicios de podcasting, que probablemente modificará por completo el panorama actual, tanto desde el punto de vista de la oferta, la difusión, los públicos y por supuesto el negocio. ¿Qué pretenden esa y otras multinacionales con su desembarco, qué objetivos tiene cada una?

–**El humor como base del podcast en España:** si hay algún contenido principal entre los podcast de éxito en nuestro país, es el humor. No ya como un contenido sustancial, sino muchas veces como una actitud comunicativa. Las JPOD 2020 reunirán testimonios de diversos podcasters que ahonden en este fenómeno.

–**La medición de audiencias:** de qué forma se realiza actualmente, con qué tecnología y con qué carencias. Qué baremos son los más relevantes. Cuáles son las empresas que elaboran las mediciones más fiables y qué aplicaciones o software existe para que un podcaster pueda recoger datos fiables sobre la penetración de sus contenidos.

–**Modos de consumo del podcast:** el deporte y el transporte son los dos hábitos diarios que más usamos para escuchar podcast. Sin embargo, las tendencias también están cambiando. ¿En qué medida el modo de consumo modifica la experiencia del podcast? ¿Se consumen los contenidos de distinta forma según su temática? ¿Y se consumen de forma distinta según las edades?



Formato

Las JPOD 2020 alternarán ponencias, mesas redondas y talleres, aprovechando que las instalaciones combinarán diferentes salas. Como es habitual, las ponencias estarán reservadas para que los y las especialistas en cada materia expongan sus conferencias. Las mesas redondas, para facilitar debates entre distintos invitados e invitadas en los que también participe el público. Y los talleres, para proporcionar a los asistentes la posibilidad de un aprendizaje y práctica sobre distintos aspectos del podcasting (del software a los tipos de locución) que complete la experiencia de las jornadas.

Aparte de ponencias, talleres y mesas redondas, las JPOD 2020 también ofrecerán otras actividades:

- **Podcast en los meses previos al evento**, donde los integrantes de la organización iremos informando de todas sus características y a los que invitaremos a algunos de los ponentes para que vayan anticipando lo que van a preparar. De esta forma, además de azuzar el interés, conseguiremos ir creando comunidad en torno a las JPODS, al recoger también en feedback los comentarios e intereses de los futuros asistentes a las jornadas.
- **Directos**, para retransmitir por streaming y redes sociales los principales actos y multiplicar de forma exponencial el alcance de las JPOD mediante el público virtual que esos directos logren reunir.
- **Encuentros podcasters-oyentes**, que acerquen a algunas de las voces más conocidas del podcasting español a sus seguidores, a fin de intercambiar opiniones y acercar personas.
- **Espacios de networking**, donde los asistentes puedan trabajar con sus equipos y establecer contactos. Cualquier colaboración que salga de las JPOD será un éxito colectivo.
- **Feria de productos**: la cesión de las instalaciones municipales nos permitirá incluir también una feria de productos relacionados con el podcasting donde además puedan participar con sus propios stands algunos de los patrocinadores del evento que lo deseen. Esta feria, de hecho, está concebida como un aliciente extra para conseguir

financiación, por un lado, y participación del mundo empresarial, por otro.

- **Premios:** como en todas las ediciones de JPOD, la Asociación Podcast entregará sus galardones en una gala para la que contaremos con un presentador/a estrella y una actuación musical.
- **Concierto, ocio y foodtrucks:** nuestra intención original es implicar a alguna banda de música para reservar un recinto donde poder organizar un concierto el último día de las jornadas a modo de celebración, abierto a todo tipo de público, donde podrían sumarse otras actividades de ocio con colectivos locales (gaming, teatro, etcétera) más la presencia de algunos foodtrucks asturianos para difundir la gastronomía local con un estilo informal de street food.



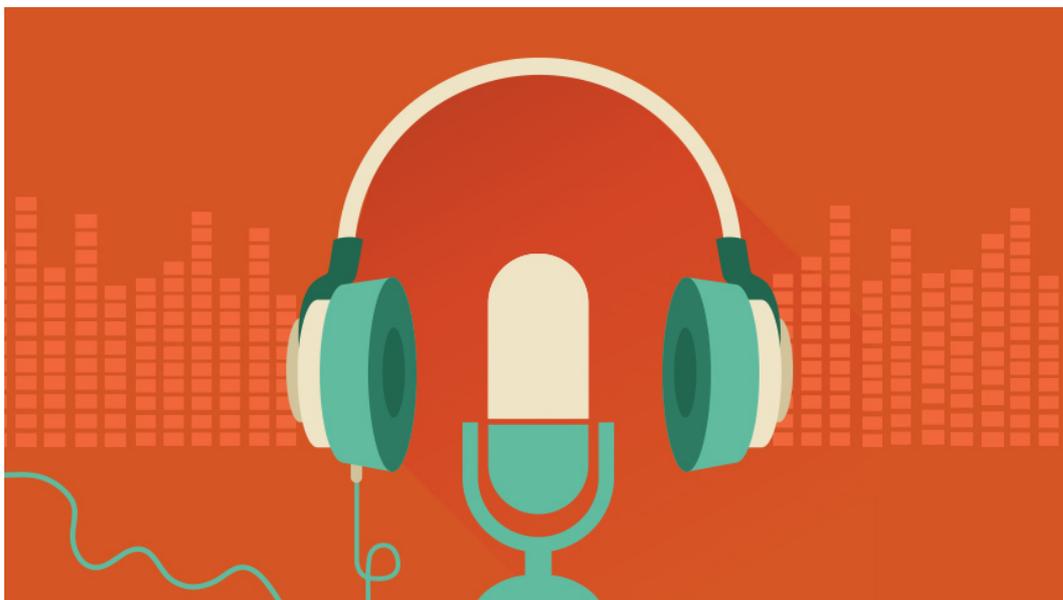
Organización

Nuestra propuesta está pensada para **dos días completos**: viernes tarde, sábado y domingo por la mañana, en los que creemos se pueden concentrar todos los contenidos y formatos anteriormente indicados con suficiente calidad y sin que resulte atropellado. El resto de características serán las siguientes:

- El **reparto de charlas y actividades**, no obstante, atenderá el hecho de que bastantes asistentes no acuden todos los días ni están interesados en toda la programación. En consecuencia, distribuiremos las citas de tal forma que cada día un mismo asistente pueda decidir entre diversos bloques, tanto de contenidos como de formatos, para componer a su gusto la experiencia del evento.
- En cuanto a **la entrada**, con esos ingresos podremos garantizar la captación de los mejores podcasters y sufragar sus desplazamientos y alojamientos. Mesas redondas, talleres, encuentros, feria o las actividades de ocio serán gratuitas, lo cual también marcará la diferencia entre la parte más *profesional* de las JPOD, y el resto de su programa.
- De igual forma, el programa se repartirá acompañado de una **guía turística de Gijón** elaborada para la ocasión, para que quienes prefieran dedicar algunas horas a moverse por la ciudad a su aire puedan hacerlo con un buen resumen en la mano de sus mejores enclaves urbanos, hosteleros y culturales. El respaldo del Ayuntamiento, que lógicamente encuentra en las jornadas una estupenda oportunidad para promocionar Gijón, facilitará este programa complementario.
- Por último, desde la organización queremos implicar a todas las **emisoras de radio** que hay en Asturias, que son varias decenas entre cadenas nacionales y emisoras locales, para que durante las jornadas retransmitan alguno de sus informativos y programas desde el recinto. Además de participar algunos de sus profesionales en las charlas y debates. Esto, además de la lógica difusión complementaria de las JPOD, nos permitirá acercar dos mundos distintos pero similares en muchos aspectos y enriquecer ambos con los testimonios de sus profesionales y aficionados.

Escuela de podcast

Concebimos la organización de las JPOD 2020 como el arranque de un colectivo asturiano que centralice la comunidad de podcasting local y la amplíe. Para ello, aprovecharemos el empuje de las jornadas para presentar la futura **Escuela de Podcast de Asturias**, una iniciativa con afán divulgador que esperamos llevar a los centros escolares de la región con distintos cursos y actividades. En el lanzamiento de esta Escuela trataremos también de implicar a las administraciones y a los principales centros culturales de la comunidad autónoma, caso de Laboral Centro de Arte y Creación Industrial, o el Centro Niemeyer de Avilés. Una Escuela de estas características puede convertirse rápidamente en una promoción estupenda del podcasting entre los jóvenes, y en un referente nacional si se concentra su trabajo en la formación y la divulgación.



Patrocinadores

Nuestra intención es acudir a las marcas que han apoyado en ediciones anteriores las JPOD, para reforzar sus lazos con el evento (Spreaker, Fundación Telefónica, iVoox, Olympus, Cuonda o Abbcast). Obviamente, también vamos a contactar con otras multinacionales y empresas, en especial las relacionadas con el alojamiento de podcast, plataformas de blogs y webs, dispositivos y tecnología audiovisual, plataformas de streaming, empresas de contenidos, redes sociales, etcétera.

Además, claro, de las oportunidades que en este sentido nos brinda la propia Asturias. Centros como el Parque Tecnológico de Gijón, la zona logística Zalia y otros enclaves de similar corte tecnológico nos pueden permitir el acceso a patrocinios de empresas implantadas en Asturias que ya han colaborado con otros eventos similares o que pueden encontrar en las JPOD una oportunidad para vincularse a un movimiento en auge. En ese sentido, la composición de nuestro equipo, que reúne a periodistas y expertos en comunicación veteranos, facilitará esta labor, gracias a los contactos recabados durante sus años de ejercicio profesional. Somos bastante optimistas sobre los patrocinios a conseguir, así como con la participación de empresas en la feria de productos y en otras actividades de las indicadas para el programa.

Equipo

David Remartínez: periodista con más de 20 años de experiencia en radio, televisión, prensa e internet. Ha sido redactor jefe web en periódicos del grupo Vocento y en la revista Vanity Fair. Escritor, docente y podcaster. Organiza eventos periodísticos y está especializado en cultura popular y gastronomía.



Rubén Llames: periodista, doctorando en Ciencias de la Información y Máster en Dirección de Comunicación. Es director de Estrategia Digital en la agencia Sublimedia y fundador del evento de herramientas de marketing online Trending Tools. Además ejerce como profesor en distintos postgrados del sector digital de la Universidad de Barcelona, de la Pompeu Fabra, de la Universidad Internacional Miguel de Cervantes y de la Cámara de Comercio de Gijón. Anteriormente, entre otras ocupaciones, fue Jefe de Informativos de Onda Cero Baleares y perteneció a la Dirección General de Comunicación en el Gobierno de las Islas Baleares.



Ibón Berra: Founder & Brand Manager en Despunta Marketing. Más de 15 años de experiencia en el sector del marketing online. Analista programador y consultor especialista en SEO-SEM. Docente de programas de formación a empresas, Máster en Social Media Management de la Cámara de Comercio de Gijón, Coordinador del Máster Social Media Álava... Autor, entre otros, del libro *Community Manager: Gestión de comunidades virtuales*.



Patricia Carmona: analista de comunicación para El Corte Inglés con una amplia trayectoria profesional en el campo del análisis digital. Lidera el podcast #LaAnalistaDelPuntoCom, donde entrevista a profesionales del sector del marketing y negocios digitales para profundizar sobre análisis y medición.



Javier Fernández: periodista, ha trabajado en diarios regionales como La Nueva España, en radio, revistas y en agencias de creación de contenidos. Especializado en periodismo digital, ha coordinado durante el último año la web de la revista Atlántica XXII. También desarrolla asesorías de redes sociales.



Junto a estas personas, que asumirán el grueso de la organización, nuestro equipo contará con al menos una docena de **colaboradores** para la logística e intendencia generales, es decir, desde acompañar a los ponentes durante su estancia en Gijón hasta el acondicionamiento de las salas, la coordinación de participantes y demás trabajos de los muchos que conlleva un evento de estas dimensiones y características.