

CREACIÓN DE PODCASTS

VOCES FEMINISTAS CONTRA LA DESIGUALDAD



GUÍA DIDÁCTICA

Autoras

Laura Tejado y María del Castillo

Coordinadora del proyecto

Zaira Ivonne Zavala

Maquetación

Teresa Cruz

Disponible en: www.asad.es

GUÍA DIDÁCTICA

CREACIÓN DE PODCASTS. VOCES FEMINISTAS CONTRA LA DESIGUALDAD

PROYECTO

VIRALIZACIÓN

FORMACIÓN DE AGENTES SOCIALES ANDALUCES EN
HERRAMIENTAS INNOVADORAS DE COMUNICACIÓN PARA DIFUNDIR
LOS ODS Y COMBATIR LA DISCRIMINACIÓN

Un proyecto de **ASAD**, Asociación Solidaria Andaluza de Desarrollo.



Financiado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el desarrollo.



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	5
TEMA 1: ¿Qué es un podcast?	6
1.1. El podcast como medio de comunicación para la equidad: ventajas y potencialidades	6
1.2. Formatos radiofónicos	10
1.3. ¿En qué se diferencia y se asemeja el podcast a la radio?	13
TEMA 2. Narrando la radio: guion y escaleta	15
2.1. Los términos básicos para armar nuestro guion y escaleta	15
2.2. Guion y escaleta	16
TEMA 3. Hablar a un micro y a un público que no vemos	19
3.1. Técnicas de narración	19
3.2. Técnicas de voz y locución	22
TEMA 4. Creación de sonidos y postproducción del podcast	24
4.1. Grabación de voz casera con ordenador o móvil	25
4.2. Cómo crear el ambiente de nuestro podcast: creación de efectos de sonido y uso de bibliotecas libres de derechos	27
4.3. Paso a paso: edición de sonido y postproducción en Audacity	30
TEMA 5. Plataformas de podcasting y difusión en redes sociales	32
5.1. Plataformas para podcast independientes	32
5.2. Plataformas de podcasting de grandes medios	37
5.3. Uso de las RRSS para la difusión de nuestro podcast	40
PARA SABER MÁS	44

PRESENTACIÓN

*“Pronunciar la palabra es pronunciar el mundo,
lo que significa transformarlo.”*

Paulo Freyre.

¡Bienvenidas, bienvenidos, al maravilloso mundo de la creación de podcasts! Cuando **en 2013 nos lanzamos a las ondas** de las radios libres, algunas de las integrantes de Sangre Fucsia teníamos experiencia en la radio y otras nos adentrábamos por primera vez en un mundo que nos fascinaba como oyentes. Proponer un programa feminista por aquel entonces no era muy común... y sin embargo tampoco estábamos planteando un programa completamente novedoso. Queríamos hablar desde la celebración (y no tanto desde la denuncia) e indagar en creaciones culturales de toda índole. Esta propuesta, unida a los intereses personales de las mujeres que lanzamos Sangre Fucsia, nos abrió un hueco en las parrillas y las *playlists* de podcast.

Seis años después el formato podcast ha despegado en el Estado español, con grandes medios lanzando plataformas propias y un aluvión de voces y perspectivas uniéndose a esta tarea tan fascinante de contar historias con sonidos... y silencios. Y es que el silencio, parte tan fundamental en la radio, nos sirve como metáfora para hablar de las voces y perspectivas que faltan.

Con una breve pasada por los podcasts recomendados en los diferentes temas de iVoox o una selección en la página principal de Podium Podcast nos preguntamos ¿dónde están las mujeres? ¿Dónde están las historias de personas que no sean occidentales? ¿Dónde están las opiniones de personas racializadas?

Aunque parezca que todo está cubierto, que todo ya está contado, nos faltan perspectivas y ahí mismo puede encajar tu podcast. Te animamos a tomar el móvil, tan a mano en nuestros bolsillos todos los días, y grabar, perder el miedo a tu voz, a las tecnologías de fácil acceso que usaremos para crear podcasts.

En este curso te acompañaremos Laura Tejado, de la cooperativa madrileña Pandora Mirabilia y co-creadora de Sangre Fucsia, y María del Castillo, creadora sonora de Zaragoza que también formó parte de Sangre Fucsia hasta 2020.

Al final de este curso esperamos que pases de ser oyente de podcast a creadora. ¡Verás que es más fácil de lo que parece!

TEMA 1

¿QUÉ ES UN PODCAST?

En este tema:

- Repasaremos las ventajas del medio radiofónico, en general, y del podcast, en particular, para difundir mensajes relacionados con la equidad.
- Conoceremos algunos de los formatos radiofónicos y tipos de programa más típicos.
- Descubriremos las principales características (semejanzas y diferencias) entre la radio tradicional y el podcast.

1.1. El podcast como medio de comunicación para la equidad: ventajas y potencialidades

El podcast y su antecesora, la radio, son uno de los medios de comunicación más inclusivos que existen y cuentan con un gran potencial para fomentar la equidad y la participación de todas las personas, sin distinción. El podcast, en particular, es una herramienta muy potente para tomar la voz y construir narraciones que no tienen cabida en otros medios de comunicación.

Por tanto, podemos decir que se trata de un medio muy feminista. Aquí te desglosamos algunas razones:

Es muy accesible.

Técnicamente, es un medio de comunicación muy poco complicado. Para diseñar un cartel o publicar un vídeo, se requieren conocimientos o habilidades que requieren un aprendizaje específico. Pero todo el mundo sabe expresarse a través del habla. ¡Lo hacemos todo el rato! También la producción y postproducción técnica tiene una curva de aprendizaje muy agradecida: con un poquito de tiempo que le dediques, dominarás los aspectos básicos.

Es barata.

Tradicionalmente, la radio era uno de los medios de comunicación más baratos. Ahora, la situación es aún mejor: es suficiente con un teléfono móvil y acceso a internet para grabar y difundir nuestro podcast. Incluso si queremos dar un paso más allá y adquirir un equipo más profesional (mesa de sonido, micros, etc.) podemos obtener un sonido de mucha calidad con una inversión no muy alta.

Es todoterreno.

No solo es barata sino que, a nivel de infraestructuras, la radio tradicional es un medio de comunicación todoterreno. Las ondas sonoras se transmiten por el aire, sin necesidad de cableado ni carreteras, por lo que a lo largo de su más de un siglo de historia, ha sido de gran compañía y utilidad en zonas poco accesibles. Según la UNESCO, en los países en desarrollo, más del 75% de los hogares tienen acceso a la radio. Actualmente, para escuchar podcasts, es suficiente con un teléfono móvil y acceso a internet.

Es idónea para trabajar en colectivo.

Aunque podemos hacer un podcast unipersonal, la radio se presta a hacerla en grupo. Resulta mucho más agradable y entretenido escuchar una conversación a varias voces que un monólogo. Y hacer las labores técnicas a la vez que locutar, aunque posible, es un poco complicado.

Nos libra de la dictadura de la imagen.

No importa la apariencia, solo la voz. Hay diferentes tipos de voces, pero todas son válidas para grabar un podcast. Nos libramos del juicio sobre nuestra apariencia que (especialmente las mujeres) recibimos cada vez que ocupamos el espacio público. Actualmente, la mayoría de los podcasts de entretenimiento de mayor éxito se emiten también en vídeo a través de Youtube. Pero esto es un extra opcional. Si quieres, hasta puedes grabar tu podcast en pijama.

Es altamente plástica.

O, como se dice técnicamente: “la magia de la radio”. ;) Con esta expresión manida y un tanto cursi (¡pero muy cierta!) nos referimos a que, mediante solo un sentido (el oído), se genera una experiencia comunicativa muy rica, repleta de matices, imágenes y emociones. Y, para esto, se requiere la imaginación de quien escucha, que completa los huecos generando constantemente imágenes mentales. Podríamos decir que, a diferencia de otros medios, la radio se adapta a tus necesidades y objetivos (¡a cualquiera!), no al revés.

Genera una conexión especial con quien nos escucha.

“La magia de la radio” se refiere también a que la relación que se establece con nuestro público es muy directa. Al escucharnos hablar, ponernos voz, se genera mucha cercanía y confianza. La comunicación tiene una presencia, una inmediatez y una densidad que difícilmente se consigue con otros medios de difusión. Por eso, facilita la construcción de relatos colectivos y la generación de conocimiento compartido a través de esa identificación emocional tan fuerte que se puede llegar a producir con las voces que escuchamos.

Doméstica y portátil.

Históricamente, la radio ha sido una aliada clave de las mujeres en el espacio doméstico. Seguro que te viene a la mente alguien de la familia (madre, abuela, tía) que tenía todo el día el transistor encendido mientras realizaba el trabajo re-

productivo del hogar. Hoy en día, con su emisión por internet, sigue siendo así: las trabajadoras domésticas pueden escuchar las emisoras de sus países de origen, con el móvil y los cascos, mientras trabajan.

QUERÍAN BRAZOS Y LLEGAMOS PERSONAS

Una radionovela de migración
y trabajo doméstico

Querían brazos y llegamos personas es una radionovela sobre migración y trabajo doméstico, escrita colaborativamente e interpretada por mujeres de la asociación de trabajadoras del hogar Territorio Doméstico, con la participación de la artista sonora Susana Jiménez Carmona y la cooperativa de trabajo Pandora Mirabilia. En ella, se narran las peripecias de Yuritsi, Quisqueya y Amalia, tres mujeres migrantes en Madrid que tratan de sortear fronteras, hacer frente a los abusos laborales y compaginar los cuidados con sus propias vidas en ambas orillas del Atlántico. Puedes escucharla [en Soundcloud](#).

EL PODCAST NO HA MATADO A LA ESTRELLA DE LA RADIO

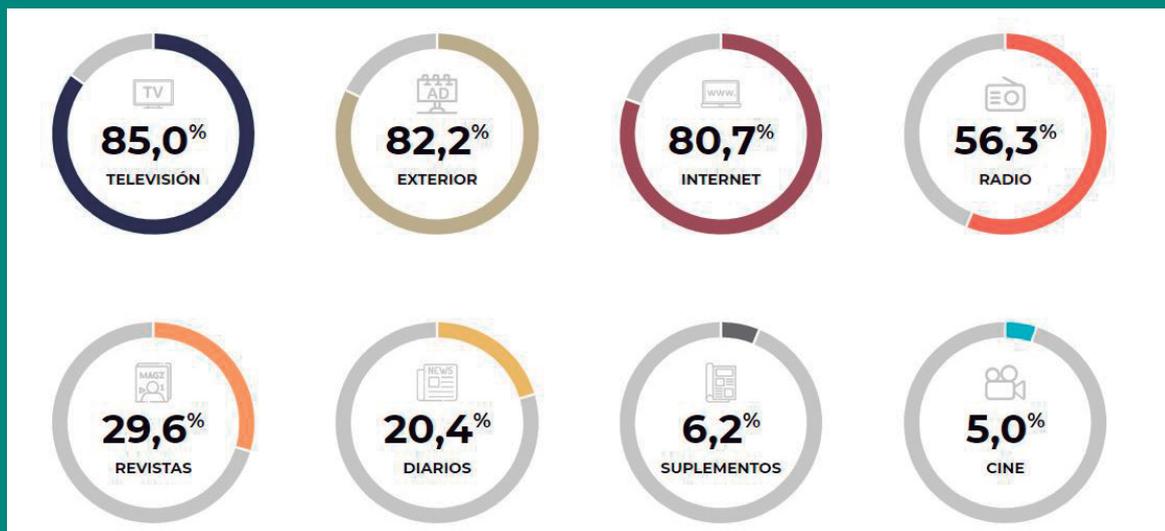
La expansión de internet no ha matado a la radio. Al contrario, ha servido para ampliar su escucha a nuevos canales y formatos. A pesar de su aparente simpleza (o precisamente por ella) el podcast es uno de los medios de mayor crecimiento mientras que la escucha de radio tradicional (a través de FM, internet o TDT) no desciende.

Según este mismo estudio, cada persona en España consume 97,3 minutos al día de radio (tradicional), es decir, lo que equivale a más de hora y media diaria.

POSIBLES USOS DE LOS PODCASTS PARA LAS ORGANIZACIONES Y LAS PERSONAS ACTIVISTAS:

- Podcast propiamente dicho (un programa con una temática, estructura y duración más o menos definida), con periodicidad semanal, quincenal, mensual o variable, para dar a conocer nuestros mensajes.
- Entrevistas sueltas (a miembros de la organización, a personas de referencia en el tema...)
- Radioshow en directo, en algún evento destacado (aniversario, premios, etc.) que podemos grabar para la posteridad.
- Cuñas para enviar a otras emisoras o podcasts, con anuncios, convocatorias, mensajes de sensibilización...

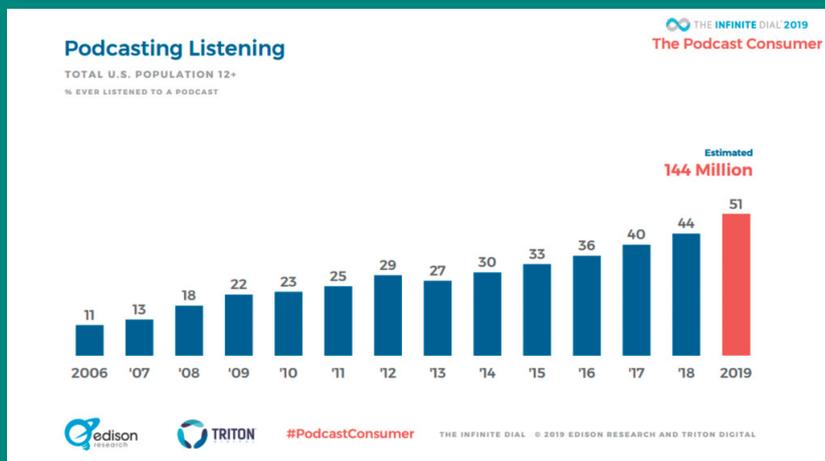
Algunos datos:



Penetración de medios en España (Encuesta General de Medios, 2019)



Evolución de la penetración de la radio en la audiencia española (2019)



Consumo de podcast en EEUU (2019)

La radio y el podcast se mantienen a lo largo del tiempo como unos buenos aliados para multiplicar las voces feministas contra la desigualdad.

- Grabación de congresos, mesas redondas, presentaciones... Un ejemplo de este uso es el que hace la librería y editorial Traficantes de Sueños. En [su perfil de Soundcloud](#) puedes ver todo su contenido.

1.2. Formatos radiofónicos

Al igual que cualquier forma de expresión, en el mundo de la radio y el podcast existen muy diferentes tipos de programas o géneros. Cada uno tiene asociado un tipo de expresiones, una forma de locutar, un ritmo y una estructura.

Es interesante conocer los formatos clásicos de la radio para luego poder jugar con ellos. Como veremos más adelante, el podcast se presta especialmente a la experimentación y la hibridación así que, ¡sin miedo!

Sin pretender agotarlos, vamos a ver en qué consisten algunos de los más típicos ya que, aunque no nos ciñamos estrictamente a ellos, nos pueden ayudar a ampliar las ideas a la hora de preparar nuestro programa y a armarlo con mayor facilidad. ¡Te recomendamos escuchar los ejemplos propuestos y pensar qué otros se te ocurren!

ENTREVISTA

Aunque pueda parecer un formato fácil (aparentemente, el peso lo lleva la persona entrevistada) en realidad es uno de los más complicados. La principal dificultad es el control del tiempo ya que, si nuestra invitada tiene cosas interesantes que contar y es locuaz, se pasará volando. Por el contrario, si entrevistamos a una persona tendente al monosílabo, el tiempo se te hará eterno. Es útil conocer previamente a la persona con la que vamos a charlar y, si es posible, hacerlo antes de empezar a grabar, para tomarle el pulso. También ayuda mucho controlar el tema que va a tratar. Un último consejo: si tú y tu invitada estáis a gusto, la charla fluirá. Ubícate mentalmente en una conversación de sobremesa alrededor de una mesa camilla y la audiencia también lo agradecerá.

[Entrevista a la rapera y activista Rebeca Lane en Sangre Fucsia.](#)

DEBATE / TERTULIA

A las características de una entrevista, se suma que hay varias personas con la intención de dar su opinión. Es fundamental controlar muy bien los tiempos y ser capaz de cortar (con amabilidad, por supuesto) cuando sea necesario. Además, hay que cuidar que las palabras no se pisen y que nadie acapare toda la voz.

[Tertulia con varias mujeres masonas en Sangre Fucsia.](#)

NOTICIERO

Ya sea en clave formal o humorística, sobre cuestiones generales o en torno a un tema concreto, las noticias de actualidad son otro de los clásicos de la radio. Es importante condensar toda la información en un titular corto y claro. Además, se presta especialmente bien a

la alternancia de voces. Aplicado al podcast, es importante tener en cuenta que la audiencia puede escucharlo meses o incluso años después de haberlo publicado. Esto no quita que podamos hacer referencia a noticias de especial calado para el tema que tratamos, aunque no se trate de cuestiones de rabiosa actualidad.

[Femijudias. Noticiero feminista.](#)

AGENDA

Especialmente relevante para las radios locales, la agenda de próximos eventos relacionados con nuestro sector tiene un encaje menos fácil en el podcast. Sin embargo, hay que tener en cuenta que un grueso importante de las escuchas se concentran en las semanas posteriores a su publicación por lo que podemos dar cuenta de eventos especialmente relevantes siempre que sea con suficiente antelación.

[Agenda \(extinta\) de Sangre Fucsia. Episodio 31 \(a partir del minuto 64:33\).](#)

REPORTAJE / CRÓNICA

Se trata del formato idóneo para explorar un tema en profundidad, analizarlo y darle contexto. Eso sí, requiere un buen trabajo de documentación previa, búsqueda de recursos sonoros, entrevistas con los protagonistas o personas expertas... También podemos incluir pequeños fragmentos dramatizados, sobre todo para recrear pasajes históricos.

[Las hijas de Maria Senhorinha en Radio Ambulante.](#)

DRAMATIZACIÓN

Cuando pensamos en formato dramatizado, nos viene inmediatamente a la mente la clásica radio-novela o radioteatro. Sigue estando vigente y, en los últimos años, ha tomado una nueva deriva con el auge de los audiolibros. Pero la dramatización radiofónica no se reduce a la ficción sino que es frecuente escuchar pequeños fragmentos dramatizados en algunos reportajes sobre hechos históricos. Además, es un formato especialmente interesante para trabajar en centros educativos.

[Ficciones sonoras de Radio 3.](#)

PROGRAMA MUSICAL

Característico de la llamada radio fórmula (por ejemplo, los 40 principales) este formato prima la música por encima de la locución, presentando temas actuales o creando una narración a través de las canciones. Es un formato muy adecuado si te da vergüenza locutar mucho texto, si realizas el podcast en solitario o si, por supuesto, eres muy melómana.

[Whisky Bar - episodio dedicado a canciones veraniegas.](#)

IMPROVISACIÓN

Este formato ha crecido exponencialmente con el auge del podcast. Pero, por mucho que improvisemos, sigue habiendo algunos requisitos previos. Lo más importante es que haya complicidad con la persona o personas con las que vas a compartir esos minutos de conversación. Que os conozcáis bien y sepáis qué tipo de humor y

referencias manejáis. Es necesaria también una actitud de generosidad, de ponérselo fácil a las otras personas. Por último, siempre hay un mínimo de organización previa, aunque sea únicamente para acordar la duración de la pieza y las posibles pausas.

¿Puedo hablar? de Perra de Satán y Esnórquel

CONSULTORIO

Otro clásico radiofónico. ¿Te sabes la [historia del consultorio de Elena Francis](#)? Te animamos a que indagues en ella. En la actualidad, la mayoría de consultorios que existen en la radio y otros medios de comunicación tienen un tono humorístico o son clara y abiertamente ficticios, pero persisten consultorios temáticos en diversos podcast. Parte de su éxito se debe a la posibilidad que abren a la audiencia de convertirse en parte activa del programa.

[Consultorio radiofónico en Ágora Sol Radio.](#)

CONCURSO

Otra forma de involucrar a la audiencia es creando concursos. Pueden ser de muchos tipos, desde preguntas de cultura general o relacionadas con nuestra temática específica a concursos literarios o de creación de canciones, o simplemente acertijos que la audiencia tiene que resolver. Puedes ofrecer pequeños premios relacionados con tu tema pero no es imprescindible. Lo que sí necesitas es establecer un canal de comunicación, ya sea una dirección de email o de mensajería (para enviar audios de voz) o, si queremos hacerlo en directo, un teléfono al que llamar.

¿Te acuerdas de los acertijos “de pensamiento lateral”? [En la SER se juega en directo.](#)

EXPERIMENTACIÓN SONORA

El formato radiofónico más artístico. Más que transmitir un mensaje, se busca evocar sensaciones estéticas, jugar con los sonidos y silencios. En este caso, más que cerrarlo en una definición, te invitamos a escuchar varios ejemplos y sacar tus propias conclusiones:

[Simulacro](#) (a partir del minuto 59:41) en *Sangre Fucsia* ; [Self/Noise](#), en *Ágora Sol Radio*; [Agnès Pe](#), en *la radio del Museo Reina Sofía*.

Además de los formatos, podemos identificar algunos **tipos de programa clásicos**, cada uno con su estilo propio.

- Deportivo
- Musical (radiofórmula o temático)
- Magazine
- Despertador
- Nocturno
- Informativo
- Humorístico

¿Cómo caracterizarías cada uno de estos programas? ¿Se suele locutar con el mismo estilo en cada uno de ellos? ¿Qué elementos (recursos sonoros, intervención del público, dramatizaciones...) suelen estar presentes en cada uno de ellos?

1.3. ¿En qué se diferencia y se asemeja el podcast a la radio?

Nos adentramos en un terreno algo pantanoso. El podcast y la radio tradicional se sitúan en dos extremos de un continuo en el que podemos encontrar múltiples formas intermedias.

Vamos a desgranarlas:

- La palabra **radio**, en el sentido al que nos estamos refiriendo en este curso, es un apócope (acortamiento) de la palabra radiodifusión. Su definición, según la RAE, es “transmisión pública de programas sonoros a través de las ondas hercianas”.
- La Academia todavía no recoge el término **podcast**. En su definición más simple, se trataría de un archivo de audio colgado en internet para su descarga. En principio, los podcast no se escuchan en directo.
- Pero cada vez es más común que las radios generalistas emitan en directo, a través de su FM, programas que luego suben a sus propias webs y a las plataformas más populares de podcast para su descarga o escucha en diferido. Es lo que se conoce como **radio a la carta**.
- Aunque no es tan común, también puede darse la situación contraria: que un podcast, pensado y difundido como tal, se incluya en la parrilla de una emisora de radio tradicional a través de la FM.
- Además, tenemos la **radio en streaming o por internet**. La gran mayoría de emisoras tradicionales, además de en el dial, se pueden escuchar por internet. Además, hay emisoras con unas características similares a las tradicionales (programación 24h, parrilla con diferentes contenidos, combinación de programas en directo con piezas grabadas previamente, etc.) pero que en lugar de emitir a través de la FM, lo hacen exclusivamente por internet.
- Este tipo de radio en streaming ha sustituido casi al completo a lo que se conocía habitualmente como **radio pirata**. Esto es, emisoras que ocupaban un punto de la onda regulada (FM, AM u onda corta) sin pagar la licencia correspondiente.
- Sí que continúan, en algunos casos todavía en la FM o AM, algunas de las conocidas como **radios comunitarias**. Son emisoras sin ánimo de lucro, concebidas para fomentar la participación de una comunidad concreta.

Aunque en muchos casos haya hibridaciones, vamos a ver las principales características diferenciales de la radio tradicional y del reciente podcast.



RADIO

- En directo y sincrónica. El contenido se emite en un día y hora concretos.
- Audiencia intermitente. Las oyentes pueden conectarse en cualquier momento del programa. Esto tiene importantes consecuencias sobre el contenido.
- Atención parcial. Es muy común escucharla de fondo, mientras se conduce o trabaja en las tareas domésticas.
- Suele estar realizada por profesionales (personas que cobran por hacer ese programa).
- El guion está cuidadosamente preparado: no hay lugar a la improvisación.
- Suelen contar con más recursos técnicos en cuanto a producción y calidad del sonido.
- Aunque hay emisoras temáticas (habitualmente, dedicadas a música o información), los contenidos suelen estar pensados para un público amplio.
- Mayor rigidez de formatos.



PODCAST

- En diferido y asincrónico. El contenido se graba previamente y queda disponible para que la oyente lo escuche en el momento que quiera.
- Los podcast se empiezan a escuchar por el principio. Como mucho, te puedes quedar a medias pero no es nada común empezar por la mitad.
- Atención (casi) total. Aunque sea mientras se hace otra cosa (ejercicio, compras...) es habitual escucharlos con auriculares.
- Es habitual que se haga como un hobby, en el tiempo libre.
- En general, tienen un tono más conversacional, improvisado, coloquial.
- La producción suele ser más simple y plana.
- Si bien hay podcast generalistas, es habitual que estén altamente especializados y destinados a un nicho de población muy concreto.
- Mayor espacio para la experimentación.

Este mapa de características está pintado con una brocha muy gorda. Por ejemplo, en los últimos años las grandes corporaciones mediáticas están empezando a invertir en la creación de podcasts de carácter profesional y de cuidada producción. Un ejemplo prominente de esto es *Serial*, una original y elaborada investigación periodística creada por Sarah Koenig y producida por la radio pública de Chicago.

¿QUÉ TIENEN EN COMÚN?

Que contamos únicamente con la voz y el oído para emitir o recibir el mensaje. Un aspecto simple, concreto pero muy determinante.

TEMA 2. NARRANDO LA RADIO: GUIÓN Y ESCALETA

En este tema:

- Manejaremos el vocabulario específico y abreviaturas más comunes en el guion radiofónico.
- Aprenderemos a elaborar diferentes tipos de guiones.
- Descubriremos qué es una escaleta radiofónica y su utilidad.

2.1. Los términos básicos para armar nuestro guion y escaleta

Antes de entrar en los detalles de cómo armar nuestro guion y escaleta, y ver algunos ejemplos, es necesario que manejemos un poco de vocabulario específico (y sus abreviaturas). Por supuesto, se trata de una convención y, si queremos, podemos inventarnos nuestra propia nomenclatura para nuestro podcast. Aunque, la verdad, parece más práctico usar la que todo el mundo conoce, ¿no?

Estas son algunas de las **indicaciones más habituales** en un guion radiofónico.

- CONTROL = la persona responsable de la técnica.

Tras este rótulo, escribiremos las indicaciones específicas para realizar desde el control técnico de sonido.

- LOC = locutor o locutora.

La persona que va a hablar, a emitir ese contenido. Se suele añadir a continuación al nombre propio de esta persona.

- PP = primer plano

Plano de referencia para la audiencia, con quien se indica una distancia próxima.

- 2P = segundo plano

Ubica el objeto sonoro en un segundo plano respecto al plano de referencia. Puede ser música, palabras o efectos sonoros.

- 3P = tercer plano

Marca la distancia más alejada del plano. Con frecuencia es el plano en el que se desarrolla la ambientación sonora.

- PPP = Primerísimo primer plano

Expresa la distancia más corta entre dos objetos sonoros. Se utiliza para expresar intimidad y complicidad con la audiencia o el monólogo interior (pensamientos) de un personaje.

■ PAF = pasa a fondo

Con esta abreviatura, indicamos que el sonido pasa a un plano más al fondo que el plano principal.

■ Funde = fundido o fade out

Indica que el sonido va disminuyendo hasta el final de ese fragmento hasta que se enlace con el siguiente efecto sonoro o música.

■ FX = efecto de sonido

Además de cortes de música, podemos incorporar diferentes efectos de sonido, que indicaremos con estas siglas.

Otros conceptos a tener en cuenta al armar nuestro guion radiofónico son los siguientes:

■ Sintonía:

Una pieza musical que indica que va a dar inicio un determinado programa o sección dentro del mismo.

■ Careta:

Similar a una sintonía, pero más elaborada. Además del fondo musical, suele incluir (pregrabado) el nombre del programa y algunos efectos de sonido.

■ Indicativo:

Un fragmento muy breve (dos o tres segundos suele ser suficiente) que recuerda a la audiencia qué programa o emisora se está escuchando.

■ Entradilla:

Presentación muy breve que hace la persona que locuta anunciando y enmarcando lo que se va a escuchar a continuación.

■ Cortinilla o ráfaga:

Pieza musical breve que marca el cambio entre dos fragmentos o secciones.

■ Cuña:

Montaje sonoro breve que tiene habitualmente la intención de promocionar algo. Puede ser publicidad convencional o servir para dar a conocer otro programa o una convocatoria (por ejemplo, de una manifestación o campaña de recogida de firmas).

2.2. Guion y escaleta

Antes de ponernos a grabar nuestro podcast, tenemos que tener muy claro qué queremos contar y en qué orden. Esto lo vamos a organizar a través de dos documentos, fundamentales para el éxito de nuestro podcast:

- **Guion:** recoge todo el contenido de nuestro programa, incluyendo no solo el texto que vamos a locutar sino también todas las indicaciones técnicas necesarias.
- **Escaleta:** se trata de un documento que resume el guion, centrándose en los aspectos técnicos y, sobre todo, en la temporalidad. Esto es, lo estructura.

Es muy recomendable que en la elaboración del guion y la escaleta participen todas las personas involucradas en el podcast. Más que como una suma de partes individuales, el resultado debe ser el producto de un trabajo colectivo.

La escaleta nos resulta de gran ayuda para cualquier tipo de contenido. Pero, en el caso de la radioficción, resulta imprescindible.

Hay varios **tipos de guion**, que incluyen más o menos detalles o indicaciones. En general, distinguimos dos tipos y un híbrido de ambos.

Guion literario

Lo relevante es el texto que se va a locutar, el contenido textual, incluyendo anotaciones sobre su entonación. No incluye indicaciones relativas a la producción sonora. Si acaso, el título de las canciones que van a sonar.

Ejemplo:

LOC1. (riendo) No conocía esta faceta tuya, la verdad. ¿Cuándo pensabas contarnos que te dedicas a rapear en tu tiempo libre?

LOC2. (susurrando) ¡Calla, calla, que es un secreto! (voz normal) No, la verdad es que se parece más a la poesía de lo que parece.

Guion técnico

Al contrario de lo que ocurre en el guion literario, en este tipo priman las indicaciones técnicas. El texto que se va a leer aparece solo a medias o, a veces, ni eso.

Ejemplo:

PAF.

LOC1. No conocía...

FX. Caja de ritmos 1'

LOC2. Calla...

Guion técnico-literario

Incluye ambos tipos de indicaciones, tanto las relativas al texto como a la producción técnica, con todos los detalles.

En este caso, podemos plasmarlo en una única columna (lo que se conoce como guion americano) o en dos o más (guion europeo). En este caso, la columna de la izquierda será siempre la que contenga las indicaciones técnicas.

Ejemplo 1:

PAF.

LOC1. (riendo) No conocía esta faceta tuya, la verdad. ¿Cuándo pensabas contarnos que te dedicas a rapear en tu tiempo libre?

FX. Caja de ritmos 1'

LOC2. (susurrando) ¡Calla, calla, que es un secreto! (voz normal) No, la verdad es que se parece más a la poesía de lo que parece.

Ejemplo 2:

PAF.	
LOC1.	(riendo) No conocía esta faceta tuya, la verdad. ¿Cuándo pensabas contarnos que te dedicas a rapear en tu tiempo libre?
FX. Caja de ritmos 1'	
LOC2.	(susurrando) ¡Calla, calla, que es un secreto! (voz normal) No, la verdad es que se parece más a la poesía de lo que parece.

Una vez tengamos redactado nuestro guion, lo sintetizaremos en una **escaleta** que sirva de guía para no perderse. Es fundamental que tanto la persona encargada de la técnica como todas quienes van a locutar cuenten con una copia.

En la parte superior del documento, apuntaremos los siguientes datos:

- Nombre del programa o pieza
- Fecha (de emisión o de grabación)
- Duración aproximada del programa o pieza
- Quién lo realiza

A continuación, crearemos tres columnas, una para cada uno de estos epígrafes:

- Tiempo
- Recursos
- Contenido

Esto sería un ejemplo ideal de escaleta:

Programa:	Fecha:	
Realizado por:	Duración:	
Recursos:	Tiempo	Contenido
Sintonía 1	1'	Indicativo inicio programa
	5'	Presentación de invitados
	10'	Entrevista 1 ^{er} invitado

A la hora de la verdad, las escaletas se adaptan a las necesidades y costumbres de cada creadora de radio.

TEMA 3. HABLAR A UN MICRO Y A UN PÚBLICO QUE NO VEMOS

En este tema:

- Conoceremos los elementos que componen la narración radiofónica.
- Descubriremos técnicas y trucos para la escritura radiofónica.
- Adquiriremos algunos recursos básicos para un correcto uso de la voz.

Independiente de la época, el lenguaje radiofónico es, en esencia, fugaz. A diferencia de una conversación en tiempo real, donde podemos pedir que nos aclaren o repitan algún punto, en la radio no hay posibilidad de volver sobre el mensaje emitido. (Si bien en los podcast esto sí sería posible, por el contexto de consumo no es algo que sea habitual hacer) Por tanto, es importante que nuestra narración sea **clara, concreta y breve**.

3.1. Técnicas de narración

El formato que escojamos para nuestro contenido determinará en buena medida el estilo y tono de la narración. No es lo mismo transmitir una noticia que hacer una entrevista, ni comentar los resultados de un partido de vóley que interpretar una radioficción. Cada formato requiere unas técnicas diferentes.

Además, el estilo de la narración radiofónica, en general, ha variado mucho con los cambios de modas y preferencias de cada época (y, seguro, lo seguirá haciendo).

ELEMENTOS

Sea cual sea el formato radiofónico en el que nos movamos, siempre vamos a contar con los siguientes elementos para crear nuestra narración:

Las palabras:

Transmiten el grueso de nuestro mensaje o, al menos, la parte más explícita. Aún cuando optemos por un tono informal, en la radio y el podcast no se suelen usar palabras malsonantes o excesivamente coloquiales. No se trata solo de una convención, sino de facilitar que el mensaje llegue con claridad a las oyentes.

La música:

Desde la sintonía hasta los fondos, pasando por la publicidad (*jingle*), tradicionalmente la música era una parte esencial de la radio, independientemente del tipo de programa. Esto ha cambiado en los últimos años, con la proliferación de podcast de tipo conversación entre colegas, donde no se efectúa ninguna pausa musical. No obstante, incluso si optamos por ese tipo de estilo, recomendamos incluir algunas, ya que tienen una función importante para ayudar a mantener la atención, al marcar un cambio y una pausa en la recepción de información.

Los efectos sonoros:

Los ruidos o efectos sonoros añaden capas de significado a nuestro mensaje. Incluso pueden transformarlo (por ejemplo, añadiendo un sonido que transmite mofa o que se trata de una broma o ironía). Si nos apetece ponernos *vinatge*, podemos hacerlos de forma manual. Un papel arrugado, la vibración de una lámina de plástico, los sonidos que emitimos con nuestro aparato fonador, el roce o golpeteo de objetos cotidianos... se transforman en días de playa, tormentas de nieve, callejones oscuros o fábricas decimonónicas por arte de magia. Por suerte, como veremos más adelante, existe un sinfín de bibliotecas de efectos digitales que podemos usar.

El silencio:

Elemento clave y a menudo olvidado en la narración sonora. El silencio en la radio y en el podcast tiene un carácter ambivalente. En un primer nivel, representa la ausencia de información, el fallo técnico que interrumpe la comunicación. Pero, si sabemos jugar con él, el silencio puede aportar mucha y muy valiosa información. Desde marcar una elipsis temporal en una radioficción hasta mostrar el interés y complejidad de lo dicho en una entrevista.

TIEMPO

No nos cansaremos de repetirlo: el tiempo es fundamental en la radio. Es el único límite que tenemos, y un aspecto que debemos tener presente constantemente, aún cuando estemos grabando nuestro podcast en diferido.

Aunque existen más posibilidades y combinaciones para el tiempo radiofónico, a continuación te presentamos las opciones básicas relacionadas con el tiempo sobre las que tenemos que pensar antes de ponernos a preparar nuestra pieza.

¿Qué tratamiento queremos darle?

■ Tiempo real = Tiempo radiofónico

Por ejemplo, durante la retransmisión de un concierto o de una rueda de prensa en directo.

■ Tiempo real > Tiempo radiofónico

Por ejemplo, resumiendo en una pieza de 1 minuto una película.

■ Tiempo real < Tiempo radiofónico

Por ejemplo, realizando un reportaje de 20 minutos sobre un atentado terrorista que duró unos segundos.

¿Cómo queremos estructurarlo?

- Narración lineal: la forma más habitual, en la que los hechos se suceden de forma cronológica, en el mismo orden en el que se han producido.
- Narración invertida: también muy común. Recurrimos a ella cada vez que, a partir de la narración del tiempo presente, vamos al pasado o al futuro antes de volver al ahora.
- Narración paralela: requiere una mayor planificación para hacerla comprensible. La utilizaremos cuando queremos presentar hechos alternativos que ocurren en diferentes espacios pero al mismo tiempo.

TONO

Una pregunta importante antes de ponernos a crear nuestro podcast es pensar qué tono queremos darle. Así, todas las personas que contribuyen a él trabajarán en el mismo registro y, aunque quien tenga su estilo propio, el resultado final será más coherente.

Te proponemos un sencillo ejercicio. Coge un mismo texto y exprésalo variando el tono: profesional o activista; adulto o infantil; divertido o serio; innovador o clásico. ¿A qué cambia mucho? Puede ser un fragmento de [este primer capítulo de “El comité de la noche” de Belén Gopegui](#), por ejemplo.

PENSAR CON EL OÍDO, ESCRIBIR PARA SER ESCUCHADO

Vamos con otra paradoja: en la radio y podcast, el mensaje nos llega mejor cuanto más espontáneo parece pero, si es realmente espontáneo, no funciona bien. Esto es, en la inmensa mayoría de programas de radio o podcast que has escuchado, el mensaje que se emite no es espontáneo sino que está previamente escrito. Claro, escribir para que el texto sea leído individualmente, en silencio, es muy diferente a escribir para que el texto sea locutado en voz alta y, sobre todo, escuchado. El truco es acostumbrarnos a pensar con el oído y a escribir para ser escuchado. Esto es algo que se adquiere con la práctica pero aquí te presentamos algunos trucos o ideas a tener en cuenta antes de abrir el documento de texto:

- Frases breves. ¡Huye de las subordinadas como alma que lleva el diablo!
- Lenguaje claro. Evita expresiones ampulosas y utiliza palabras variadas pero de uso común.
- Anuncia lo que va a venir. Es importante llevar a nuestra audiencia de la mano, anunciando los siguientes pasos. Por ejemplo: “A continuación vamos a escuchar un reportaje sobre [el hecho que sea] pero antes, una pausa musical.”
- Recapitula. En la misma línea, retoma el contexto para recordar de qué estamos hablando. Por ejemplo, tras una pausa musical: “Continuamos charlando con X, de la organización Y, sobre el tema H”.

- Repite las ideas clave (sin pasarse). Si estás hablando del nombre de una campaña, de un título, de un personaje... repítelo varias veces.
- Redondea las cifras. Es mucho más fácil de asimilar y recordar “casi 300.000 personas” que “286.225 personas”.
- ¡Escribe los silencios! Esto te será especialmente útil si no tienes todavía mucha experiencia y te ayudará a hacer las pausas necesarias.

Por último, lo más importante: una vez hayas escrito tu pieza, léela en voz alta y grábate. Vuelve a escucharte. ¿Suena natural? Haz todas las mejoras necesarias y vuelve a leerlo en voz alta hasta que el mensaje fluya.

3.2. Técnicas de voz y locución

Ya comentamos en la sesión anterior que la forma de hablar en la radio va evolucionando. De un estilo muy engolado se ha ido pasando a otro que, aunque cuida mucho el ritmo, la velocidad, la dicción, la entonación... suena más natural.

En los últimos tiempos, principalmente en los podcasts tanto amateurs como profesionales, se está imponiendo un estilo mucho más informal, en el que se habla casi como si se estuviese conversando con colegas. Elijamos el estilo de locución que elijamos, que sea conscientemente.

Es importante recalcar que todas las voces son válidas para la radio. Cada una tiene su estilo, su personalidad. Podemos (y debemos) entrenar y practicar para sacarle el máximo partido pero no vale la pena tratar de imitar estilos o voces ajenas.

Son muchos los elementos que influyen en la calidad y cualidad de la voz. La respiración y la postura corporal son de los más fundamentales. Aunque en la radio estemos sentadas, es importante mantener una postura que facilite la circulación del aire: pies apoyados en el suelo, piernas des-cruzadas y abiertas a la altura de nuestra cadera, tronco estirado, hombros relajados pero estirado.

Si trabajamos profesionalmente con la voz, es necesario incluir en nuestra rutina ejercicios para mantenerla en forma y huir de elementos que pueden dañarla (tabaco, alcohol, contaminación, disolventes, etc.).

Si el *podcasting* no es nuestra actividad principal, es suficiente con que calentemos un poco antes de abrir el micro. Aquí te proponemos algunos ejercicios sencillos pero puedes buscar muchos otros. La idea es que “estires” y pongas en uso todos los músculos que entran en juego a la hora de hablar, ¡que son muchos!

- Empieza con un automasaje facial: con los dedos de las dos manos, haz círculos por toda tu cara (mejillas, mandíbula, parte superior del labio, inicio de las orejas, cuello...).
- Haz varias respiraciones profundas, moviendo el diafragma.
- Repite 8 veces seguidas cada una de las siguientes sílabas, pegando los labios para forzar la postura de la boca: ma (x8), me (x8), mi (x8), mo (x8), mu (x8). ¿Notas cómo varía la apertura de la boca?
- Con la boca cerrada, recórrela con la lengua, entre las encías y las paredes, y también por el paladar (aunque haga cosquillas).

ALGUNAS IDEAS CLAVE PARA LA LOCUCIÓN

No corras.

Al hablar en un podcast, es importante adoptar un ritmo más pausado que en el habla cotidiana. Un truco utilizado en todos los estudios de radio del mundo es imprimir el texto que vamos a locutar en un tamaño de fuente grande (entre 14 y 16 puntos) y con interlineado ya que, si el tamaño del texto es menor, tendemos a leerlo más rápido.

Proyecta la voz.

Ojo, proyectar la voz no es lo mismo que gritar. Independientemente del volumen, al proyectar la voz hacemos que se oiga mejor. Para esto, es fundamental la postura y respiración correcta. Además, un truco puede ser fijar la atención en un punto alejado de donde estés grabando y, mentalmente, visualizar que tu voz llegue físicamente hasta ahí.

¡Vocaliza!

Es fundamental vocalizar, esto es, emitir de forma clara y precisa todos los fonemas, articular sin “comernos” sonidos. Aprovecha que no te están viendo para exagerar las posturas de la boca a la hora de hablar y verás cómo mejora tu vocalización. El ejercicio del boli en la boca también es de gran ayuda. También puedes practicar con los clásicos trabalenguas.

Modula.

Escuchar un tono monocorde, plano hace que, en seguida, dejemos de prestar atención. ¡Sé expresiva! Modula la voz, cambia el tono, entonación, ritmo... En realidad, hablamos con todo el cuerpo así que muévelo. Usa el movimiento de las manos para modular la voz y transmitir más emociones. De verdad que funciona.

¿Y si me trabo?

No pasa nada, le pasa a todo el mundo. En general, es mejor no pedir perdón (ya que resulta aún más intrusivo, distrae más). Si te trabas, corrige la palabra o, directamente, sigue adelante. Si estás grabando en diferido, haz un silencio de unos segundos y retoma la frase en el anterior punto: así podrás editarlo fácilmente.

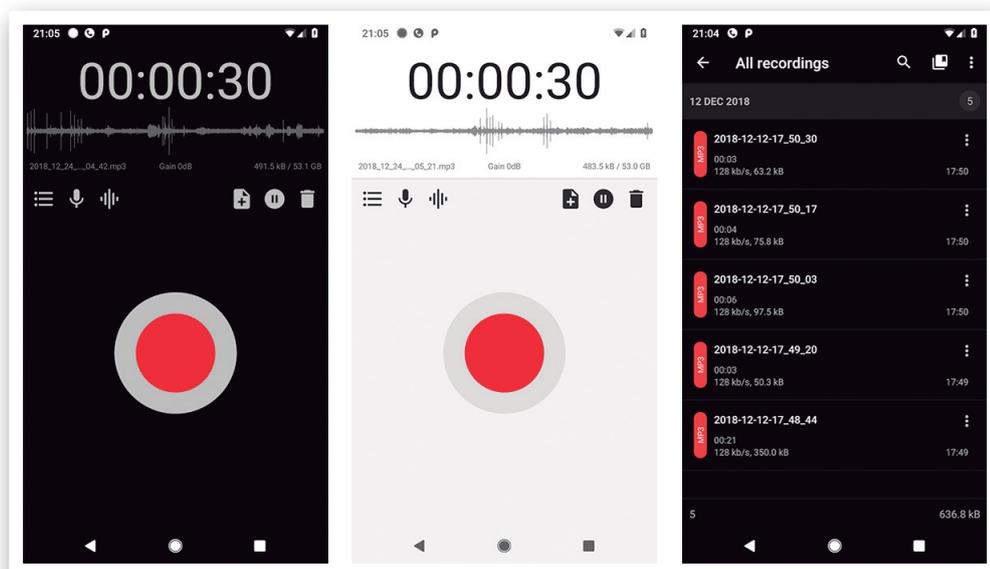
¡Muerte a las muletillas!

Al principio, son inevitables. Pero no es muy agradable escuchar a una persona que recurre constantemente a muletillas (por ejemplo, “bueno”, “¿vale?”) y, mucho menos, a esos sonidos con los que se intenta rellenar cada silencio (“eeeeeh”, “mmm”). Practica grabándote mientras locutas y aprende de los errores.

TEMA 4. ¡AL LÍO Y A LA TECLA! CREACIÓN DE SONIDOS Y POSTPRODUCCIÓN DEL PODCAST

En este tema:

- Nos familiarizaremos con los elementos que componen el sonido
- Descubriremos cómo diseñar el sonido en podcast
- Conoceremos las bibliotecas de sonido y música disponibles online
- Manejaremos herramientas para la grabación y edición de sonido



En Android

4.1. Grabación de voz casera con ordenador o móvil

Hoy en día no hace falta tener una mesa de sonido, ni siquiera tener un micrófono para poder producir un podcast; con el omnipresente móvil que llevamos encima podemos suplir esta falta de equipo y, además, prepararnos para ejercer de periodistas allá donde vayamos.

El móvil es nuestra vida pero también es una herramienta muy útil para la realización de radio ya que ejerce de grabadora improvisada ¡y es mucho más económica!

Dependiendo del fabricante encontraremos la app de grabación de voz de manera nativa. Si no está disponible, podemos descargarla de manera gratuita eligiendo entre diversas opciones.

Recomendamos (entre otras):

- Voice Recorder - Muy intuitiva en el uso. Graba en formato MP3, lo que nos vendrá muy bien para editar en Audacity.
- Grabadora de voz fácil - El nombre lo dice todo. La interfaz es muy sencilla y permite cancelar el eco y mejorar la calidad de sonido.
- Dolby On - Una grabadora y editora de sonido integrada para composiciones sencillas en el móvil.

En iOS

Los iPhone vienen con una grabadora (notas de voz) integrada que tiene una interfaz y funcionamiento muy sencillos e intuitivos. La propia app permite recortar los audios para compartirlos limpios.

El formato de los audios será .m4a que no se soporta en Audacity, la herramienta de edición que usaremos, por lo que habrá que hacer la transformación mediante alguna página web que lo realice gratuitamente (media.io, online audio converter, etc.)

Notas de voz de whatsapp

Ocasiones excepcionales requieren... ¡recursos excepcionales! Y es que muchas veces, por accesibilidad, no podemos hacer uso de la grabadora de voz. ¿Te contamos un secreto? Alguna vez hemos grabado entrevistas por whatsapp y el resultado ha sido más que satisfactorio.

Por ejemplo, puede ser una solución muy eficaz si queremos hacer una entrevista y no encontramos un momento acorde para realizar la llamada o si queremos recopilar testimonios de mucha gente y pincharlos en el podcast. Muchas radio fórmulas incluyen ya un número de Whatsapp para que pidas ahí, mediante audio, la canción que quieras que pinchen con dedicatoria.

Si además de grabarnos a nosotras mismas queremos grabar una llamada, por ejemplo, para incluir las declaraciones en nuestro podcast podemos recurrir a grabar dicha llamada en alta voz (función de manos libres) con una grabadora convencional o haciendo uso de apps de grabación de llamada.

Algunas de las apps grabadoras de llamada (con el altavoz o manos libres activado):

- Call Recorder
- Registrador vRecorder
- Grabadora de Llamadas Pro
- RMC: Android Call Recorder

RECOMENDACIONES PARA GRABAR CON EL MÓVIL

- Recuerda que el micrófono está en la parte inferior del móvil: orienta esta parte hacia tu boca.
- Busca un lugar silencioso con poco eco: cuanto más grande sea la habitación, más eco habrá. ¿Sabías que muchas grabaciones profesionales de radio durante la cuarentena se han grabado dentro de armarios? Al ser sitios angostos es el lugar con menos reverberación de la casa.
- Coloca el móvil en una superficie plana a la altura de tu boca (una caja de zapatos o un bote de conservas, por ejemplo). Mejor que no lo sostengas con la mano: te vas a cansar y se generarán ruidos innecesarios.
- Deja unos segundos entre el REC y el comienzo de la voz: así evitas que se superponga el característico sonido de clic del móvil y los obvios movimientos de tu cuerpo para volver a la posición.
- Graba secciones cortas, que son más fáciles de descargar y editar posteriormente.
- Graba y escucha. Graba y escucha. Graba y escucha... ¡Aquí no hay errores, no estamos en directo!

ORDENADORES

El micrófono de los ordenadores no suele tener una calidad impecable. Esto se nota sobre todo en las frecuencias altas y genera sonidos innecesarios, provocando un sonido general "sucio".

Si quieres grabar de manera habitual con tu ordenador sí que recomendamos hacerte con un micrófono. El cableado habitual de microfonía nos da una mejor calidad de sonido en general pero para ahorrarnos transformadores podemos hacernos con micrófonos con cable USB que se puede conectar directamente al ordenador.

Entre las opciones más económicas (entre los 100 y 150 €) te recomendamos:

- Blue Yeti
- Samson C01U Pro
- Samson Satellite
- AKG P220

¿Quieres lanzarte a grabar de manera profesional?

En Sangre Fucsia apoyamos 100% el reciclaje, mucho más de los aparatos electrónicos. Las webs de intercambio y compra venta entre particulares están llenas de micrófonos que se compraron con mucha ilusión para hacer streaming, mesas de mezclas para DJs que no cuajaron o equipos completos que son el vivo ejemplo de aficiones abandonadas. Busca en Facebook Marketplace, Wallapop o las tiendas de segunda mano físicas de tu ciudad en busca de gangas para empezar en el podcast.

4.2. Cómo crear el ambiente de nuestro podcast: creación de efectos de sonido y uso de bibliotecas libres de derechos

La escucha de la radio y el podcast nos interna en un mundo de sensaciones agudizadas en el oído. A través de los elementos del lenguaje radiofónico (guion, voz, música, efectos, silencio...) construimos realidades y provocamos una relación con quienes están al otro lado del hilo de escucha. Estos elementos tan simples, modulados según nuestra intención, nos abren la puerta a un sinfín de combinaciones y resultados.

No será lo mismo narrar el asedio al Capitolio de Estados Unidos con una voz sin más ambientación, que acompañada de sonidos recogidos en este acontecimiento. Y la relación que generamos con quienes nos escuchan no es la misma si el tono de voz es periodístico que si optamos por narrarlo en primera persona. Igual que en el cine, no es lo mismo una historia de terror con la banda de diálogo sin más acompañamiento, que con unos violines que anticipen el golpe de efecto terrorífico.

Música y efectos no son elementos accesorios sino que contribuyen al significado global del mensaje radiofónico.

De hecho, lo que primero debemos preguntarnos al seleccionar estos elementos sonoros es la pertinencia de los mismos para lograr un podcast redondo:

¿Qué función cumplen?

- a) Función objetiva: respaldando realidades objetivas, por ejemplo, la característica base musical dinámica que acompaña la lectura de titulares de un noticiero.
- b) Función subjetiva: crear estados anímicos o expresar emociones. Incluir un breve silencio después de una pregunta importante enfatiza el aplomo de dicha pregunta.
- c) Función descriptiva o ambiental: es la que más utilizamos cuando elegimos ambientar con los elementos radiofónicos. Por ejemplo, para recrear espacios como un café donde tiene lugar la conversación, también aplicando un efecto de eco si por ejemplo queremos que la voz sea la de una persona que viene del Más Allá.
- d) Función narrativa: estructurando la narración y organizando el material sonoro. Por ejemplo, una música *in crescendo* que nos sirve para separar escenas.

Estos elementos pueden introducirse de manera directa en la grabación del podcast o, de manera más sencilla cuando estamos empezando, en la postproducción, cuando ya hemos grabado nuestra pista de voz.

A medida que te familiarices con el lenguaje radiofónico y con las herramientas de edición, puedes incluir más elementos enriqueciendo de esta manera la narración y, por consiguiente, creando

una experiencia diferenciada que fomente una comunidad de oyentes en torno a tu podcast.

Una vez ya hemos hablado de la voz y el silencio en sesiones anteriores, vamos a centrarnos en la música y los efectos de sonido con los que enriquecer la composición.

MÚSICAS

La música puede ser parte fundamental de tu podcast, por ejemplo, en programas musicales como hemos visto anteriormente, como separador entre temas aliviando la escucha y recuperando la atención, o como fondo para locuciones añadiendo calidad de audio.

Aunque no lo solemos tener en cuenta al principio, es importante hablar de los derechos copyright: ¿puedo poner “La puerta violeta” de Rozalén en mi podcast? No... y sí. Las estaciones de radio convencionales pagan un canon anual de derechos a las discográficas y distribuidoras para poder pinchar los éxitos. Si eres un podcast independiente no podrás pinchar esta música con copyright salvo con dos excepciones:

- **Si tienes permiso expreso de la artista.** Obviamente es más difícil que nos conteste Billie Eilish pero podemos recurrir a artistas locales para utilizar su música y además así contribuimos a crear una comunidad de apoyo entre creativas.

Sin embargo ten cuidado si subes tu podcast a Anchor o a Youtube porque no puedes “apelar” a esta cesión y, en el primer caso, la plataforma nos eliminará el contenido y, en el segundo caso, no podríamos monetizar las

visualizaciones y eventualmente también se nos podría eliminar el contenido

- **Si subes tu contenido a iVoox.** Desde 2012 esta plataforma de podcasting protege sus contenidos con la licencia de programación radiofónica en redes digitales que permite que subas tu podcast con “música comercial” contribuyendo también a los derechos de las artistas. En 2019 este acuerdo entre SGAE e iVoox se ratificó.

Pero no todo es “música comercial”, estrictamente hablando. Podemos dirigirnos a creadoras de música bajo la licencia creative commons o recurrir a repositorios de música libre de derechos que, o bien ofrecen paquetes de descarga de algunas canciones, o bien nos permiten descargar música de manera gratuita.

Como puedes ver, las opciones de música para podcast son más que amplias.

EFFECTOS DE SONIDO

Ya sea una simple ráfaga que separe una noticia o la creación de todo un universo para la ficción sonora, los efectos de sonido son nuestros aliados para enriquecer y dar coherencia a nuestras narraciones.

Si estamos pensando en efectos de sonido realistas, la primera opción siempre es grabarlos directamente, pero si no tenemos cerca el objeto de nuestro sonido, podemos recurrir a las bibliotecas de sonido de libre acceso a las que también podemos contribuir con nuestras grabaciones.

REPOSITORIOS DE MÚSICA LIBRE DE DERECHOS

Adobe Auditions	ICons 8	Open Game Art
Downloads	iBeat	Noise for fun
Audio Library – Free	Jamendo	Open Music Archive
Audionautix	Josh Woodward	Partners in Rhyme
BitTorrent	Incompetech	Patrick de Arteaga
CC Mixer	Internet Achive	Pixabay Music
DanoSongs	Locutor TV	Podcast.co
Dig.ccMixer	Machinimasound	Premiunbeat
Evoke Music	Melody Loops	Sshhtt!!
FlashKit	Ministerio de Educación de España	Silverman Song Studio
Free Music Archive	Mixkit	Soundbible
Freebeats.io	Music Vine	SoundCloud
Free Music Archive	Music for makers	Unity Asset Store
Free Sound	MusOpen	Videvo
FreshMusic	Music Revolution	Youtube Audio Library
Funky Remixes	99sounds	ZapSplat
Garage Band	Ninjam Autosong Archive	
GRSites		

Te recomendamos la búsqueda en [Youtube](#) (buscando FX o efectos de sonido), [Freesound](#) y la web de recursos didácticos del [Ministerio de Educación](#).

También puedes crear efectos de sonido complejos combinando sonidos. Por ejemplo, caminar en la lluvia incluirá un sonido ambiente de lluvia más las pisadas en el terreno y, si ya queremos ser completamente puristas, el roce de la ropa de lluvia cuando caminamos.

En [esta guía](#) de la Universidad Católica Boliviana de Cochabamba puedes ver cómo crear efectos de sonido realistas de manera casera.

4.3. Paso a paso: edición de sonido y postproducción en Audacity (software libre)

Ya tenemos nuestro guion, nuestras grabaciones de voz, hemos elegido las músicas que servirán para enmarcar los contenidos o servirles de soporte, hemos seleccionado o creado nuestros efectos de sonido... ¡Ahora solo queda montarlo!

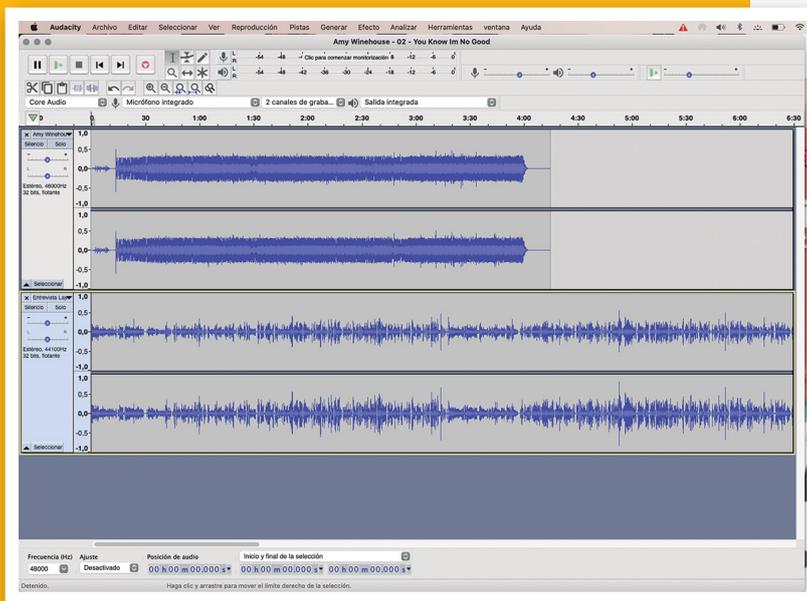
Para ello utilizaremos un editor de sonido, en concreto, Audacity al ser software libre compatible con todos los sistemas operativos (Windows, MacOS, Linux, Unix...) y de fácil manejo.

Una vez instalado, abriremos el programa y nos encontraremos con esta ventana que pasamos a explicar aunque muchos de sus pictogramas se asemejan a los que ya usamos en otros programas.

En la pestaña superior encontraremos las acciones más desarrolladas que podemos hacer con el programa, destacando especialmente los efectos con los que podremos ecualizar nuestras pistas, amplificar (o disminuir volúmenes), generar silencios, etc.

Cuando estemos editando nuestro podcast lo más importante a tener en cuenta es el orden, tanto en la posición de las pistas de sonido en Audacity como en los pasos a seguir para no tener varias ventanas abiertas o tener que desplazar pistas de sonido cuando ya teníamos todo cuadrado en tiempo.

- 1) Editar las pistas de audio que vayamos a utilizar de manera separada. Recortar esos finales en silencio, controlar que el volumen sea adecuado y constante. Aplicar los efectos que se necesiten.
- 2) Importar las pistas de audio a nuestro proyecto de Audacity una a una según las vamos necesitando y no todas a la vez.
- 3) Organizar las pistas de audio según los planos de sonido. Una para la voz, otra para la música y otra para los efectos, por ejemplo.
- 4) Establecer la línea temporal de los sonidos según el guion
- 5) Mezclar las pistas siguiendo las indicaciones del guion (fade in, fade out, ráfagas, etc.)
- 6) Guardar el proyecto (¡importantísimo!) para poder editar si se necesitase de nuevo. Se generará un archivo con extensión .aup que solo podemos abrir en Audacity de nuevo.
- 7) Exportar el audio a formato WAV (calidad profesional pero archivo muy pesado) o MP3 (buena calidad para podcast e infinitamente más ligero).



(De arriba a abajo y de izquierda a derecha)

- 1) Controles. Pausa - Play - Stop - Rebobinar - Adelantar - Grabar
- 2) Panel de herramientas. Selección - Envoltente - Dibujo - Ampliar - Cambio de tiempo o desplazamiento - Multiherramienta
- 3) Monitor de volumen - Control del volumen de las pistas en reproducción
- 4) Controles de volumen de micrófono (entrada de audio) y altavoces (salida de audio) + Velocidad de reproducción
- 5) Herramientas de edición. Cortar - Copiar - Pegar - Recorte y silenciado de selección - Flechas de deshacer y rehacer
- 6) Ajuste de visionado
- 7) Ventana de visualización de las pistas, en este caso una pista de música y otra de voz
- 8) Barra de información inferior - Indicadores de frecuencias, posición del audio y de la selección (minutaje)

Como todo nuevo programa que usamos, tendremos que ir haciendo ensayos, desde lo más fácil a lo más difícil, probando con los diferentes efectos que nos ofrece y, en general, familiarizándonos con los botones y las respuestas que generan. Puedes entrar en los foros del programa si tienes alguna duda o visionar cualquiera de los miles de tutoriales que encontrarás en Youtube. ¡Si algo no te gusta, siempre está el Ctrl + Z o deshacer para volver a donde estabas!

TEMA 5. LLEGANDO A NUESTRA AUDIENCIA: PLATAFORMAS DE PODCASTING Y DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES

En este tema:

- Conoceremos los almacenadores de contenido en formato audio y las principales plataformas de podcasting de habla hispana.
- Aprenderemos a usar las redes sociales para difundir nuestro podcast.
- Aprenderemos a crear audiogramas con Headliner.

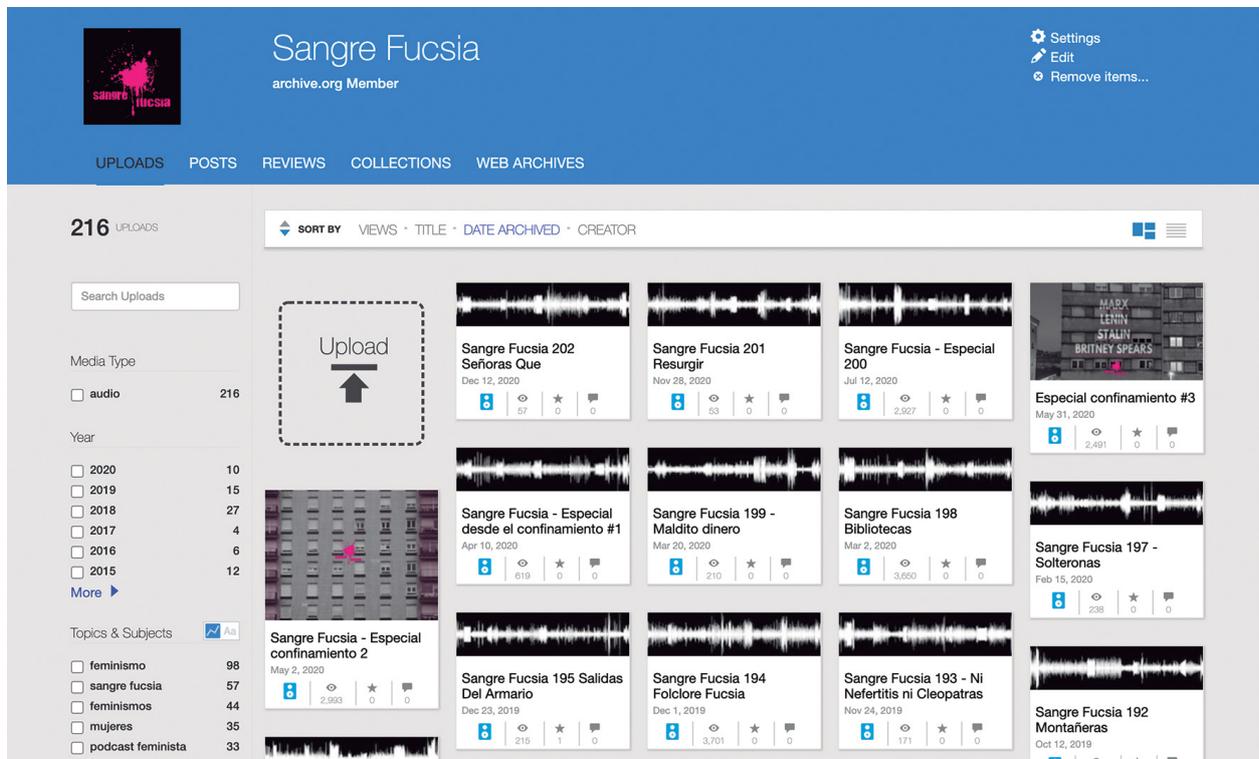
5.1. Plataformas para podcast independientes: Archive, Ivoox, Anchor, Spotify, Podimo y Youtube.

Como hemos visto en el tema 3, la radio a la carta y el podcast comparten su espacio en la red, y sus diferencias son casi inapreciables. Dado que

los podcasts no provienen de emisiones en radio, nos tenemos que valer de espacios de almacenamiento propio. No hace falta contar con una web propia, solo hay que acudir a espacios de almacenamiento de contenido general o específicos para podcasting donde te encontrarás con una comunidad interesada en escucharlos.

En este abanico de almacenadores de contenido comenzaremos con una plataforma referente en la gestión de archivos *creative commons* y con un enfoque sin ánimo de lucro. Se trata de [Archive](#), una biblioteca digital de sitios de internet y otros artefactos culturales que se almacenan en formato digital y cuya misión es garantizar el acceso universal al conocimiento.

Comenzó en 1996, cuando internet era un medio que acababa de nacer, y se especializó en archivar contenido publicado en este medio. Actualmente en Archive podemos encontrar la friolera de 475 billones de páginas web, 28 millones de libros y publicaciones, 14 millones de registros de audio (entre los que se incluyen podcast), 6



Perfil de Sangre Fucsia en Archive

millones de vídeos, 3 millones y medio de imágenes y medio millón de programas de software. El origen de estos archivos es contenido libre de derechos que se almacena en otras bibliotecas y, por supuesto, el propio contenido que suben los propios creadores a Archive.

Publicando nuestro podcast en Archive:

- 1) contribuimos a la distribución libre del conocimiento
- 2) alojamos nuestro podcast en una plataforma de libre acceso
- 3) nos beneficiamos de la creación de un reproductor de audio que podremos integrar en nuestra web si ya disponemos de ella o bien crear una dirección url a la que redirigir en caso de no tener una
- 4) usamos esta url para publicar en Ivoox y otras plataformas sin perder calidad de audio

La interfaz de usuario es muy fácil de gestionar y solo tienes que añadir la información relativa a cada uno de los episodios (título del capítulo, descripción, fecha, etc.) para poder verlo publicado en Archive.

Además, a diferencia de otras plataformas de almacenamiento, Archive no comprime tu archivo de audio (con la consiguiente pérdida de calidad de sonido), sino que mantiene su tamaño y calidad original.

iVoox es la **principal plataforma digital de podcast hispano** donde la comunidad de oyentes puede acceder tanto a podcast como a grabaciones podcast de programas de radio. La clasificación en categorías (historia, misterio, deportes...) hace muy fácil el acceso a la audiencia ya que la propia plataforma genera recomendaciones según estas categorías. Además de versión

para escritorio, cuenta con una app que acumula más de 5 millones de descargas.

Muy recientemente (septiembre 2020) han lanzado iVoox Plus, un servicio de podcast bajo suscripción que permite, por una parte, crear una comunidad más sólida con contenidos exclusivos para suscriptoras y, por otra parte, sacar partido monetario a través de las escuchas y suscripciones a nuestro podcast.

Gracias al **acuerdo con la SGAE** (Sociedad General de Autores y Editores de España) iVoox permite la publicación de contenidos amparados por esta sociedad bajo una licencia de programación tipo radiofónica. Esto te permite pinchar “música comercial” en tu podcast sin tener que pagar directamente los derechos.

¿Cómo se sube nuestro podcast a iVoox?

- 1) Directamente el archivo mp3
- 2) Mediante url (por ejemplo, de Archive, con lo que mantendremos la calidad de sonido original
- 3) Con feed RSS

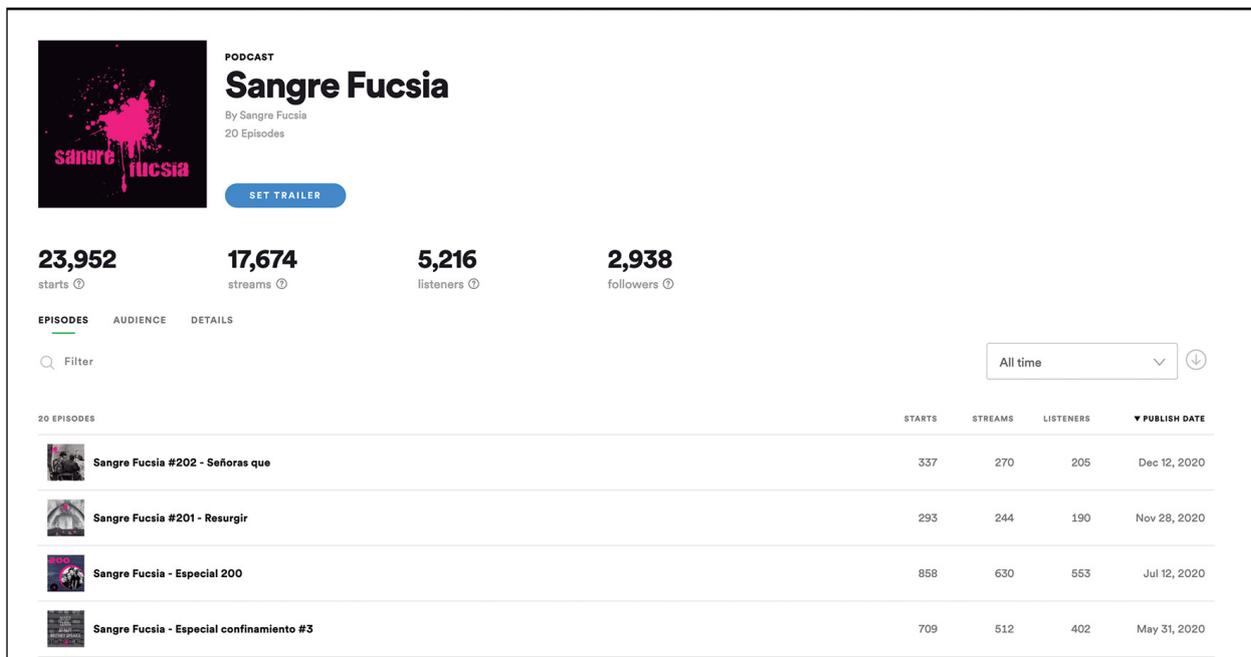
Una vez cargado el episodio solo tendremos que ir rellenando los campos indicados.

- Ojo con las categorías y etiquetas que utilizamos ya que son las que nos harán destacar ante la audiencia potencial.
 - Utiliza la misma categoría para todos tus episodios
 - Usa las etiquetas genéricas que carga directamente iVoox.

Anchor es una **plataforma exclusiva de podcasting creada por Spotify** que permite alojar nuestros podcast ya producidos e incluso grabar directamente a través de la app o de la plataforma web. Debido a que se trata de una filial del gigante de la música Spotify, uno de sus puntos fuertes es la distribución en las principales plataformas de podcast sin tener que subir manualmente a cada una de ellas; publicando en Anchor, podemos directamente aparecer en iVoox, Spotify, Apple Podcast, etc. ¿Suena bien, verdad? Sin embargo hay algunos elementos contraproducentes si queremos colgar un podcast propio o de una organización sin ánimo de lucro.

- Como regla general, las plataformas hacia donde se derivan identifican a Anchor como el creador de contenido y no tú misma. Esto quiere decir que, en materia de derechos, estos están cedidos a la plataforma.
- La cesión de derechos del contenido subido a esta plataforma nos puede dejar con episodios eliminados (por ejemplo al usar música con derechos, aunque las artistas nos lo hayan cedido expresamente) o la cesión de derechos de este contenido para uso por la propia plataforma, por ejemplo rentabilizando para su beneficio episodios que nosotras creamos sin ánimo de lucro.

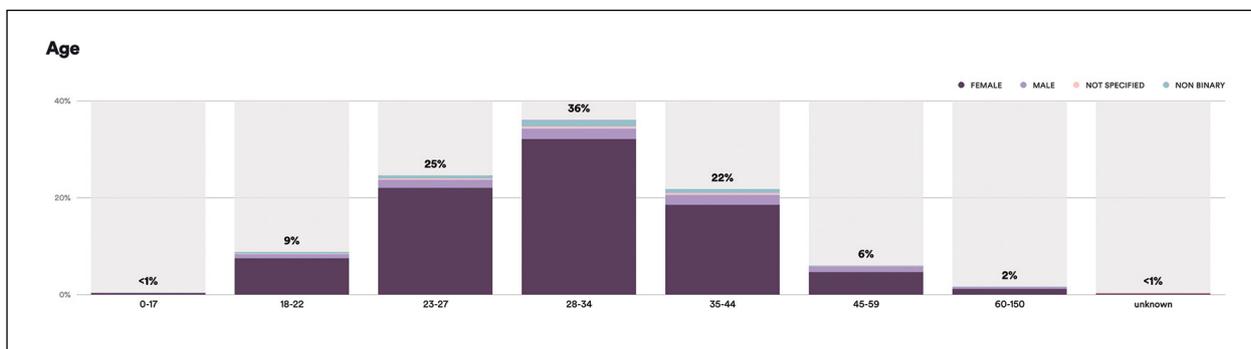
Spotify nació en 2008 y pronto se ha convertido en una potente plataforma para escuchar música que, siguiendo el ritmo de incorporar contenidos en audio, “se subió al carro de los podcast” adquiriendo Anchor (de quienes hemos hablado antes) y Gimlet Media (productora de podcast). Si eres usuaria de esta plataforma verás lo fácil que es acceder al catálogo de podcast que se presentan como un contenido más y que generan sugerencias (mucho menos concretas que en iVoox) de contenido similar.



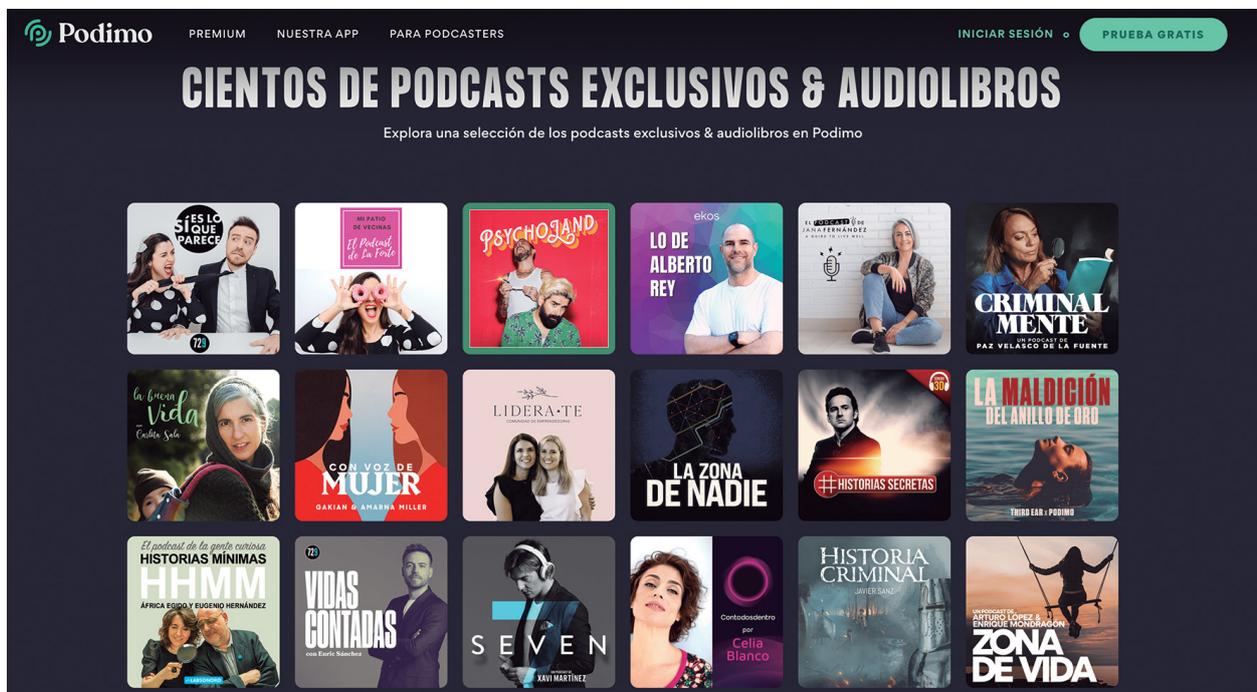
Perfil de Sangre Fucsia en Spotify

Para facilitarnos las cosas podemos encontrarnos con esta audiencia sin tener que subir el contenido manualmente a Spotify. Simplemente hay que crear una usuario y agregarle el enlace rss que encontraremos en cualquiera de las plataformas nativas que utilicemos. De manera automática, cada vez que se publique en la web de origen, se subirá el contenido en Spotify y llegaremos tanto a usuarios web como de la app.

Eso sí, Spotify solo almacena y muestra los 20 últimos episodios, por lo que si quieres tener un archivo completo hay que comprometerse con una plataforma que nos lo permita.



Edades medias y género de seguidoras de Sangre Fucsia en Spotify



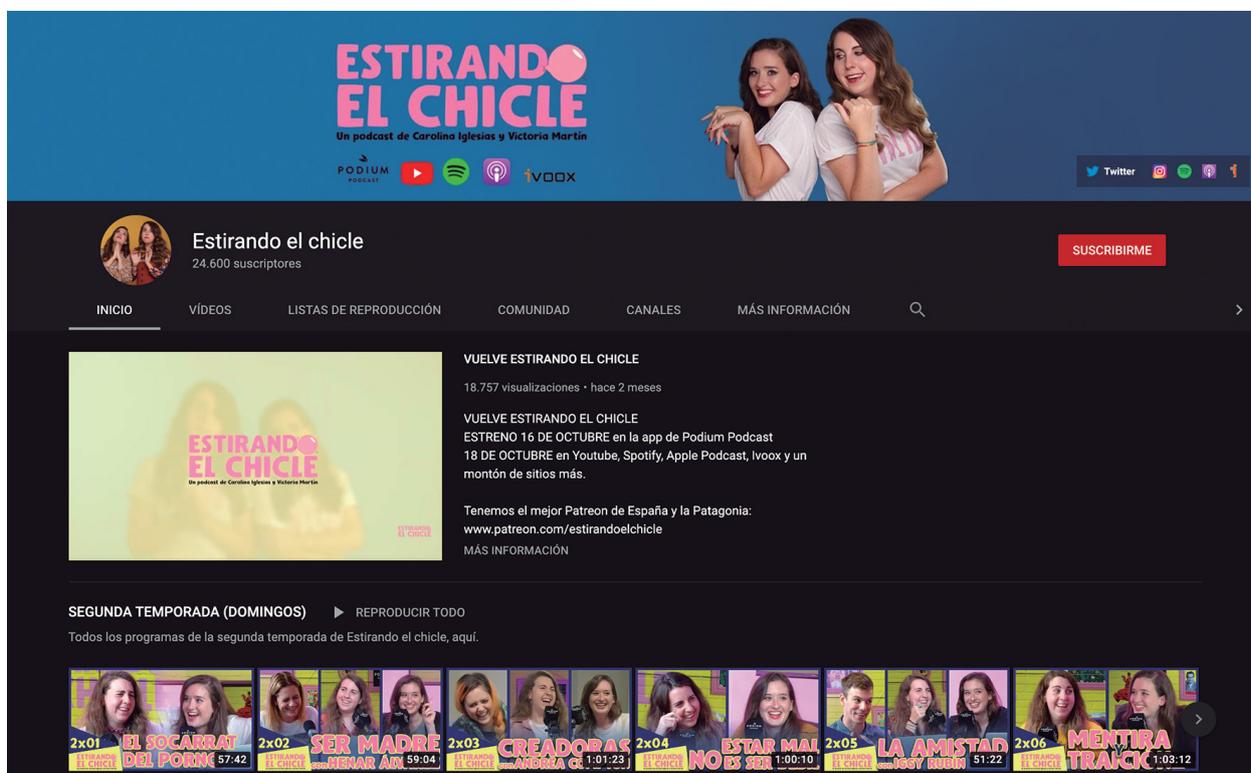
Catálogo de Podimo

Seguro que no has oído hablar aún de **Podimo**, o puede que sí si eres una fan acérrima de los podcast. Se le ha llamado “**el Netflix de los podcast**” y fue creado en Dinamarca y actualmente se encuentra operativa en este país, Alemania, España (a donde llegó en junio de 2020) y gran parte de Latinoamérica. La idea es mimar a las creadoras de podcast que obtienen remuneración al 50% si se trata de contenido exclusivo y del 20% si se trata de contenido alojado en otras plataformas. La remuneración parte de las suscripciones de las usuarias que pagan cerca de 24 euros anuales por el acceso a todos el contenido de la plataforma.

Como se trata de una opción bastante nueva aún no tenemos toda la información de la rentabilidad de Podimo por lo que podemos sugerir simplemente que agregues tu podcast para que se suban los capítulos automáticamente desde RSS, tal como lo realiza Spotify.

Youtube como plataforma para tu podcast es una herramienta muy útil para llegar a una audiencia interesada en nuestro contenido. Como ya sabrás, Youtube pertenece a Google y, aunque nos pese su hegemonía, es una herramienta muy habitual en nuestro día a día. Los contenidos en vídeo son los primeros que se muestran en una búsqueda y además llegaremos a un público que ya está en esta plataforma atraída por otros contenidos. De hecho **Youtube aventaja a Apple Podcast y Spotify como sitio de inicio de búsqueda de podcast**, un dato cuanto menos curioso.

Aunque “el vídeo mató a la estrella de la radio” como cuenta la canción de los 80, muchos podcast cuentan con grabaciones de vídeo para poder subir este contenido a Youtube, rentabilizando las visualizaciones en esta plataforma. De hecho, si escuchas a menudo este contenido, ya habrás notado que “falta algo” si solo atiendes al audio.



Perfil del podcast "Estirando el chicle", de Carolina Iglesias y Victoria Martín, que cuenta con grabación vídeo, ya que se trata de un formato radio show.

No hace falta montar un show con cámaras para poder retransmitir nuestro podcast en Youtube: con una imagen estática y el audio podemos poner a trabajar esa cuenta de Youtube corporativa que tenías "muerta de risa". Si quieres que quede más profesional podemos usar plataformas de creación de audiogramas como Headliner, de la que hablaremos en la sesión dedicada a la promoción del podcast.

Eso sí, en esta ocasión no nos vale agregar un enlace, tendremos que subir el vídeo manualmente por lo que tenemos que valorar si nos compensa el trabajo frente a la audiencia que podamos encontrar.

5.2. Plataformas de podcasting de grandes medios: Podium Podcast y Audible.

Como no podría ser de otra manera, los grandes grupos de comunicación han visto en los podcast una vía para diversificar los formatos. Primero, como forma de almacenar y distribuir su contenido ya emitido en la FM y, luego, con contenidos propios ya sea siguiendo formatos que tienen cabida en sus parrillas, como otros formatos que ya dábamos por perdidos en la radio, como puede ser el radioteatro o la ficción sonora.

Quizás plantarte con un proyecto en la SER suena intimidante, sobre todo porque el espacio de parrilla está limitado, pero con buenas alianzas (tanto por relevancia económica como adecuadas para nuestro podcast) puedes presentar un proyecto para su filial de Podium podcast.

Si optas por mantenerte independiente, haciendo el podcast a tu manera, estos grandes medios también nos sirven para indagar en el ambiente del podcast, ya sea en cuestiones tan amplias como los temas (¿qué interesa a la audiencia?) o tan pequeñas como la duración de los mismos (¿mejor píldoras de 20 minutos o un programa de una hora?)

Examinando su contenido, puedes tomar algunas decisiones que resultan un mundo al lanzarse a crear el primer podcast.

Vamos a verlo pensando en que queremos crear un podcast de entrevistas: selecciona esta categoría y escuchar los tres podcast más descargados haciéndote algunas preguntas clave:

- *¿Qué tipo de personas entrevistan: son expertas o protagonistas de un tema?*
- *¿Qué formato tiene esta entrevista: son preguntas tipo cuestionario que se repite siempre o se trata de una conversación distendida estilo “mesa camilla”?*
- *¿Qué tono tiene la entrevista, seria y formal o disruptiva tratando coloquialmente a las personas que se entrevistan?*

Poner la oreja en podcast de estos grupos de comunicación te puede dar ideas de lo que funciona y, no se te olvide nunca, de lo que falta, como hablábamos en la introducción. Seguro que te habrás dado cuenta que hay una gran cantidad de voces masculinas o de perspectivas eurocén-

tricas. No hace falta “inventar la rueda”: puedes inspirarte directamente en un formato y aplicarle una perspectiva de equidad de género para lograr un resultado completamente diferente.

Podium Podcast es la plataforma del grupo PRISA de comunicación (del que forman parte también El País, cadena SER, editorial Santillana...) que, poco a poco, ha pasado de albergar principalmente los episodios de los programas de radio de sus cadenas a convertirse en plataforma referente de contenidos propios, principalmente ficción sonora. De hecho, muchas conocimos Podium Podcast enganchándonos a **“El gran apagón”**, una historia distópica centrada en el Estado español que imaginaba el clima político y social producido por un apagón eléctrico generado por corrientes solares.

Ahora mismo cuentan con secciones específicas por temas y hasta un apartado propio para público infantil.

Audible, por su parte, es una plataforma de podcast y audiolibros creado por Amazon en la que tiene especial tirón este último formato, como acompañamiento y alternativa a las descargas en ebook que tanto beneficio le deja al gigante de las compras online.

Como puedes ver, por el tirón del audiolibro, se han centrado en voces reconocidas para que nos enganchemos: “Alicia en el País de las Maravillas” narrado por la actriz Michelle Jenner o un podcast sobre cultura pop dirigido por Alaska.

El tirón para las usuarias es por el complemento a la suscripción de Amazon Prime y la opción de multiplataforma que permite, por ejemplo, empezar a escuchar un contenido en la web, llevarlo al móvil o sincronizarlo con el reproductor del coche.

Podium Podcast

EPISODIOS DESTACADOS

Como ves en esta captura de pantalla de su página principal, Podium Podcast cuenta con diferentes formatos: adaptación de novela (El amor en los tiempos del cólera), magacín (Poesía o barbarie) o reportaje (invisibles Podcast); y diferentes alianzas para poder sufragar los podcast de manera independiente, ya sea empresas (Netflix con ¿Sigues ahí?) como entes públicos (Junta de Andalucía en La armada de la especiería).

Audible

Empieza a escuchar
Elige entre algunos de nuestros favoritos.

Estos dos ejemplos nos devuelven una realidad bien palpable: el podcast está de moda pero necesita ampliar sus voces y focos para que todas las realidades estén representadas.

5.3. Uso de las RRSS para la difusión de nuestro podcast - Creación de vídeos automatizados con Headliner

Una vez está montado el podcast y subido a las plataformas específicas queda una parte importante del proceso: ¡comunicarlo a todo el mundo! Para esto, nos vamos a valer de las redes sociales que te permitirán atraer público interesado en los temas que tratamos, franjas de edades diferenciadas según nuestro objetivo y generar una comunidad de oyentes con quienes interactuar.

Redes sociales principales para difundir nuestro podcast:

- Facebook
- Twitter
- Instagram

Puedes pensar en otras dependiendo del podcast: por ejemplo, si quieres dirigirte a adolescentes será mejor enfocar nuestros esfuerzos en TikTok. En definitiva, estar donde están las personas que nos escuchan.

¿Abro un perfil nuevo en redes sociales?

- Sí > Si no tienes cuenta en redes
 - > Si quieres diferenciar el podcast de tu cuenta principal o de la de tu organización
- No > Si no vas a poder gestionar la cuenta debidamente. Nada más triste que un perfil abandonado.

Con la emoción de un proyecto nuevo, “perdemos el norte” y se tiende a crear perfiles nuevos que luego se quedan desiertos así que si ya contamos con perfiles organizativos recomendamos hacer la promoción en estos.

Seguro que ahora mismo te surge la gran duda respecto a la conjunción entre redes sociales y podcast: ¿cómo publicitar el sonido? Claro, es que estamos trabajando con un material que no es nativo de las redes sociales, pensadas para compartir principalmente fotos y vídeos pero no sonidos sueltos sin el apoyo de la imagen.

Antes de llegar a este truco, vamos a detenernos en las formas más automáticas de dirigir a las personas que nos siguen en redes sociales hasta nuestro podcast alojado en web o en las plataformas que hayamos elegido. Lo ordenamos desde la forma más sencilla a la más laboriosa.

- 1) Hacer uso de la autopublicación en redes que nos dan las propias plataformas.

Cada vez que publicamos un nuevo episodio tenemos la posibilidad de que se autopublicue en las redes sociales que tengamos vinculadas a nuestro perfil. En Anchor podemos vincular Facebook y Twitter una vez publicado el episodio (en la pantalla final, clicando los iconos de estas redes sociales). En Ivoox, la propia plataforma nos preguntará si queremos publicarlo en nuestras redes sociales vinculadas.

Así se autopublica desde Ivoox en Twitter:



2) Haciendo una publicación en redes sociales (Facebook y Twitter) que incluya un enlace de escucha del programa, ya sea a la web donde esté alojado o a la plataforma que lo contenga. Cuantos menos pasos tengan que dar las personas interesadas, mejor que mejor.

Mira el ejemplo de Sangre Fucsia, en este caso con enlace a nuestra web propia:



En el caso de Instagram, como sabes, no se pueden poner enlaces clicables en las publicaciones por lo que podemos optar por:

- poner el link en nuestra bio del perfil y redirigir ahí a nuestras interesadas con cada publicación



- Indicar en las publicaciones las plataformas en donde se puede encontrar nuestro podcast



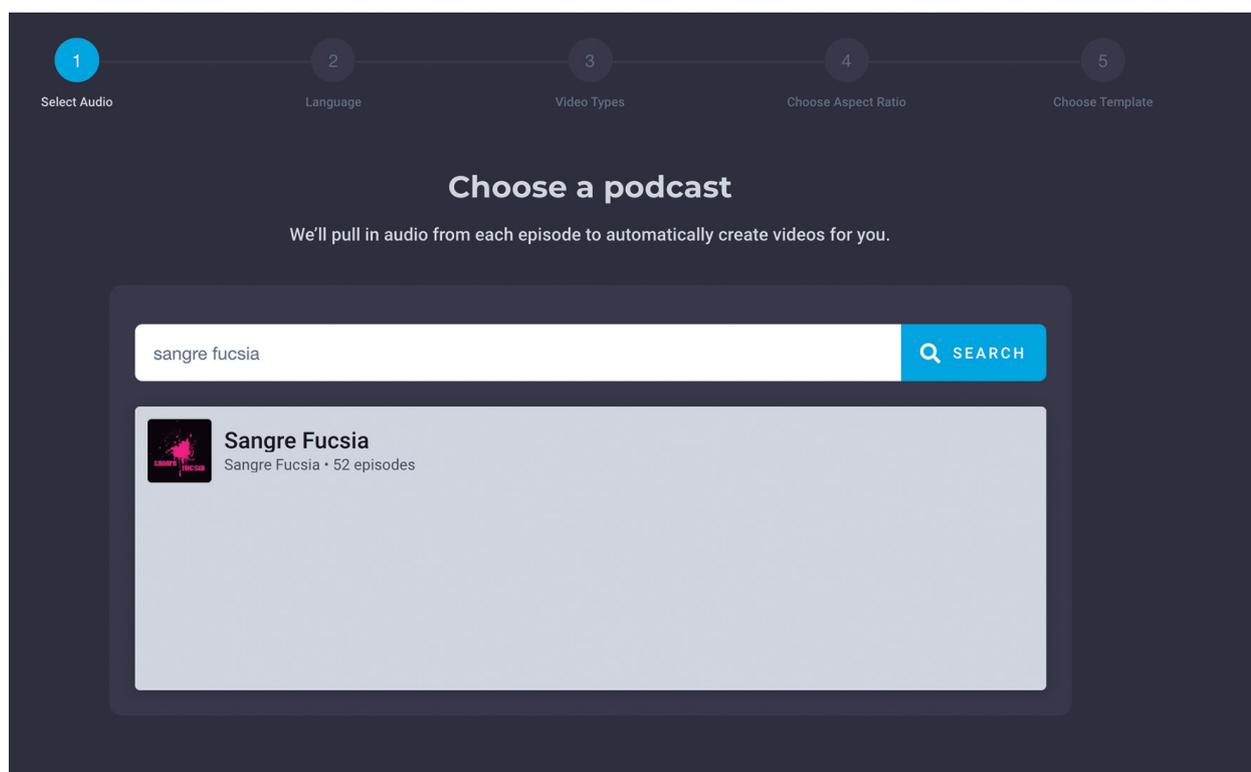
CREACIÓN DE VÍDEOS AUTOMATIZADOS PARA REDES SOCIALES CON HEADLINER

Como ya comentábamos al principio, estamos compartiendo un contenido que ni es una foto ni es un vídeo y queremos que nuestros seguidores disfruten de un aperitivo de nuestro podcast para animarles a que escuchen el capítulo completo. Para ello vamos a crear minivídeos automatizados con [Headliner](#), una herramienta web que nos permite este formato sin tener ningún conocimiento de edición de vídeo y que, completamente automatizada publicará en Twitter, Facebook o Instagram con la duración aceptada en estas plataformas. Por ahora la interfaz se ofrece solo en inglés.

Una vez dadas de alta, ya sea con un email específico del podcast, personal o corporativo, clicaremos en “Podcast Autovideos”.

Paso 1

Nos saldrá un **cuadro de diálogo** donde nos preguntará por el nombre de nuestro podcast (debe estar ya publicado en alguna plataforma) o por el enlace RSS de nuestro podcast en alguna de las plataformas donde publiquemos (ojo, en este caso será nuestro podcast y no el último capítulo).



Paso 2

Elegir el idioma (no se incluyen los idiomas oficiales del Estado español al ser una plataforma no nativa).

Paso 3

Elegir el tipo de vídeos automatizados que queremos que nos haga. Vídeos cortos tipo extracto para redes sociales o un vídeo largo con todo el episodio para subir a Youtube, por ejemplo.

Paso 4

Elegir el formato, ya sea apaisado (Youtube), cuadrado (Twitter, Facebook, publicación en el muro de Instagram) o vertical (stories de Instagram, Tiktok o Snapchat) - No te rompas la cabeza con esto porque podrás modificarlo después.

Paso 5

Elegir una imagen. Podemos elegir opciones predeterminadas que nos ofrece Headliner o subir una imagen y jugar con los códigos de color. Si cada episodio tiene una imagen diferente, la propia plataforma se encargará de cargarla.

De esta manera, cada vez que publiquemos episodio en las plataformas de podcasting, nos mandará al email de registro un video automatizado que podemos compartir en nuestras redes sociales al que incluso podemos añadir transcripción e incluso seleccionar el extracto de audio que queremos que suene en nuestro vídeo.

PARA SABER MÁS:

Prensa

por fecha de publicación

- SModa - [Silvia Nanclares \(sección Podcast destacado\)](#)
- Diagonal - Deborah Gros. [“Contar la realidad con sonidos”](#) (11 de noviembre de 2011)
- *Qué!* “Radios libres y comunitarias: más de treinta años de alternativa en el dial” (3 de noviembre de 2013)
- *La Marea* “La radio online se mide con la FM” (11 de enero de 2016)
- *La Vanguardia* “8 podcasts feministas llenos de humor y activismo” (25 de junio de 2018)
- *El Salto*: “Fanzines, collages y radios libres para hacer historia de las mujeres” (15 de marzo de 2019)
- Telos Telefonica: [“Vivir del podcasting en España es posible pero también excepcional”](#) (3 de septiembre de 2019)
- ABC [“El 39% de los oyentes escuchan podcast en España”](#) (9 de octubre de 2019)
- El Mundo [“¿Se puede vivir del podcast en España?”](#) (23 de enero de 2020)
- El Cultural [“Subidos a la ola del podcast”](#) (13 de febrero de 2020)
- Smoda. [“Lucía Lijtmaer e Isa Calderón: «¿Que somos marginales? ¡Pero si llenamos teatros!»”](#) (28 de marzo de 2020)
- El País - Maria Jesus Espinosa de los Monteros (sección Días de vino y podcast) [“El imparable auge del podcast”](#) (17 de octubre de 2020)
- La Vanguardia. [“La pandemia afianza el podcast en España”](#) (21 de octubre de 2020)
- Eldiario.es [“Los podcasts son los nuevos prescriptores culturales”](#) (29 de octubre de 2020)
- EuropaPress [“Los españoles dedican una media de 19 horas al mes a escuchar podcasts”](#) (28 de diciembre de 2020)
- El Periódico [“La hora del podcast”](#) (10 de enero de 2021)

Otros recursos

- Radios libres. “Un micrófono callejero llamado smartphone” https://radioslibres.net/wp-content/uploads/media/uploads/documentos/tutorial_7_periodismo_movil_radiofonico.pdf
- Rodero, Emma (2020). “La radio: el medio que mejor se comporta en las crisis. Hábitos de escucha, consumo y percepción de los oyentes de radio durante el confinamiento por el Covid-19”. El profesional de la información, v. 29, n. 3, e290306
- Chusé Fernández. “Pistas para la audioficción” (blog consultado el 19 de enero de 2020)
- Glosario de términos radiofónicos recogidos en el manual de estilo de RTVE: <http://manualdeestilo.rtve.es/anexos/7-5-glosario-de-terminos-utilizados-en-el-lenguaje-radiofonico/>
- El lenguaje radiofónico y sus elementos <https://laedu.digital/2020/03/31/lenguaje-radiofonico-y-sus-elementos/>

Podcast

- RNE “El podcasting en España: Solo en podcast, la apuesta de RNE” (23 de octubre de 2019)
- El País Semanal Extra (podcast) [El podcast: nueva criatura digital](#) (13 de noviembre de 2020)

Podcast y programas de radio recomendados*

En castellano y lenguas del Estado español que puedes encontrar en diversas plataformas

*selección totalmente subjetiva

- Campando en las ondas
- ¡Ay, campanera!
- Ciberlocutorio
- La conjunción Géminis Sagitario
- De eso no se habla
- Deforme Semanal
- Degeneradas
- Les dones i les dies
- Edo es da izango (O no será)
- Las escritoras de Urras
- Estirando el chicle
- Fan Grrrl
- FM Fatale
- El gesto más radical
- El grupo
- Ingovernables
- InOut Radio
- Malas lenguas
- Mòbil, cartera, claus
- Mostras del rock
- Personal y político
- ¿Puedo hablar?
- Querían brazos y llegamos personas
- Ponte Chida MX
- El Puticlub
- Radio Conectadas
- Radio Deseo de Mujeres Creando
- Las Raras
- Ruda FM
- Sangre Fucsia
- Si no puedo bailar...
- Tardeo
- Territorio queer
- Wachas
- Whisky Bar
- Yo Nena

GUÍA DIDÁCTICA

CREACIÓN DE PODCASTS

VOCES FEMINISTAS CONTRA LA DESIGUALDAD



www.asad.es