

Tesis de Grado

Comunicación Social



Un podcast para tener a mano, a la hora de pensar un podcast

Facultad de Ciencia política y
Relaciones internacionales
Universidad Nacional de Rosario

**Autores: Perafán, Juan Ignacio y
Eccheli, Elian**

Director: Martínez Lo Ré, Gerardo

Rosario, septiembre de 2022

TEMA

“Back up: *un podcast para tener a mano, a la hora de pensar un podcast*”. Es un podcast sobre planificación, producción y elaboración de este tipo de piezas sonoras, pensado para estudiantes de Comunicación Social de la FCPolit UNR, que cursen la asignatura Producción Radiofónica, o para el público en general que desee introducirse en la realización de podcasts.

RESUMEN

Este trabajo se desarrolló en el marco de la realización de una tesina de grado. Se trata de una producción, que consta de 3 episodios de podcast, que tienen la pretensión de ser (o al menos parecerse a un) metapodcast.

Back Up busca ser una caja de herramientas, una orientación práctica, o una ayuda para aquellos que quieran llevar a cabo la tarea de realizar un podcast. Tiene el anhelo de llegar a servir como material de apoyo o “bibliografía sonora” para la cátedra de Producción Radiofónica de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y RRH de la UNR. También se espera que pueda funcionar para el desarrollo particular de quienes lo realizamos, como un recurso a utilizar en nuestras carreras profesionales, por ejemplo en el dictado de un taller de podcast. Porque Back Up, básicamente es eso. Un podcast, que habla de cómo hacer podcasts.

Lo que aquí y en los episodios se expone es el resultado de un extenso trabajo de búsqueda y lectura de material bibliográfico, una reflexión y toma de conciencia acerca de nuestra propia práctica como productores de podcast y acerca de nuestra experiencia como ayudantes alumnos de Producción Radiofónica, y una atenta escucha de podcast ajenos que nos permiten familiarizarnos más aún con la temática.

Todo eso hemos tratado de condensar en una miniserie de 3 episodios que sean llevaderos, informativos, educativos y entretenidos. En sí, quisimos hacer algo que a nosotros nos hubiera gustado escuchar. Ojalá les guste a quienes lo escuchen también.

JUSTIFICACIÓN:

A la par del incremento constante de usuarios con acceso a internet en sus dispositivos móviles, también se produjo un crecimiento exponencial en la oferta de contenidos. Los servicios de *streaming*, centrados en ofrecer contenidos audiovisuales y sonoros a través de una corriente continua (*on demand*), cuentan cada vez con más abonados a lo largo del mundo.

Y es en este contexto que los *podcast* juegan un rol central ofreciendo una nueva fórmula de programación fragmentada, que sustituye a la oferta de programas de emisión única y continuada. El podcast no necesita de un programa radial “al aire” para su emisión y puede usarse con diferentes propósitos sonoros y, a su vez, permite la búsqueda, escucha y descarga asincrónica a través de la web por medio de dispositivos móviles.

En el año 2004 se empleó en Estados Unidos el término podcast por primera vez, y desde allí no ha parado de crecer. Para mencionar una cifra, la plataforma Spotify, que permite escuchar música y podcast en diferido, desde el año 2021 superó la cifra de 365 millones de abonados.

Además de la posibilidad de escucharlo en diferido y no estar atado al vivo, el podcast aporta también la ventaja de que permite mayores libertades a la hora de elegir el contenido (muchas producciones son independientes y no tienen una línea editorial definida), y menores costos a la hora de su realización (no es necesario pagar un espacio y se puede crear el contenido con un equipamiento básico. Subir el contenido a las plataformas es gratis).

Aunque ya desde hace unos años, las grandes plataformas de streaming y contenidos audiovisuales (Spotify y Google entre otros) han empezado a producir sus propios podcasts, con altísimos presupuestos para su realización y difusión, el medio es potencialmente más democrático que otros formatos o soportes, por los bajos costos de producción y la escasa preparación técnica que requiere. Hacer un podcast está más o menos al alcance de cualquiera.

Si bien la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales cuenta con una materia electiva como lo es la asignatura “Podcast”, entendemos que esta tesina enriquecería el contenido de cátedras que son troncales en la carrera como por ejemplo Producción Radiofónica, que se dicta en el segundo año de cursado bajo la modalidad de taller.

Desde nuestra experiencia de varios años como ayudante - alumno de dicha asignatura (desde 2015 a 2021), podía palpase cómo cada año cambiaba la respuesta de los estudiantes a la pregunta ¿qué medios consumen?

Primeramente tocaba enfrentarse a una paradójica y ¿cruda? realidad para la materia: cuando se les consultaba a los estudiantes si tenían la costumbre de escuchar radio, la respuesta de la gran mayoría era negativa. Solían encontrarse tan solo 4 o 5 alumnos que tenían a la radio entre uno de sus consumos habituales, sobre cursos de entre 25 y 30 estudiantes.

Otra cosa llamativa para nosotros era cómo perdía protagonismo año a año la red social Facebook que cedió su terreno a Instagram, Twitter y más en el presente a TikTok, y cómo con el paso de los cursos aumentaba considerablemente la cantidad de estudiantes que manifestaban consumir podcast y contenidos de YouTube e influencers, o dicho más modernamente *creadores de contenido*, en todas estas plataformas.

A partir de esa información, y gracias a la escucha atenta y movilización de los

docentes de las cátedras que nos ha tocado presenciar, esas nuevas formas de consumir y producir sentido que traían los estudiantes, fueron transformándose en el deseo de los mismos de poder aprender sobre la realización de esos formatos.

La cátedra, abierta a la idea de construir un conocimiento colectivo sobre la materia, se vio en la necesidad de modernizar ese punto de su programa y su bibliografía, para generar un contenido didáctico que interese a los estudiantes, y se acerque a su forma de consumir medios. Todo esto decantó en la experiencia de empezar a producir, de forma experimental, pequeños podcasts con los módulos teóricos de la materia.

Así, junto a otras y otros ayudantes alumnos, empezamos a generar material sonoro que servía de complemento a lo hablado en clase. Se produjeron podcasts sobre los elementos del lenguaje radiofónico, sobre la historia de la radio, sobre campañas, y distintos géneros radiofónicos, y hasta se llegó a hacer un intento de pequeño instructivo sobre cómo hacer un podcast, que no tuvo el desarrollo necesario.

La pandemia y las clases virtuales, no hicieron más que profundizar esta forma de trabajo, que se volvió muy práctica y hasta necesaria. Al ver la respuesta positiva que estos contenidos tuvieron en los estudiantes, surgió la idea, y la motivación de poder producir algo similar, más elaborado que pueda ser útil como bibliografía sonora para la cátedra.

Además, estas experiencias nos llevaron a reflexionar acerca de lo positivo que sería, para una materia preeminentemente sonora, tener bibliografía sonora, que pudiera complementar a la escrita y apuntalar los conocimientos obtenidos en la parte práctica. Una bibliografía que trate de acercarse a la forma de consumir de los jóvenes que cursan Producción Radiofónica, y pueda interpelarlos e interesarlos y que tenga cierto rigor académico, hecho a conciencia, y no en forma experimental para preparar una clase.

A la par, en cuanto a nuestras inquietudes personales, por fuera del ámbito facultativo, nos encontramos realizando la tercera temporada de un podcast llamado Fútbol & Coso. El proyecto comenzó pensado como un producto multiplataforma, que tenía un espacio de radio en vivo, cuyas grabaciones y edición servirían posteriormente para la producción de un podcast. La idea original, contemplaba también la producción de piezas para redes sociales.

El proyecto mutó hacia un podcast decididamente, pensado exclusivamente para ser asincrónico, grabado, editado y montado, a partir de la mitad de la segunda temporada. Se convirtió en un producto con características de streaming, con un fuerte trabajo en la comunicación, a partir de las redes sociales. El cambio fue positivo y a nuestro criterio, está muy bien logrado, con un buen nivel de producción, a partir de la decisión de encarar como producto principal el podcast.

Hay un tercer punto a mencionar si hablamos de la motivación de realizar este trabajo y tiene que ver con que, a la par de ser productores de podcast, y de haber tenido ciertas experiencias académicas ligadas a este género aún en desarrollo, cada vez más nos hemos convertido en consumidores de podcast. Mientras más se agranda el formato, más gente empieza a producirlo, se acrecienta también, nuestra disposición a escuchar diversas producciones, dada la curiosidad e interés que tenemos en la materia.

De estos dos últimos puntos mencionados, se desprende una reflexión que nos interpeló a la hora de decidir cuál iba a ser nuestro trabajo final, y tiene que ver con la necesidad de abordar el podcast en sí mismo, y no como un desprendimiento o

una consecuencia de la radio. Una gran mayoría de los autores de generaciones anteriores a la nuestra, excepto algunos, por ejemplo Agustín Espada, abordan el podcast desde la radiofonía. Pero actualmente nos encontramos ante un gran número de alumnos, que no escuchan ni escucharon radio nunca. Por ende no están familiarizados con el medio, ni con como suena, como para explicarles el podcast desde la radio, porque no tienen a la radio como una referencia.

Pero sí están familiarizados con el podcast. Por eso se hace necesario, desde nuestro punto de vista teorizar sobre el podcast, explicar el podcast desde el podcast. Analizarlo en sí mismo como producto cultural, comunicacional, como nuevo medio o canal creador de sentido.

El podcasting ha creado, aunque claro, todavía está en desarrollo, su propio lenguaje, y por eso entendemos que debemos darle la entidad que tiene, la de ser una producción realizada específicamente para los nuevos medios y plataformas, y no ya una consecuencia de la radio.

Sabemos que para explicar algo desconocido hay que partir de un lugar conocido. Creemos que está bien que en un primer momento se recurra a la radio para explicar el podcast. Pero entendemos que es posible transitar otro camino y nos moviliza el hecho de intentar iniciarnos en la teorización de este género, por lo que, creemos, puede ser útil partir de esta tesina para usarla de plataforma hacia nuevos trabajos.

De ese modo, a base de nuestro recorrido mencionado, tanto en lo académico, como en lo hecho fuera de ese marco, y dadas nuestras inquietudes, pretendemos realizar tres episodios de una mini producción nombrada “Back up: *un podcast para tener a mano, a la hora de pensar un podcast*”, enfocándonos en las particularidades de este medio para lograr un acceso práctico y directo por parte del estudiantado respecto a las producciones sonoras enfocadas en el streaming. Los episodios que surjan para la realización de esta tesina no pretenden ser un manual, si no algunos apuntes, machetes y hasta consejos emanados de la experiencia propia que el oyente puede o no tomar. Entendiendo al podcast como un género que no ha sido teorizado acabadamente, y que todavía está en desarrollo, la idea central del proyecto es ser de ayuda o motivación para que los estudiantes, o el público en general tengan un mínimo marco para empezar a pensar la producción de su propio podcast, y así a partir de la experiencia de todos poder seguir construyendo conocimiento sobre la materia.

INTRODUCCIÓN

Si bien el podcast como nuevo formato es hijo de las producciones radiales, contiene particularidades que lo distinguen de este medio histórico y tradicional. Con el correr de los años ya no son sólo personas que no cuentan con el acceso a las grandes estructuras mediáticas quienes deciden volcarse hacia la producción de podcast, sino que también diferentes personalidades optaron por este tipo de formato para plasmar sus contenidos. Así como la televisión en sus inicios se nutrió de las grandes figuras y orquestas de la radio, muchas figuras de la televisión y el mainstream se están volcando al podcast. Un ejemplo puede ser el podcast *La Cruda*, conducido por Miguel Granados, que consiste en una serie de entrevistas que se encuentran alojadas en la plataforma Spotify. Cabe destacar que esta producción como tantas otras de personajes reconocidos cuentan con la coproducción de Spotify, por lo que, el componente mainstream se mantiene, solo que cambia de medio.

Daniela González, en su artículo “*El boom de los podcasts, la radio hecha por los usuarios en la web*” (2008), para el diario chileno La Tercera, detalla de qué manera se producían los podcast en sus comienzos y cómo podían escucharse. Vale aclarar que en ese momento el alcance era mucho menor porque en su mayoría podían acceder a ellos quienes tenían un equipo de iPod marca Apple:

“Un podcast puede ser casero, tener toda la producción posible, durar tres minutos o más de una hora. Lo que lo define son tres aspectos: primero, no es en vivo, sino grabado. Segundo, es descargable en archivo de audio (generalmente mp3) y por eso puede escucharse en cualquier momento y lugar en un equipo tipo iPod. Finalmente, si el usuario tiene el programa multimedia iTunes, tiene la opción de suscribirse a ciertos podcasts y actualizarlos cada vez que abre el programa”.

En el presente, lo mencionado por la autora sigue caracterizando al género, sólo que en la actualidad las plataformas predilectas son Spotify y YouTube, y casi nadie descarga (aunque se puede hacer) un episodio en formato mp3. Más bien, en la actualidad los usuarios contratan una cuenta premium que les permite descargar sus episodios y canciones favoritas dentro de la misma plataforma, para poder escucharlos sin conexión a internet.

Pero deberíamos agregar hoy por hoy un cuarto aspecto que define al podcast, y es la edición, o lo que, en el cuadernillo de la cátedra del seminario de Audiocreativa, de la carrera de Comunicación Social se denomina el como montaje. (AUDIOCREATIVA: REALIZACIÓN. Prof. Titular Andrea Calamari S/año, p 1) Si bien el texto lo menciona como una característica de los relatos *radiofónicos* (*yuxtaposición y superposición de elementos sonoros*) podemos pensar que la noción aplica perfectamente para la realización de podcast, ya que editar es justamente producir un relato a través de la combinación de los elementos de que disponemos. Una producción sonora de este tipo, requiere de un montaje, por más mínimo que sea, un artificio, que dé sentido a todos los componentes de un podcast y lo transforme en un episodio. Podríamos decir que incluso poner a grabar una conversación sin guión, y subirla a internet sin hacerle recortes, sin agregarle efectos ni música, es en sí misma un montaje, porque no es algo que suceda en forma espontánea. Es decir, hay distintos niveles de detalle y

calidad en la edición que pueden hacerse para crear una pieza sonora, pero cualquiera de ellos implica un *montaje*.

Gonzáles (2008) explica: *“La palabra podcast surgió del periodista Ben Hammersley, cuando en 2004 escribió un artículo en The Guardian y comentó la posibilidad de escuchar radio en diferido y en reproductores portátiles. “Pod” hace referencia a portable y “cast” viene de broadcast, que es la emisión de radio”*.

Con el paso de los años fue alcanzando mayor difusión porque no sólo se producía para usuarios con dispositivos Apple, sino que encontró otras plataformas y canales de distribución que permiten su escucha en streaming, sin necesidad además de descargar el contenido. Estamos hablando de YouTube y Spotify principalmente. En ese sentido, el artículo *“El podcasting en los medios de comunicación españoles”* (2007), elaborado por Beatriz Correyero Ruiz de la Universidad Católica San Antonio y Antonio Baladrón Pazos de la Universidad Rey Juan Carlos, se centra en las ventajas y particularidades del podcast.

“El podcasting comenzó como una revolución popular: usuarios que grababan contenidos personales y los colgaban en la Red para su descarga y escucha y que gracias a la contribución de muchas personas anónimas esta nueva tecnología se ha ido implantando paulatinamente en nuestra sociedad. Es un fenómeno que ha supuesto un cambio en la forma de entender la distribución de contenidos audiovisuales y el acceso a los medios por parte de la sociedad”.

Respecto a las ventajas que proporciona, los autores señalan:

(...) “Ubicuidad: El podcasting permite hacer llegar un contenido informativo a cualquier lugar del planeta que disponga de una conexión a internet.

Consumo flexible y portabilidad: El usuario decide cuándo y dónde quiere consumir el producto. Los contenidos de audio no requieren una atención exclusiva, sino que pueden ser escuchados mientras se realizan otras actividades de la vida cotidiana: conducir, hacer deporte, cocinar, viajar en transporte público, etc

Fidelización de la audiencia: No es necesario ir a buscar la información en una página web o desplazarse al kiosco a comprar una nueva entrega porque ésta se descarga automáticamente”.

En “Desbordes de lo radiofónico”, un texto de Andrea Calamari del 2011, la autora presta especial atención a estos nuevos formatos de consumo que, si bien quizás en esos años aún no estaban tan asociados en Argentina con la palabra podcast, sin dudas hoy en día estarían acuñados en ese término:

“Los servicios “a la carta” son parte de las exigencias que los “nativos digitales” plantean a la vieja especie, relativizando su tradicional fugacidad. La barrera y el límite espacial que caracterizaron al medio desde sus inicios, desaparecen producto de la nueva mutación que supone el entorno generado a partir de Internet. La imagen del emigrante que se emociona escuchando un tango en el extranjero se vuelve anacrónica si pensamos en la facilidad con que cualquier persona, desde cualquier lugar del mundo, puede recrear su práctica de escucha local”. (ANDREA CALAMARI, 2011, p 242)

OBJETIVOS GENERALES

- 1- Potenciar las posibilidades de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UNR para producir podcast, a través de una producción sonora de tres episodios en soporte digital.
- 2- Generar una aproximación teórica - didáctica al género podcast.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1- Generar una guía básica, con las herramientas que son necesarias para producir un podcast.
- 2- Dar cuenta de la situación del podcast en Argentina
- 3- Generar “bibliografía” sonora para una materia que es de carácter sonoro.
- 4- Contribuir a la generación de conocimiento colectivo, sobre un área que, entendemos, está en exploración y proceso de elaboración teórica.
- 5- Elaborar un material de referencia que nos sirva a futuro en nuestra carrera profesional, por ejemplo, para dictar talleres de producción de podcast.

REFERENTE CONCEPTUAL (MARCO TEÓRICO)

Existen cada vez más investigaciones que abordan el ya no tan novedoso fenómeno del podcast. En 2020, año crucial para el aumento de este tipo de contenidos a raíz de la pandemia, Argentina se ubicó cuarta respecto a los países de más rápido crecimiento por escucha de podcasts, detrás de Turquía, India y Colombia, y por encima de Brasil. Agustín Espada (2018), puntualiza una diferencia en este tipo de producciones:

“El podcast puede ser definido como un formato de distribución o como un formato de producción. En la primera acepción ingresan las cápsulas que distribuyen programas o columnas que forman parte, también, del aire de las radios tradicionales. En la segunda acepción, que incluye a la primera necesariamente, se hace referencia a una forma de producción (desprogramada, perdurable en el tiempo) que define unos contenidos temporales, post y pre producidos en profundidad, pensados para internet, especializados temáticamente y serializados en su producción. (...) Este formato de contenido sonoro encuentra su origen en la combinación de tres tipos de tecnologías: una forma de comprimir la información sonora (audio digital, mp3, mp4), una red de conexiones punto a punto internacional (internet) y un sistema de suscripción y automatización de la descarga de distintos tipos de contenido”. (ESPADA AGUSTÍN, 2018, p. 3).

Espada también hace hincapié en cómo paulatinamente los oyentes de programas acceden a ellos cada vez más desde internet, lo que provoca una pérdida de lugar de los dispositivos analógicos:

“En Argentina, un 22% de los oyentes de radio llegan al medio a través de Internet con un smartphone mientras que un 24% lo hace a través de una computadora de escritorio. En general, la audiencia de radio se sostiene en cantidad de oyentes pero pierde rating al no crecer al mismo ritmo que la población. De esta forma, la radio perdió más de tres puntos de encendido durante los últimos cinco años con una caída más marcada en las emisoras de FM. (...) En este contexto donde los consumos culturales se trasladan a entornos conectados con cada vez más velocidad es que surge el ecosistema radiofónico online, en él se encuentra al podcast”. (ESPADA AGUSTÍN, 2018, p. 3, 4).

Pero de la misma manera que resulta fundamental conocer las herramientas y el equipamiento necesario con el que hay que contar para acceder y poder producir un podcast, es indispensable comprender las variables y amplia gama de posibilidades sonoras de las que disponemos. La cátedra de Audiocreativa, materia electiva de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, desarrolló un amplio manual al respecto:

“Palabras, música, efectos sonoros y silencios se conjugan entre sí para dar forma a mensajes sonoros. (...) Este mensaje fundamenta su razón de ser en la temporalidad; tiene una estructura secuencial ininterrumpida. (...) El montaje sonoro es la yuxtaposición y superposición de esos elementos sonoros (palabras, música, efectos sonoros) y no sonoros (silencio), a través de distintos procedimientos técnicos dando lugar a la totalidad. (...) El montaje crea, de esta manera, un relato sonoro”. (AUDIOCREATIVA: REALIZACIÓN. S/año, p 1)

Ese relato sonoro, formado por la yuxtaposición de diferentes elementos, debe tener características que lo hagan atractivo:

“En la narrativa radiofónica es especialmente delicada la construcción y la adaptación de los personajes (...), debido, en gran parte a la falta de una referencia visual.

(...) Esa carencia es necesario suplirla con las pertinentes descripciones verbales, y en el caso de los dramáticos utilizar el registro adecuado para que el oyente perciba al personaje con sus características físicas y psicológicas”. (AUDIOCREATIVA: REALIZACIÓN. S/año, p 3)

Al igual que pasa con la lectura y las imágenes mentales que proyecta el lector para sí mismo, en la narración radiofónica el oyente juega un papel fundamental para completar lo que está escuchando:

“El oyente tiene que recurrir a imágenes auditivas para reconstruir mentalmente las escenas que se detallan a través de la narración sonora”. (AUDIOCREATIVA: REALIZACIÓN. S/año, p 4)

Y, ¿por qué en un relato sonoro, el silencio resulta fundamental?:

“La tensión entre lo dicho y lo sugerido o callado no agota las búsquedas estéticas que constituyen la “artesanía del silencio”. (...) Las elecciones estéticas que practican un delicado equilibrio entre lo que se revela y lo que se oculta postulan un oyente en permanente estado de pregunta, un oyente activo que es invitado a jugar con fragmentos inconclusos de cada mundo. (...) El silencio resuena como una nostalgia, estimula el deseo de una escucha pausada del murmullo del mundo. El turbión de palabras hace más apetecible aún el sosiego, el goce de poder reflexionar sobre lo que sea”. (AUDIOCREATIVA: REALIZACIÓN. S/año, p 5).

El lenguaje está en constante mutación y nos habilita a realizar combinaciones riquísimas. En el caso del lenguaje sonoro tenemos que tener en cuenta algo esencial y es que estamos escribiendo para el oído. Es importante escucharnos antes de ir al micrófono para entender cuáles palabras sirven a lo que estamos queriendo transmitir y cuáles no. Y no solo, claro, el qué, sino también el cómo lo digo:

“Si el lenguaje verbal, cotidiano, el que hablamos todos los días está lleno de matices y variaciones, ¿por qué habríamos de restarle esa riqueza a la palabra por radio? Al comunicarnos diariamente mediante la palabra nosotros exclamamos, dudamos, interrogamos, aseveramos, ordenamos, persuadimos, informamos, describimos, conversamos, sentenciamos, jugamos con nuestras palabras. (...) No debemos olvidar que el lenguaje está formado por sonidos: la “sonoridad” de las palabras, el “ritmo”, la “musicalidad” del lenguaje son la materia prima con la cual trabajamos y

creamos. (...) No escribimos de la misma manera que hablamos. ¿Por qué esta diferencia? Si bien el instrumento común es el lenguaje, su organización interna cambia según si pensamos, hablamos o escribimos". (AUDIOCREATIVA: REALIZACIÓN. S/año, p 9).

A la hora de la búsqueda de potenciar los sentimientos, de embellecer nuestros discursos e historias, el otro elemento que se suma en esta lista es la música:

"La llamada "cortina musical" tiene apenas un mínimo potencial en relación al enorme potencial de la música en el medio radial y, en muchos casos, sólo sirve como red de rescate ante la falta de palabras claras o para evitar que el silencio las refuerce y las deje al desnudo.

La música narra, cuenta, nos sumerge en distintos universos, expresa y genera sentimientos y sensaciones. (...) Nos proporciona como oyentes predisposiciones sentimentales y sensoriales. Ahora bien, la música se graba en nuestra mente y se identifica con recuerdos e imágenes. Lo que a una persona le genera una misma canción no será lo mismo que a otra. (...) La música en un relato tiene el gran poder de transformarse, de resignificarse en función de su combinación con la palabra, con los sonidos y los silencios. De volverse parte de un todo sonoro, nuevo y original, que es cada relato radial. (...) Va directo al corazón de los oyentes. (...) He aquí, por tanto, que la música es una de las herramientas más poderosas de la manipulación sensorial en la radio.

(...) La radio es un medio sensorial antes que racional". (AUDIOCREATIVA: REALIZACIÓN. S/año, p 17, 18, 19).

¿Dónde se para entonces hoy en día la radio? El podcast como nuevo medio representa un avance tecnológico en la sencillez para producir, y posiblemente la radio como medio tradicional vire cada vez más hacia ese camino. Fernández y González- Azcárete tratan este eje:

"Si una persona escucha un programa de radio en su computadora que en realidad se trata del mismo programa que solía escuchar antes en su radio receptor, no ocurre nada importante en la vida del medio o en la vida de su público, excepto un cambio que sólo afecta al nivel tecnológico.

La radio y su lenguaje de radio-emisión están lejos de extinguirse en nuestra vida cultural. (...) Como puede apreciarse, la radio en tanto medio, siempre ha sido "hipermediática". De hecho, desde su nacimiento posee vínculos hipertextuales. (...) Por último, y de crucial importancia para la vida social, encontramos a la radio en permanente interacción con la vida discursiva: se puede recibir y captar la programación de radio mientras se trabaja, se maneja o se realiza cualquier otra actividad compatible. (...) La relación entre broadcasters y redes está recién en sus comienzos pero puede ser reforzada por su interacción sinérgica". (FERNÁNDEZ Y AZCÁRETE, 2011, p. 63, 71, 72).

Por último, trabajaremos en torno a la noción de podcast desde las definiciones de Podcastellano (2006), la página española pionera en podcasting en castellano, que para definir el medio dice:

“Un podcast es un archivo de audio digital, normalmente en el popular formato mp3, que se coloca en internet para que otras personas tengan la posibilidad de bajar ese archivo y escuchar su contenido” (El Libro del Podcasting. Podcastellano. 2006).

En cuanto a la etimología de la palabra, señalan:

“(...) el término podcasting proviene de la asociación de Pod vaina o cápsula (en muchos casos se asocia a iPod) y broadcasting, o radiodifusión. Radiodifusión en cápsulas. “crear archivos de sonido ... para que el usuario lo escuche en el momento que quiera, generalmente en un reproductor portátil. Se puede escuchar en línea, en cualquier dispositivo con conexión a internet, o descargarse para escucharlo en cualquier parte sin necesidad de conexión” (El Libro del Podcasting. Podcastellano. 2006).

Definición similar, y que también se utilizó como referencia en este trabajo, es la del texto de Daniela González, *“El boom de los podcasts, la radio hecha por los usuarios en la web”* (2008), cuya cita aparece en la introducción del presente trabajo.

METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES

En cuanto a la metodología, el trabajo requiere una primera instancia de investigación acerca de la historia y el crecimiento del podcast en los últimos dieciocho años. A su vez, en esa búsqueda también se incluirá material con vocabulario específico sobre los aparatos técnicos y programas necesarios para la grabación y producción de un podcast.

En segundo lugar, una vez que el andamiaje teórico esté completo, se guionarán los tres episodios correspondientes. Tanto en su guión literario como técnico, o guión de edición, dejando asentado cualquier registro sonoro que se incluya en el trabajo: música, palabras, silencios. Se debe escribir para el oído.

En tercer orden se grabarán los tres episodios, llevando a cabo también un proceso constante de revisión del material guionado, en caso de que necesite modificaciones (muchas veces en la práctica se descubren mejores formas de contar lo que se pensó en el guión).

En una última instancia creativa, se editarán los episodios y se dejarán listos para poder presentarlos.

FACTIBILIDAD

Esta tesina es factible de ser realizada ya que contamos con el estudio de grabación del Coworking “Brújula” de la ciudad de Rosario, lugar en dónde desarrollamos nuestro trabajo en el proyecto grupal Fútbol & Coso, y con las herramientas técnicas necesarias.

Además, estando en la tercera temporada de dicho podcast, contamos con la competencia necesaria para producir y editar el contenido generado. Por otra parte, esta experiencia nos permite conocer los trabajos de preproducción, guión y puesta en escena para interpretar los contenidos guionados, así como la capacidad de volcar en el texto que pensamos para los capítulos, la información teórica necesaria, en una forma entretenida y amable para el oído sin por ello perder rigor teórico o validez.

Encontramos factibilidad en el hecho mencionado durante la justificación, que refiere a nuestra práctica como ayudantes alumnos de Producción Radiofónica, período durante el cual pudimos experimentar con la realización de este tipo de piezas, que sirvieron, no solo en nuestra comisión, si no en otras, de apoyo a la bibliografía escrita. Podríamos tomar a esos trabajos como un antecedente, si bien inacabado, bastante exitoso antes de realizar esta miniserie de 3 episodios.

En base a esto, imaginamos el material resultando incorporado a la dinámica de las clases, de modalidad taller, sirviendo primero como ejemplo de una producción sonora de este tipo, en los espacios de puesta en común que se realizan con los estudiantes al hacerles escuchar contenidos que pueden tener de referencia cuando se les explica un trabajo que deben realizar.

En otra instancia, puede utilizarse esta miniserie como un soporte de bibliografía sonora que el alumnado tenga a mano de escuchar cuando deba ponerse a pensar en la producción de trabajos para la materia. Back Up puede ser una gran ayuda para la memoria.

CIRCULACIÓN:

Los episodios serán subidos a YouTube, soundcloud y Spotify, plataformas on demand para que queden a disposición de ser escuchados en forma gratuita, buscando así facilitar el acceso al mismo, sobre todo pensando en las escuchas que pudieran hacer estudiantes de Producción Radiofónica. Asimismo, se espera que sea aceptado como bibliografía sonora complementaria en dicha materia y circule entre los estudiantes.

PRODUCCIÓN

Decidimos encarar una tesina de producción debido a nuestro recorrido en la realización de un podcast, y por el hecho de encontrarnos ambos en el último tramo de la carrera. Entendemos que para llevar a cabo este trabajo, que muchas veces dificulta la finalización del cursado, es importante introducirse en terrenos conocidos y mejor aún si puede hacerse con compañeros con los cuales ya hayamos compartido dinámicas laborales.

En primera instancia el proyecto comenzó a ser abordado durante el año 2021 en el taller de tesina, planteando los ejes iniciales como tema, introducción, justificación, marco teórico, metodología, objetivos y factibilidad, los cuales contaron el seguimiento de la docente de dicha asignatura.

A la par durante varios meses nos reunimos una vez por semana, tanto virtual como personalmente, para recopilar material de lectura que resulte pertinente, buscando tanto en planes de estudio de materias de nuestra facultad, como así también en otras tesinas de las mismas características, en bibliografía extracurricular de otras universidades, otros países, blogs especializados en la materia, revistas y artículos periodísticos. Pusimos en común las lecturas, seleccionamos los contenidos que mejor se adecuaban a nuestro trabajo, y diseñamos el esquema que dio sustento a la tesina.

Durante esos encuentros también escribimos los guiones de los tres episodios, los cuales fueron releídos en varias oportunidades para afinar detalles de estructura, duración, forma y utilización de recursos.

REGISTRO

La grabación tuvo lugar en el estudio del Coworking Brújula, ubicado en calle Santa Fe 1357 de la ciudad de Rosario, donde también se graba Fútbol & Coso además de otros podcast.



El programa que se utilizó para registrar la voz fue Ableton Live, que también sirvió más adelante en el proceso de edición.

El acomodamiento de los equipos, las pruebas de sonido y la grabación de los tres episodios tomaron un tiempo aproximado de dos horas. Se llevó adelante la tarea en una interfaz de audio usb y con dos micrófonos dinámicos.

En todo momento contó con el guión como soporte, e incluso en el momento de grabar el mismo sufrió mínimas modificaciones que según entendimos ayudaban a explicar mejor los conceptos.

EDICIÓN

Para el proceso de edición convocamos a Iván Jimenez, estudiante de Comunicación Social e integrante del equipo del podcast Fútbol & Coso donde se desempeña, justamente, en el rol de editor. Además, es uno de los fundadores de Bengala, productora de podcast rosarina que trabaja junto Fútbol & Coso y otros podcast.

Quisimos dejar en sus manos el manejo de las herramientas técnicas de edición por su amplio conocimiento en la materia, en la que se formó y continúa formándose permanentemente, y por su experiencia y criterios de trabajo. Por supuesto que todo el desarrollo de su tarea contó con nuestro acompañamiento y supervisión, para lograr acercarnos cada vez más a la idea que buscamos plasmar. El producto final contó con seis horas de edición, promediando aproximadamente dos horas por cada episodio.

El programa utilizado fue el mismo que se eligió para hacer el registro de audio: Ableton Live.

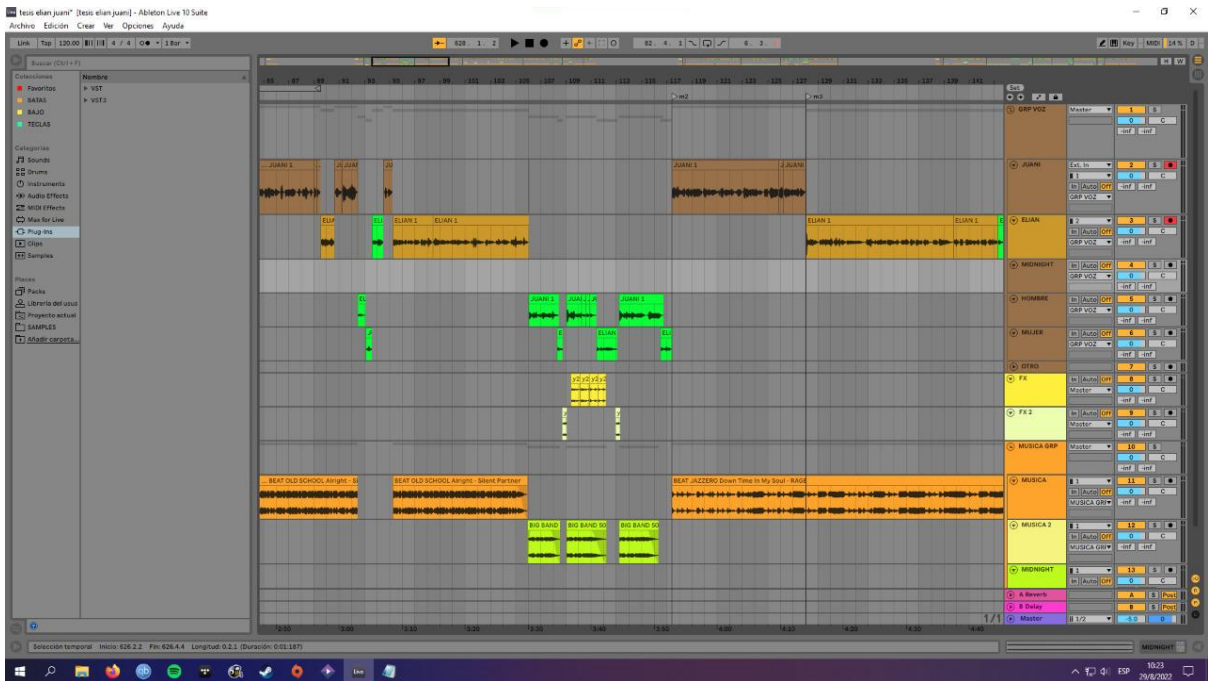
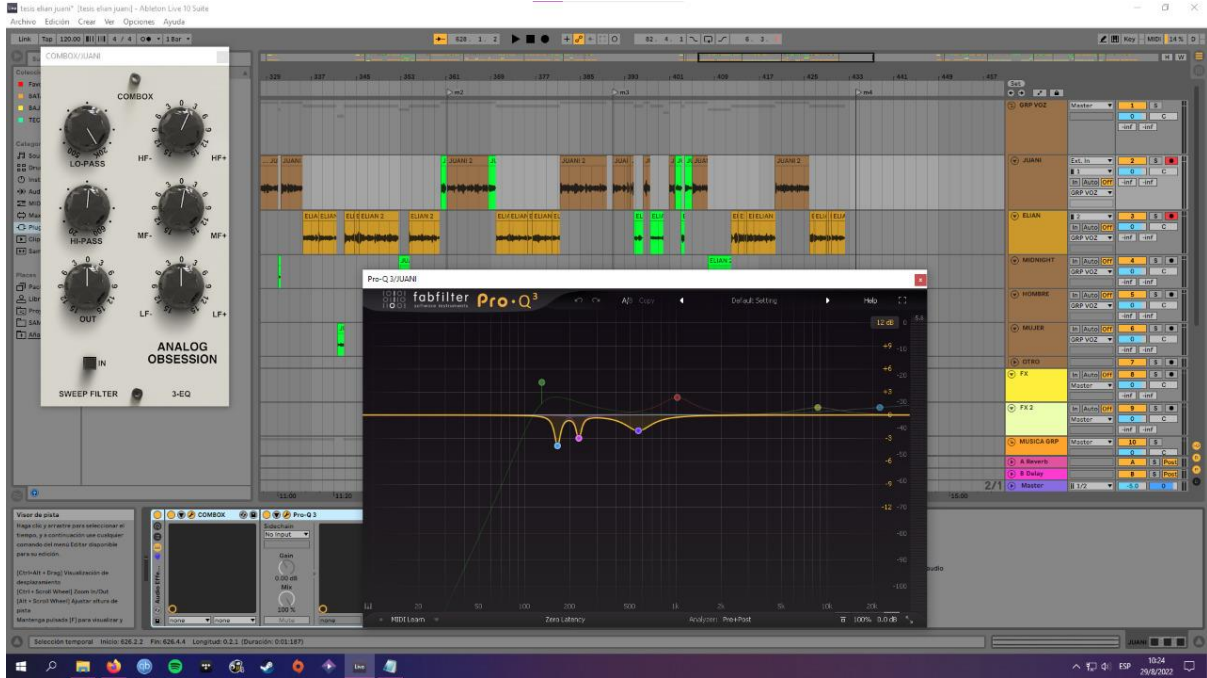
En cuanto a las acciones específicas, se trabajó el sonido base de la voz con compresión y ecualización, y en los momentos donde hay efectos vocales se usó un efecto de tono para hacerla más grave o aguda. En caso de querer generar un registro distinto como puede ser efecto de radio, se necesitaron ecualizaciones más extremas.

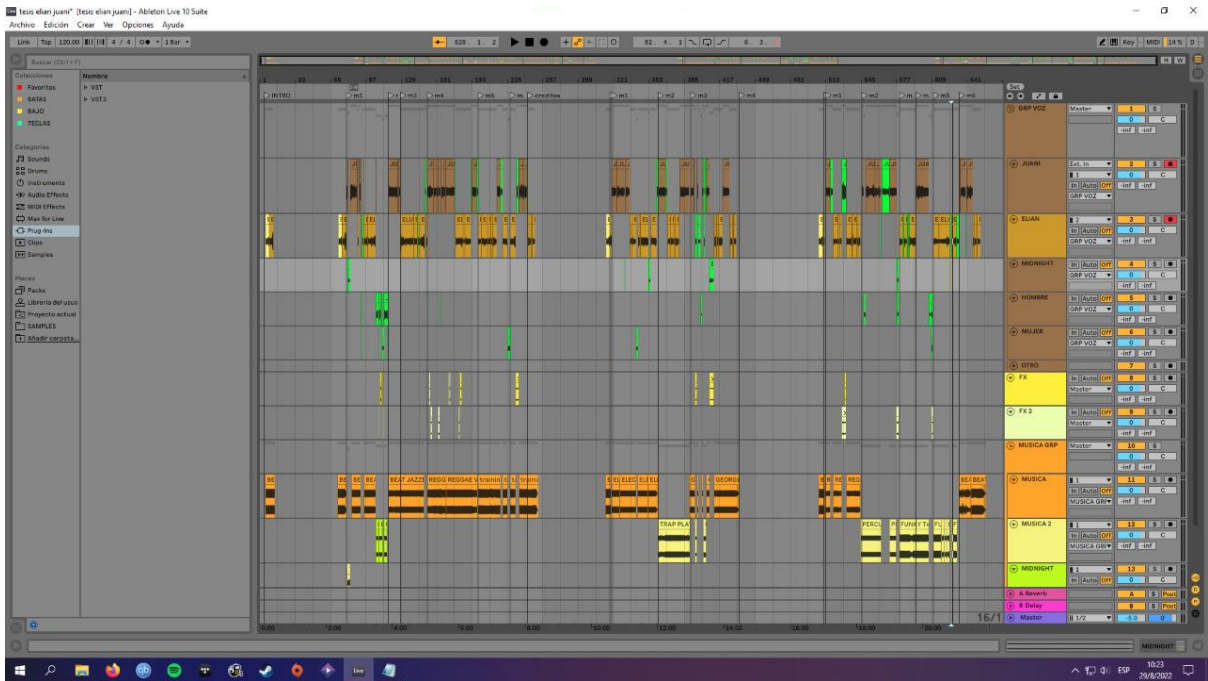
También el proceso incluyó la extracción de audios, sonidos y música, que se agregaron al trabajo para completar las diferentes instancias contempladas por el guión en las cuáles tenían una intencionalidad necesaria.

Se buscó que la edición aporte dinamismo a los podcast, que potencie aún más sus posibilidades, para que no sea solo un contenido educativo formalmente, sino que también provoque ganas de ser escuchado.

El proceso fue por un lado divertido, por tratarse de algo que hicimos entre amigos, pero más allá de eso pudimos disfrutar de ver junto al editor cómo iba tomando forma el trabajo, y sobre la marcha, decidir qué agregar y qué no, continuando con el proceso creativo. Sirvió para ver y experimentar algo que afirmamos a lo largo de este escrito, y es que cuando se edita, se trabaja muy fuertemente en el contenido, en la estética y el ritmo de los episodios.

Capturas de pantalla trabajando en el programa Ableton Live:





Anexo 1

GUIÓN EPISODIOS

Guía de indicaciones (para realización, al momento de grabar y edición):

- () Entre paréntesis van las indicaciones. Tanto de tonos de voz actorales, de interpretación, de clima, de música. Ej: (música dramática); (en tono jocoso)
- *en itálica, líneas actuadas.*
- **en negrita, palabras o frases que hay que acentuar. // marcadores de quién habla o qué sucede.**
- En MAYÚSCULA cosas que hay que remarcar // señala cosas que suceden abruptamente, o suenan muy fuerte // gritos en las ficciones

Episodio 1:

Intro:

Hola, esto es Back Up *un podcast para tener a mano, a la hora de pensar un podcast.*

Episodio uno

¿De qué estamos hablando, cuando decimos **podcast**? (acentuar podcast)

Voz 1: - (arranca normal) Si nos vamos para atrás en el tiempo,

Voz 2: - (cambia el tono, habla como si fuera viejo) *Allá por aquellos años lejanos que...*
(música extremadamente antigua)(corte abrupto)

Voz 1: - (vuelve al tono normal) no tanto no, volvé. En el 2004 se empezó a hablar de podcast, como resultado de la unión de dos palabras: "Pod", que hace referencia a portable, y "cast", que viene de broadcast, que es la emisión de radio".

Voz 2: - Pero, entonces, ¿el podcast es lo mismo que la radio?

Voz 1: ¡Pero claro que no!

(cambia la música)

Voz 1: - El podcast es un formato on demand (jugar con planos que se superponen, y distintas voces) *a demanda... a la carta... a gusto y piacere-* **Voz 1:-** Bueno ya se entendió (cortando lo que venía diciendo el otro)

Voz 2: - Esto quiere decir que podés escuchar los que quieras, cuando quieras, el tiempo que quieras, (de fondo se escucha de nuevo - *a piacere* -, pisando la frase anterior) . Si querés los podes escuchar dos veces, retrocederlos o adelantarlos, porque la principal diferencia que tienen con la radio, es que **no** se hacen en vivo, **no** son fugaces. Un podcast está pensado para ser asincrónico y atemporal.

(Ficción): Voz 3: - *"lo único y fundamental que tenes que saber para ser millonario es...*
(INTERRUPCIÓN suena el timbre).

Voz 4: - (interesada) *Uh ... a ver, a ver.* (Vuelve para atrás, marcarlo en la edición).

Voz 3: - *lo único y fundamental que tenes que saber para ser millonario es...*
(INTERRUPCIÓN Ladra un perro)

Voz 4: - *¡Pero la puta madre!! CALLATE TOBY!!* . (Vuelve para atrás, marcarlo en la edición) .

Voz 3: - *lo único y fundamental que tenes que saber para ser millonario es cuidar el amor de los que te rodean"* .

Voz 4: - (Indignada) *Ahhh pero andá a cagar!*

Voz 1: - Hay que decir que el podcast es un género relativamente nuevo, y también es cierto que hay cosas que el podcast y la radio comparten. De hecho mucha gente que hace podcast empezó en radio, o produciendo contenidos para otros medios o plataformas, y hasta hay muchos programas de radio que son grabados y se suben a la nube en formato de podcast total o parcialmente.

Voz 2: - Pero esto es solo la superficie, porque lo que en realidad emparenta al podcast con la radio es que se sirven de la misma caja de herramientas. Para hacer un podcast necesitamos robarle a la radio algunos de los componentes de su lenguaje, como lo son las palabras, la música, los efectos de sonido y el silencio. Los famosos elementos del lenguaje radiofónico. A los podcast además, debemos agregarle como elemento esencial, **la edición, o el montaje**, porque, por más mínimo que sea, siempre existe: (esto tiene que ir actuado de alguna manera) *porque si vos agarras un programa de radio, lo grabas y lo subis a internet, al menos tuviste que abrir un programa de grabación, y eso ya es un minimo, minimo, minimisimo montaje, ¿me entendé?* (se va enojando a medida que lo dice).

(el otro personaje le responde como sorprendido) **Voz 1:** - Si, tranquilo amigo, se entendió

(Cambia la música)

Voz 2: - ¿Qué jugadores se necesitan en un equipo de podcast?

Voz 1: - Los locutores o conductores son quienes se encargan del uso de la palabra. Pueden cumplir un mismo rol, aunque si se trata de más de una persona es recomendable que alguien conduzca y oriente la conversación.

Los editores de sonido se ocupan de agarrar el material crudo y darle aún más forma. Es como tirar la carne a la parrilla (aparece actuado en segundo plano -a *piacere*-). Enriquecer el contenido, detectar qué se puede mejorar y qué se puede suprimir, aunque eso implique a veces cambiar el orden de las cosas. -No siempre en una conversación lo que se dice primero, se escucha primero en un episodio-

Si tu proyecto tiene intenciones de crecer, será fundamental también que tenga redes sociales para compartir su contenido. Comunicar nuestras producciones es tan importante como realizarlas. Ese rol será el del Community Manager, o como le decíamos hasta hace un ratito, el que maneja las redes (Poner canción - **CRISTO DE LAS REDES**)

Voz 2: - También en el rubro de la edición y creación, tu proyecto necesitará una identidad visual. Algo que lo diferencie de los demás y sea una marca de representación. Partiendo desde el logo de tu podcast, hasta un flyer que informe qué días se publica tu contenido. Estamos hablando del trabajo de un diseñador, que dependiendo del nivel de profesionalismo, puede hacerlo alguien del grupo que se de maña, o contratar un diseño tercerizado.

Voz 1: - OJOTA HAWAINA: también podés grabarte a vos mismo, editar lo que hacés, crearte redes sociales y armar la identidad visual. Recomendamos en este caso estar muy convencido del éxito antes de embarcarse en la aventura o tener otro trabajo.

Voz 2: - por otra parte, obviamente que para hacer un podcast, por más amateur que sea, necesitas ciertos implementos tecnológicos o técnicos. Un micrófono, aunque sea el más económico, el de un celular, un auricular, o uno profesional de estudio, y por supuesto, un lugar donde registrar sonido, es decir, grabar. Como dijimos recién, el sonido se puede registrar en el celu, o en programas de grabación en la compu. Pero acá es importante aclarar, que mientras más sofisticado, trabajado y detallista sea nuestro podcast, más complejos y completos serán los programas de edición que utilicemos.

Voz 1: - ¿Podés hacer un podcast sin editarlo? Así, como poder, podés, pero capaz no te da ganas de escucharlo ni a vos. (Con tono dubitativo) bah, si, capaz si tenés mucho amor propio, que se yo...

Voz 2: - ¿Cómo edito mi podcast? Bueno, esa pregunta no te la vamos a responder acá, porque en YouTube hay un trillón de tutoriales sobre ese tema, donde te recomiendan programas y todo.

FICCION: (imitar inicio de tutorial, Juani haciendo de mexicano) (*pos bien amigos, hoy les vamos a enseñar a usar un programa de edición...*)

Voz 2: - Para hacer un podcast, también es indispensable subirlo de alguna manera a internet, ya sea a Spotify, YouTube, o la plataforma que elijas. Los podcast son hijos de internet

FICCION:

(LLANTO DE BEBÉ), (Con tono grave, de médico, que anuncia alegre una noticia)

Voz 5: “*FELICIDADES FAMILIA, ES UN PODCAST*”

Voz 1: - Y como buen hijo de internet, desde su nacimiento el género fue creciendo y mutando. De hecho, el podcast es un medio que todavía no terminó de “explotar”. Se encuentra en desarrollo y es probable que en algunos años este intento de guía quede TOTALMENTE obsoleto. (actuarlo, dubitativo) aunque bueno, esperemos que no.

Cierre:

Esto fue Back Up. Idea, guión y realización: Juan Ignacio Perafán y Elian Eccheli. Edición: Iván Jiménez. Agradecemos a Brújula Coworking y Bengala podcast por el espacio.

Agradecemos a: (nombrar a todos los que nos den una mano aportando una vocecita o algo).

Episodio 2

Intro:

Hola, esto es Back Up *un podcast para tener a mano, a la hora de pensar un podcast.*

Episodio dos

¿Por dónde empiezo?

Voz 1: - Lo primero que necesitás para hacer un podcast, es una idea. Se te tiene que ocurrir hacer un podcast porque tenés ganas de hablar de algo desde distintas perspectivas. Ese algo de lo que querés hablar, puede no ser siempre lo mismo. A lo mejor no querés hacer un podcast sobre economía. Pero haces un episodio sobre economía, uno sobre filosofía, uno sobre historia, y tu hilo conductor es el conocimiento, las ciencias sociales, o el saber, que se yo.

Lo importante es que los episodios de tu podcast, que pueden ser uno, 10 o 100, respeten un formato, una estética, una manera de hacerse.

Voz 2: - En cuanto a temas a abordar, en un podcast podés hablar literalmente de cualquier cosa. Algo que caracteriza a la producción y al consumo de este género, es la existencia de los famosos “nichos”.

Voz 3: -*Ah, yo justo quería hablar sobre cementerios*

Voz 2: - Por nichos, entendemos: temas específicos, que a lo mejor pensás que no van a seducir a nadie, pero sí. Siempre hay público interesado en los temas más variados. No sos tan especial. Por ahí un podcast que habla sobre películas de ciencia ficción colombianas tiene una audiencia más estable que uno que abarca todo el fútbol argentino.

Voz 1: (en tono de ehh qué decí??) -*¿Ciencia ficción colombiana?? buscate otro chiste hermano porque estás pa atrás eh*

Voz 2: - *Aclaración*, producir un contenido de nicho, no te garantiza masividad, más vale al contrario. Lo que sí es probable que encuentres, es un público fiel, que se identifique con lo que hacés.

Voz 1: - Y acá tocamos otro tema importante. Cuando pensas un podcast, tenés que pensar para quién lo estás haciendo. ¿Tu público ideal se parece a vos? ¿Cuáles son sus intereses? ¿Tiene 17 años, o 43 pirulos? ¿Es posible que tenga Spotify descargado en el celular? ¿Fuma tabaco armado o sale a correr? ¿Maneja un Fiat 128 flojo de papeles?

(Cambio de música)

Voz 2: - Así como un tipo se hizo chef porque alucinó de chiquito con las recetas de la abuela, o un director de cine vio El Padrino 847 veces, va a ser importante que escuches muchos podcasts para familiarizarte con el lenguaje. Puede ser incluso la parte más divertida del proceso, prestarle atención a lo que estás escuchando, darte cuenta qué te gusta y que no. Adueñarte de formas, estilos, maneras de contar.

(efecto de sonido de los simpsons “plagio di plagio”)

Voz 1: - Lo que queremos decir, es que está casi todo inventado, y no es necesario andar copiándole a nadie, pero una buena parte del aprendizaje tiene que ver con escuchar a otros.

A modo de consejo: no te la vuelas tratando de inventar el superpodcast ultra creativo y novedoso. Más vale, hacé algo en lo que creas y que te guste.

Una vez que decidiste qué vas a contar, tenes que pensar el cómo.

¿Qué tipo de podcast puedo hacer?

Hay varios formatos:

Puede ser una ficción

(Actuado) **Voz 3:** -*sigue tu johnny, no lo lograré* (Drama, de fondo se escuchan tiros, guerra, sirenas)

Voz 1: - Existen los podcast de entrevistas:

(Entrevistador, en tono solemne) **voz 4:** - *¿Luis es cierto que probaste el porro a los 3 años?*

Voz 3: - Sí, si, por supuesto.

Voz 1: - Puede ser en formato Conversacional,

Voz 5: (en tono superficial, de imbécil que habla de los signos y los astros) - *¿vos sos libra? ¿dónde tenés el ascendente?*

Otra Voz: - en Capricornio,

(varios al unísono) aaahhh me muero!! Otra voz:- hoy estás con la luna a full

(esta escena debe ser interpretada en tono bien burlón, que quede claro que el tema que trata nos parece una boludez de la cual nos reímos).

Voz 1: - O puede aludir a algún género periodístico, como informes, editorial, documental, entre otros

Voz 3: (Serio, solemne) -Debido a la sequía, el cultivo de papa peligra en la zona sub meridional, y lógicamente los productores están preocupados

Voz 2: - Un paréntesis: Hay algunos podcast que mezclan varios de estos formatos, o todos, y hay más estilos de podcast que los que dijimos recién. La idea es que a medida que vayas pensando, escuchando y experimentando, encuentres el estilo que mejor le cabe a tu podcast.

Voz 1: - Una más, y no jodemo' ma': Para organizarse, está bueno decidir qué contenidos van a ser improvisados, y cuáles van a tener el apoyo de un libreto, como por ejemplo, esto que te estoy diciendo ahora, que lo estoy leyendo de un guión escrito previamente.

Cierre:

Esto fue Back Up. Idea, guión y realización: Juan Ignacio Perafán y Elian Eccheli. Edición: Iván Jiménez. Agradecemos a Brújula Coworking y Bengala podcast por el espacio. Agradecemos a: (nombrar a todos los que nos den una mano aportando una vocecita o algo).

Episodio 3

Intro:

Hola, esto es Back Up *un podcast para tener a mano, a la hora de pensar un podcast.*

Episodio 3

¿Qué le falta a mi podcast?

Voz 1: - Ahora que ya sabes sobre qué va a ser tu podcast, y decidiste tu manera de narrar, es momento de prestarle atención a cuestiones un poco más técnicas y organizativas... (Tono dubitativo)... *ponele... y si no decidiste todo esto, volvé a escuchar el episodio anterior, que se yo...*

Voz 2: -Si bien es posible que las personas que escriben el guión de los episodios sean distintas de las que lo editan, está bueno trabajar en conjunto, para no imaginarte que en el podcast puede sonar de una manera que sea imposible de realizar para el editor.

FICCIÓN:

(En tono obsesionado, lo dice muy en serio)

Voz 3: - *Yo quiero que acá en esta parte de fondo se escuche ruido de estrellas. Ruido de estrellas y el ruido que hace la gente que mueve las orejas ¿viste? ese, ruido de orejas moviéndose quiero*

Voz 2: - Muchas veces en tu cabeza tenés una idea, y escribís un guión de una manera, y después de pasar por la edición, el producto final suena de forma totalmente distinta, porque el editor se imaginó la misma cosa, pero de otra manera. Bueno, eso es porque los editores no saben leer mentes, así que si se te ocurrió una forma de narrar, comunicasela al editor para que el producto final sea el que querés, porque la edición, o montaje, también forma parte del proceso creativo.

Voz 1: -Para evitar estos quilombitos, además de hacer el libreto, o guión literario, (irrumpe rápidamente, a modo de aclaración)

Voz 3: -*guión literario quiere decir las palabras que dicen los conductores del podcast.*

Voz 1: - armá también un guión técnico. Que diga qué va a pasar, en el orden que va a pasar, qué efectos se espera que se incluyan en edición, qué papel juega la música, si es que acompaña la conversación, crea suspenso o tiene que ser parte del contenido, y cuándo introducir silencios si es necesario aclararlo.

Muchas veces, por cuestiones de comodidad, las cosas se graban en un orden que no es el mismo en el que después aparecen en el episodio, por eso, para no tener errores de coherencia, está bueno que haya guión.

Voz 2: - ¿y cómo se hace un guión?
(actuar imitando la escena de los simpsons)

- *Hacer un buen guión es como comer una naranja: (poner efecto de paso de banda) agarrás en un lugar que te permita tomar nota, y anotas, esto va primero, esto va después, y si sos piola, te anotas cuanto dura más o menos cada cosa.*

Voz 1: - Re denso con el guión, pero dale bola, porque es algo que interviene en todo el proceso, desde la idea inicial, hasta el contenido, y después en la edición. Trabajar organizado en este sentido te puede ahorrar mucho tiempo y evitar peleas en el grupo

(efectos de sonido de batalla tipo guerra, o piñas, o pelea)

(cambia la música)

Voz 2: - Y ya que estamos hablando tanto de escribir, ¿es lo mismo escribir una noticia, una historieta o un monólogo para un podcast?

La pregunta era retórica, obvio que no es lo mismo. El podcast te entra solamente por el oído y hay que tener eso en cuenta a la hora de escribir. No te la compliques, no te enredes, una idea por frase. Porque si bien se puede volver atrás en un podcast, si la hacés muy difícil y el oyente tiene que andar retrocediendo dos o tres veces por episodio porque no entiende lo que querés decir, chau picho, perdiste un escucha.

Voz 1: - Por último, a veces ayuda bastante tener anotados algunos principios, como si fuera un manual de estilo. Por ejemplo, vamos a usar música? cómo la vamos a usar? vamos a cambiar los tonos para sugerir cosas, o vamos a hablar siempre en serio? Esto tiene mucho que ver con el estilo de podcast que quieras hacer, como ya vimos en el capítulo anterior, y no está mal dejar sentadas algunas bases como para no perder la línea estética.

FICCION

(imitando una publicidad de los años 80, con voz como de operadora telefónica)

Otra voz: - *No pierda la línea estética de su podcast, pase por peluquería roxy. Qué lindo quedó!*

Voz 2: - Otro tip a tener en cuenta en esta especie de manual de estilo: hay un recurso sonoro que es muy usado y puede quedar bien en algunos podcast y es el material de archivo. Al igual que con la música, para usar archivo hay que tener cuidado con los derechos de autor o copyright, que es lo mismo pero en inglés.

A veces las plataformas son medio gorra y te pueden llegar a bajar un contenido porque no tenés autorización para usar una canción. De la misma manera que el verdulero quiere que le pagues la naranja que te llevaste, los Rolling Stones quieren guita si vas a poner Satisfaction de cortina. Por suerte existen sonidos y melodías sin copyright aunque claro, no

son las más conocidas. Depende de vos sacarles el mayor jugo posible... como a la naranja que te llevaste de la verdulería... ja (silbidos)

Voz 1: - Si hacés un podcast más que nada si trabajás en equipo, cada cierto tiempo es un ejercicio sano hacer una escucha crítica de nuestro propio producto para ver si va todo bien, en qué se puede mejorar y si es necesario dar un golpe de timón.

Seguramente Cortázar releyó y volvió a escribir un montón de partes de Rayuela antes de publicarla, así que vos no seas vagoneta y cada tanto pegale una revisada a lo que estás haciendo, que seguro te ayuda a mejorar.

Cierre:

Esto fue Back Up. Idea, guión y realización: Juan Ignacio Perafán y Elian Eccheli. Edición: Iván Jiménez. Agradecemos a Brújula Coworking y Bengala podcast por el espacio.

Agradecemos a: (nombrar a todos los que nos den una mano aportando una vocecita o algo).

Anexo 2

BIBLIOGRAFÍA:

González D. (2008): “El boom de los podcasts, la radio hecha por los usuarios en la web” <https://www.latercera.com/noticia/el-boom-de-los-podcasts-la-radio-hecha-por-los-usuarios-en-la-web/>. Chile.

-Fernández J., González Azcárete B. (2011): “*Antes de la aldea global: los medios de sonido como redes sociales y extensiones hipermediáticas*”. Argentina, pp. 63-72. <https://core.ac.uk/download/pdf/61698229.pdf>

-Correyero B., Baladrón Pazos A. (2007): “*El podcasting en los medios de comunicación españoles*”. España pp 3-17. https://www.researchgate.net/publication/279767034_EL_PODCASTING_EN_LOS_MEDIOS_DE_COMUNICACION_ESPAÑOLES

-Espada A. (2018): “*Nuevos modelos radiofónicos: las redes de podcast en Argentina: producción, distribución y comercialización de la radio on demand*”. Argentina pp 3-4. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/72151/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

-Calamari A. (2011): “*Desborde de lo radiofónico*”. Argentina, pp. 242. <https://core.ac.uk/download/pdf/61698229.pdf>

-Cuadernillo de cátedra de Audiocreativa, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales: “*Realización*”. Argentina pp 1-19. <https://core.ac.uk/download/pdf/61698229.pdf>

-Fernández M. (2016): “*Claves para crear podcast, requisitos y planificación*”. http://codendigital.com/claves_para_crear_podcast/

-Feito O. (2016): “*Cómo crear un podcast de éxito: 7 pasos para empezar con buen pie*”. <https://vilmanunez.com/como-crear-un-podcast-de-exito/>

-“*La realidad de las plataformas on demand*”. <https://hechos.ar/la-realidad-de-las-plataformas-on-demand/>

-“*El Libro del Podcasting*” (2006)
<http://www.podcastellano.com/book/print/4?PHPSESSID=2f353c313...>

AUDIOGRAFÍA:

-Gianuzzi A. y Miyar V. (2019): “Metapodcast”.

<https://open.spotify.com/show/5YSVZ32PBLWIFsA0dBQiFV?si=x8bnJaUHRKOQJzpY4WA1Yw&nd=1>

-Green J. (2020): “El Metapodcast”.

<https://open.spotify.com/show/5H4d51N4Ec4flqVzNb3ucl?si=afJ0gkk2R9WPQcbJ4IVq0A&nd=1>

-Porcel A. (2021): “Espacio Cerebrito”.

<https://open.spotify.com/episode/5NY2NGLYXUSeEQrshjQuFL?si=-QFTnxsYR9aGOVqWT9WZew&nd=1>

-Porcel A. (2021): “Espacio Cerebrito”.

<https://open.spotify.com/episode/3IPI3gul6DZ3nYQ3MckZ7Q?si=J-MlmtziSJ6Ox1FLxK78mq&nd=1>