

PODCASTING

TÚ TIENES LA PALABRA



Asociación
PODCAST

PODCASTING,
tú tienes la palabra

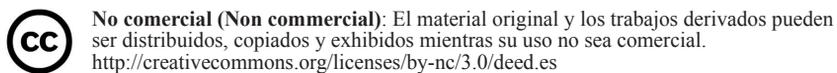
Por iniciativa de la Asociación de Podcast



PODCASTING,
tú tienes la palabra

Patrocinado por:





1ª Edición: Octubre 2010

Libro colaborativo: “Podcasting, tú tienes la palabra”

Por Asociación Podcast

Coordinador del proyecto: Javier Pérez de Pedro

Diseño de portada: Arturo David Martín Navarro

Maquetación: José Juan Sánchez García y Sebastián Oliva Pujol

Glosario de términos: José Arocena Pérez y Adrián Perales Fernández

Imprime: <http://www.bubok.com/>

ISBN: 978-84-9981-064-5

DL: M-46810-2010

*“La imaginación es el principio de la creación:
imaginas lo que deseas, anhelas lo que imaginas
y finalmente creas lo anhelado”*
George Bernard Shaw

Dedicado a la memoria de Juan Antonio Cebrián
Gracias por inspirarnos
Fuerza y Honor

ÍNDICE

Prólogo.....	1
Agradecimientos.....	3
Bloque Cultural.....	7
El podcast como vehículo de la ficción.....	9
El podcast educativo.....	19
Escuchar para leer. El fomento de la lectura a través del podcasting.....	25
Falangullos, los podcasts en gallego.....	47
La Cultura en los Podcast.....	57
El podcasting para enseñar: el teaching podcast y el learning podcast.....	63
Los podcasts y la divulgación científica: el caso de la sociedad española de cardiología.....	71
Divulgación científica en podcast.....	83
El Podcast como herramienta educativa.....	91
El podcasting en catalán.....	101
Podcasting en la educación.....	113
Podcasts y ciencia.....	125
Bloque Social.....	129
Abriendo el camino del podcast.....	131
Cuando conocí el podcasting.....	135
De la nada a Podcaster.....	141
De oyente a podcaster musical.....	149
El podcast y la responsabilidad de la creatividad.....	155
Entre dos mundos.....	161
¿Más rápido o más lejos? La importancia de una asociación.....	163
El humor en los podcasts.....	167
Guión de un podcast: participación de los oyentes.....	173

La revolución del podcast amateur.....	177
Maratón Podcastblog, una excitante experiencia en torno a los podcasts colaborativos.....	183
Podcasting vs Familia.....	193
Bloque Tecnológico.....	197
Aspectos técnicos del Podcasting.....	199
¿Que pueden hacer con mi podcast?	
Derechos de autor en la podcastfera.....	207
El podcast salvó a la estrella de la radio.....	219
Estructura interna de un podcast.....	225
Ideas que nacen y crecen.....	233
Podcasting: de afición a modelo de negocio.....	237
Producción de un podcast.....	249
¿Qué material puedo usar en mi podcast?.....	263
Radio vs Podcast.....	273
Glosario de términos.....	283
Twitter.....	289
Patrocinadores.....	295



Prólogo

por José Antonio Gelado

¡Buenos días, buenas tardes o buenas noches! Es el saludo con el que comienzan muchos podcasts y bien podría resumir su esencia. Son mensajes enviados a oyentes que no sabemos a que hora o en que lugar van a escucharlos pero que lo harán cuando les venga en gana .

Desde que en 2004 comenzaran su andadura los primeros podcasts han cambiado muchas cosas en Internet. Algo que en principio podría parece una moda pasajera se ha convertido en este tiempo en la principal alternativa para la distribución de contenidos sonoros en la Red.

En la corta pero intensa historia de este fenómeno la aparición de directorios, empresas y servicios especializados en alojamiento para podcasts y la adopción por parte de los canales tradicionales como medios de comunicación, han reforzado su difusión y se ha consolidado la influencia del podcasting con una audiencia activa y participativa que busca la radio a la carta que en ocasiones no encuentra en los propios medios.

Mientras fenómenos como el vídeo reciben una atención constante otros como el audio pueden parecer minoritarios si no se dispone de los suficientes datos. Existen ya varios ejemplos de tesis doctorales sobre el fenómeno y casos de éxito como programas de radio y locutores que encuentran en el nuevo medio la continuación que no les brindan las emisoras.

Para tener una idea de la magnitud y alcance del fenómeno del audio es aconsejable consultar las cifras de estudios e informes sobre descargas bajo demanda, streaming, podcasts, móviles y reproductores MP3. Estudios como el de Bridge Ratings señalan que mientras la audiencia de radio sigue experimentando una considerable caída, especialmente en el sector más joven, tanto las descargas como el streaming experimentan un crecimiento sólido.

Otras tendencias que confirman los datos según los análisis es que el podcasting parece tener un efecto positivo en los oyentes y un 36 por ciento dice que ahora escucha programas de radio que antes no oía, según un estudio de RAJAR. Otros datos curiosos son la forma de escuchar podcasts, ya que el 75 por ciento de los usuarios los escucha en casa y un 45 por ciento en el transporte público.

Son sólo algunos datos que muestran ya el grado de penetración del fenómeno y por todo ello y como complemento a los informes y estudios realizados o a los manuales y tutoriales, se hace necesario un acercamiento al fenómeno más reflexivo y más amplio que pueda ser contado por una parte de los protagonistas de esta revolución.

Uno de los ejemplos del carácter colaborativo del podcasting es este libro. Gracias al empuje de la renacida Asociación de Podcasting nace esta obra colectiva que es una mirada desde muy distintos puntos de vista y una forma diferente de aproximarse al fenómeno del podcasting en español. La medición de audiencias, la profesionalización del medio, la comercialización, podcasting para empresas y muchos otros temas son analizados en las próximas páginas desde muy distintos ámbitos.

El libro que estás a punto de leer puede ser un manual de consulta o una primera introducción al mundo del podcasting. Por la variedad de los temas y los diferente análisis está indicado tanto para el profesional de la locución que viene del mundo de la radio como para el aficionado que busca como dar rienda suelta a su vocación de locutor. Y por encima de todo, te dará una amplia visión del estado del podcasting.

¡Buenos días, buenas tardes o buenas noches!



Agradecimientos

por Javier Pérez de Pedro

Desde sus inicios este proyecto se pensó con la intención de capturar el momento que estábamos viviendo en la podcastfera española. Este libro está estructurado en tres bloques temáticos. El primero de ellos es el bloque cultural, alberga artículos donde podréis conocer desde cual es el papel del podcasting en la divulgación científica, o cómo éste puede utilizarse como una potente herramienta docente en la educación.

El segundo bloque, el bloque social, quizás sea el más humano del libro. En él podréis conocer de manos de sus autores las experiencias vividas por diferentes podcasters en la elaboración de sus programas y su relación con los oyentes.

El tercer bloque, es el bloque tecnológico. Este último bloque está destinado a tratar los aspectos más técnicos de este mundo. En él aprenderéis trucos y consejos para mejorar la edición de vuestros podcasts. También hay un apartado dedicado a los aspectos legales asociados a la publicación de contenidos en la red.

Tras finalizar los bloques temáticos encontraréis nuestra sección dedicada a Twitter, en la que podréis leer los comentarios que nos han enviado utilizando el hashtag #libropodcast.

Por último, hemos añadido un glosario de términos para facilitar la comprensión en el uso de la jerga y lenguaje técnico que se utiliza en algunos artículos.

Aprovecho estas líneas finales que se me brindan para dar las gracias a todos aquellos que han colaborado en la elaboración de este libro. Para ser justos debería nombrar a cada uno de los miembros que han formado parte de este

Agradecimientos

proyecto, pero si lo hiciese, seguramente necesitaría otro libro para albergarlos a todos.

Tampoco quiero olvidarme de las empresas y asociaciones amigas que también han participado y que sin su apoyo difícilmente se hubiese conseguido este resultado.

Me siento muy orgulloso de haber trabajado con un excelente equipo humano y de haber logrado contagiar nuestro entusiasmo a todas y cada una de las personas que han participado en este proyecto, tomándolo verdaderamente como propio. Este fue uno de los objetivos que nos marcamos en un principio y que dada la respuesta del público creo que lo hemos conseguido.

En las páginas que siguen te invitamos a conocer un poquito más el mundo del podcasting español y esperamos que disfrutes de la lectura de este libro.

Podcasting, tú tienes la palabra

Bloque Cultural



Autor: Iván Lasso

Profesión: Profesor, blogger, creador de los comics de informática básica albergados en ProyectoAutodidacta.com

Web: <http://todoestadicho.blogspot.com>

El podcast como vehículo de la ficción

Primero, situémonos:

¿Te gusta crear historias? Historias de ficción, quiero decir. Principalmente, en formato texto. Vamos, que la pregunta debería ser: ¿te gusta escribir historias?

Ahora, otra pregunta: ¿te gusta leer en voz alta? ¿O interpretar un papel, actuar (independientemente de como lo hagas)?

Si la respuesta a ambas preguntas es “No”, tal vez no te interese leer este capítulo. Mejor, sáltate al siguiente. Porque esto, más que un ensayo teórico acerca de la viabilidad de hacer podcasts de ficción (por así decirlo... por ahora), se trata más bien de un alegato en defensa de su existencia, en una exposición que pretende animarte a ti, lector, a que te pongas manos a la obra y des rienda suelta a tu creatividad de una manera poco habitual pero que necesitamos como el agua.

Por lo tanto, esta pequeña introducción sólo tiene como objetivo advertirte de que va el tema para que puedas esquivar las próximas páginas. Sin rencores, ¿eh? Que aquí, además, no hay tasa de rebote y no me voy a enterar de que no me has leído.

Pues nada, que nos vemos.

SIGO AQUÍ

Ah, vale. Creo que podemos empezar.

OYE, PERO ¿POR QUÉ ELEGISTE ESTE TEMA?

Me considero un apasionado de la ficción. No puedo vivir sin consumir y crear (aunque en menor medida y de manera menos pública) ficción. No me importan mucho los géneros, aunque tengo mis preferencias, por supuesto.

Unámosle a esto que considero que Internet es el medio de comunicación más importante creado por el hombre y que nos brinda a todos oportunidades por igual para difundir nuestras creaciones, sin necesidad de pasar por intermediarios. Aderezadas ambas cosas con el hecho de que me encanta el formato audio, tienes como resultado lo que me ha impulsado a participar con este artículo en un libro que espero te solucione todas las dudas que tengas sobre el podcasting: convencerte de que si escribes ficción, deberías tener una audioficción.

Hay mucha gente ahí fuera, al otro lado de sus monitores, que tiene muchas ideas y muchas cosas que contar. Seguro que tú eres uno de ellos. Y me encantaría poder escuchar tu historia, me gustaría poder cargar en mi iPod tu audioficción y escucharla mientras voy en el autobús o camino por el parque.

UN MOMENTO.. AUDIO... ¿QUÉ?

Una audioficción no es más que una grabación de audio que cuenta una historia de ficción. Tan simple como eso. Según la edad que tengas, es posible que te acuerdes de las viejas radionovelas que escuchaba tu madre o tu abuelas y que fueron las precursoras de las actuales telenovelas o culebrones. O esos viejos programas de radio, los seriales norteamericanos, que contaban historias de personajes tan conocidos como Superman o La sombra. En algunos países de latinoamérica, todavía se siguen emitiendo hoy día radionovelas con historias de personajes como Kaliman.

El nombre audioficción sólo sirve para englobar una propuesta narrativa que, si bien antes tenía como único soporte la radio, con el avance de la tecnología los soportes han aumentado tanto en número como en ubicuidad y el prefijo “radio” se le puede quedar un poco pequeño. Claro, puedes llamarlo como quieras: audiorrelato, radionovela, serial... Un nombre común tiene su importancia a efectos prácticos, pero si me he decidido emplear éste es porque

creo que engloba de manera adecuada tanto formato como género en un término más breve que “podcast de ficción” y más preciso (aunque más largo) que “audiolibro” o “radionovela”. Y sí, también porque me temo que a veces puedo ser un poco pedante.

VALE, ACEPTAMOS “AUDIOFICCIÓN” COMO GÉNERO Y FORMATO... ¿Y POR QUÉ DEBO HACER UN PODCAST... DIGO... UNA AUDIOFICCIÓN?

Planteémonos durante un momento porque se dejaron de hacer radionovelas. A mi entender, y elucubrando un poco bastante (que tampoco soy un entendido del medio, sino un simple aficionado), la razón por la que se extinguieron fue la preponderancia que las emisoras decidieron darle a otros formatos en vista de los cambios en los hábitos de la audiencia. Por un lado, un ritmo de vida más veloz y un aumento en el número de ocupaciones. Por otro, la preferencia de la audiencia hacia la ficción en imagen, más espectacular en principio y que demandaba menos esfuerzo intelectual que el audio. Puedo estar equivocado (y es muy posible), pero creo que por ahora, podemos darlo por bueno.

Estando así las cosas, ¿por qué recuperar un formato que ha sido dejado de lado? Porque el podcasting, con su facilidad de producción y su bajo coste, nos permite recuperar formatos minoritarios como éste para enfocarlos a nichos de audiencia a los que resulta más fácil llegar que en épocas pasadas. Y el éxito, usando Internet como canal de comunicación, está en los nichos.

Ahora bien, como creador: ¿por qué elegir este formato para contar una historia?

Para empezar, el audio permite contar cualquier historia sin límites como los que impone el presupuesto. Esta misma virtud la tiene el texto, claro, pero una historia en audio además genera más cercanía por medio de la voz humana del narrador (o los intérpretes) y estimula la imaginación haciendo uso de otros recursos más poderosos que la simple letra, como los efectos de sonido y la música. La cercanía y la estimulación son dos virtudes que no son desdeñables: si el texto pone una película en tu cabeza, el audio hace lo mismo pero con mucha más intensidad.

¿Esto significa que, si vas a contar una historia, debes elegir el audio antes que el texto? No, para nada. Porque lo mejor que puedes hacer es usar los dos formatos para contarla. De esta forma, le brindas a tu lector dos maneras diferentes de acceder a la misma historia. Al ampliar la accesibilidad, alcanzarás a un mayor número de usuarios: si no te puedo leer (por la razón que sea, incluso

por incapacidad, no dejes de considerarlo), a lo mejor si te puedo escuchar, o me apetece más hacerlo.

Piensa que al contar tu historia por medio del audio estás ampliando las posibilidades de que cualquiera acceda a ella. La lectura me obliga a no hacer otra cosa que no sea leer. Con el audio, puedo realizar otra actividad mientras escucho.

AH, VALE. PERO HACER UNA AUDIOFICCIÓN HA DE SER ALGO BASTANTE COMPLEJO...

Creo que todos recordamos o por lo menos intuimos como debe ser una audioficción: una narración con varias voces, música incidental que la dote de ambiente y efectos de sonido que la complementen. Todo esto, estando en la soledad de tu habitación o estudio (o despacho), únicamente con tu ordenador y un micro, suena muy complejo, ¿no? O cuando menos, laborioso.

Tomando como base el ámbito del podcasting, me he arriesgado a elaborar una pequeña clasificación de los tipos de audioficciones que se pueden realizar, teniendo en cuenta elementos como recursos y habilidades de los podcasters.

- Dramatizaciones: actuaciones en el sentido más amplio de la palabra. Intervienen varios participantes que interpretan diferentes papeles. Cuenta con banda sonora incidental (es decir, música que subraya la acción) y efectos de sonido. Cuenta con un guión escrito pensando en el formato en el que se va a realizar.
- Lecturas dramatizadas: Tan sólo es una lectura de una historia escrita en prosa, sin guión. Intervienen varios participantes para ponerle voz a los personajes que aparecen en la historia.
- Lectura simple: realizada por una sola persona que pone voz a todos los personajes. A menos que se tenga muy buena calidad interpretativa, es mejor que no tratar de interpretar a cada uno de manera diferente (o con voces diferentes): queda falso y forzado.
- Ficción sin guión: los participantes cuentan con naturalidad la historia sin contar con un guión, sino con un esquema que les indique hacia donde se dirige la historia y que aspectos de la misma no deben olvidarse de contar.

¿Y a que viene esta clasificación? Pues a que estos tipos de audioficción los considero perfectamente válidos para ser usados en un podcast. Cuando pensamos en audioficción, pensamos en los referentes que tenemos, casi todos

provenientes de la radio, donde los recursos suelen ser mucho mayores que aquellos de los que puede disponer un simple podcaster. Estos referentes nos pueden llevar a pensar que su manera de hacer las cosas es la única que hay, acomodándonos a la hora de intentar hacer algo mucho más humilde.

Mientras que en medios masivos como la radio es casi imperativo echar mano de todos los recursos posibles, la escasez de estos en un producto dirigido a un medio como Internet, con su enorme capacidad de nichificación, no debe ser óbice que impida intentar creaciones más limitadas o, como he dicho, más humildes.

En resumen: que puedes tratar de hacer desde una superproducción auditiva hasta una simple lectura de lo que ya escribiste. Vuelve a mirar la lista: ¿ves en ella algún tipo de audioficción que no serías capaz de hacer? Estoy seguro de que no: cualquiera de ellos es perfectamente factible para alguien como tú. Date una oportunidad, inténtalo.

Un detalle: como puedes ver, he omitido en los tres últimos tipos tanto la música incidental como los efectos de sonido. Lo he hecho porque ambas cosas son opcionales (aunque muy difíciles de aplicar en el último caso), no porque no sean posibles de conseguir. Como veremos un poco más adelante, una de las grandezas de Internet es que podemos conseguir ciertos recursos de manera gratuita que antes no hubiéramos podido alcanzar sin un previo desembolso de dinero.

**SÍ, ES VERDAD. VALE, ENTONCES... ¿QUÉ PASOS HE DE SEGUIR?
¿QUÉ COSAS NECESITO?**

Lo primero que debes tener es la historia, obviamente. Puede ser una que has escrito pensando en que el usuario acceda a ella en modo texto: vamos, para que la lea como se ha leído toda la vida. O, si quieres hacer algo más elaborado, puedes escribir una historia específicamente para ser grabada (un guión) o adaptar una existente. Esto, por lo general, lo que suele implicar son frases más cortas y, dependiendo del texto y de las personas que van a participar en la grabación, menos diálogos. Como regla podríamos decir que, si al leer en voz alta te suena raro, realiza las modificaciones que consideres oportunas para que suene mejor. No vamos a entrar en detalle en este punto porque ni soy un experto (sólo un aficionado muy interesado en el tema), ni hay espacio para ello.

Si ya tienes un blog donde has publicado tus historias, ¿por qué no recurrir a él y pasarlo a audio? Sí, podría ser tan simple como eso. Recuerdo que hace

unos meses, un amigo me pidió consejo para promocionar por Internet un libro que había escrito. Lo primero (y creo que único) que le dije fue: podcasts. Graba en audio tu libro y ponlo para descarga gratuita.

Uno de los consejos que más se suelen dar a la hora de promocionar un blog suele ser la realización de freebies, especialmente en el caso de manuales, recopilaciones de textos, etc. Pues bien, ¿por qué esos freebies tienen que ser en formato texto? ¿Por qué no en audio?

Otra ventaja de esto, y de echar mano de historias escritas con anterioridad, es que su grabación te servirá para ir cogiéndole el tranquillo. La creación de la historia siempre es lo más complejo de todo el proceso y si te puedes quitar de encima esa preocupación hasta comprobar como te desenvuelves y como se desarrolla tu proyecto, pues mejor que mejor.

BUENO, QUE LISTO, LA HISTORIA... ¿Y APARTE DE ESO?

En el aspecto técnico, seguramente ya lo hayan mencionado en otros capítulos: un ordenador, un micro y un lugar tranquilo y silencioso donde grabar. Esto como mínimo, que luego verás tú si te compras micrófonos o una consola para trabajar mejor. Mi consejo es que comiences con estos elementos hasta que eches a andar tu proyecto: siempre habrá momento para mejorar. Lo que dije más arriba: que la falta de recursos no te frene.

Respecto al software, necesitas un editor de audio. Hay muchos gratuitos disponibles en la red. Uno de los mejores es Audacity (<http://audacity.sourceforge.net/>). Con él, puedes realizar todo lo necesario para hacer desde una dramatización a una lectura simple o una improvisación. Si buscas por la web, hallarás muchos tutoriales que te pueden explicar como manejarlo en el caso de que tengas alguna dificultad.

Otro programa muy recomendable en el caso de que grabes con varias personas es Levelator (<http://www.conversationsnetwork.org/levelator>). Este programa te nivela automáticamente una grabación, de manera que todas las voces se oigan al mismo volumen. Es muy fácil de usar.

Dependiendo del tipo de audioficción que vayas a hacer, es posible que necesites música y efectos de sonido, por lo que debes buscar en la red estos recursos. A mi juicio, es más importante que te concentres en conseguir la música adecuada. Los efectos de sonido son un elemento muy valioso y que hará que tu audioficción gane en calidad. Pero, no nos engañemos: hacen el proceso de elaboración más trabajoso. La edición de un audio siempre es la parte más pesada: al principio parece que no, pero después se hace patente que es así.

Y es posible que te desanimes tras tres o cuatro capítulos debido a que no te apetece enfrentarte a la edición (al fin y al cabo, lo tuyo es contar historias). Consideremos que la remuneración directa por lo que hagas es algo muy lejano e improbable, por lo que, si queremos darle continuidad a nuestro proyecto, hay que reducir el riesgo de caer en la dejadez en que suelen caer muchas cosas hechas ad honorem.

Si, aún así, deseas incluir efectos de sonido, pido perdón por el spam pero sólo puedo recomendarte un post que escribí en <http://www.genbeta.com/multimedia/10-sitios-para-descargar-gratis-efectos-de-sonido>, donde podrás encontrar 10 sitios diferentes donde obtenerlos.

Sin embargo, creo que a la música si debes prestarle más atención. Si es posible hacerlo desde un punto de vista narrativo, fantástico. Es decir, que si estás narrando una secuencia de acción, poner una música vivaz; si estás contando una historia triste, usar una música melancólica, etc. Pero esto, en principio, ha de quedar en segundo plano por lo mismo que los efectos de sonido: pueden convertir la edición en un proceso laborioso y complicado.

Ahora bien, la música de fondo resulta de mucha utilidad no sólo para dar ambiente sino para enmascarar o disimular defectos en la grabación. Por ello, escoge uno o varios temas (puede ser uno solo repetido varias veces) acordes con el tono de tu historia para ponerlos detrás de tu voz.

Busca siempre música licenciada con licencias flexibles: Creative Commons, Coloriuris, etc. Para cualquier tipo de podcast pero especialmente para una audioficción, mi recomendación es siempre la misma: Kevin MacLeod. Se trata de un músico en cuya página web (<http://incompetech.com/>) coloca toda su música en Dominio Público, de manera que todo lo que tienes que hacer para usarla es darle crédito en tu grabación. Además, como la gran mayoría de su obra es música instrumental, resulta perfecta para nuestros propósitos.

UHM... VOY A PONERME A BAJARLO TODO. EN CUANTO LO TENGA, ME PONGO A GRABAR. ¿TIENES ALGÚN CONSEJO MÁS QUE DARME?

Lo que te recomiendo es que repases otros consejos que ya te deben haber dado en este libro respecto al podcasting en general. Sin embargo, considerando algunas de los elementos específicos de este género, podría decirte...

- Practica un poco antes. Es muy recomendable, pero si lo sientes tedioso, lánzate de una. No lo pienses dos veces. Es preferible hacerlo mal y mejorar a no hacerlo, tenlo siempre en cuenta.

- Graba de un tirón. No digo que tengas que hacerlo en una sola jornada, aunque yo lo prefiero, sino que, si te equivocas, no pares de grabar. Comienza de nuevo la frase (o el párrafo: donde te sea más conveniente) y sigue adelante. Ya editarás después.
- Ten a mano algo de agua para refrescar boca y garganta.
- Vocaliza bien.
- No leas muy deprisa.
- Trata de mantener un volumen de voz constante. Sobre todo, cuidado con bajarlo mucho.
- Como ya he dicho más arriba, si estás haciendo una lectura simple, no trates de interpretar a cada uno de manera diferente (o con voces diferentes): queda falso y forzado. Puedes intentar darles a los personajes un pequeño tono diferenciador, pero sutilmente. En caso de duda, mejor no hacerlo.
- No exageres. Lee correctamente, enfatizando donde sea necesario. No intentes ser demasiado afectado o melodramático en el tono.
- Cuando edites, primero elimina todas las partes en las que te equivoqueste.
- Si vas a insertar efectos de sonido, hazlo antes de colocar la música. Y no abuses de ellos. Mejor unos pocos colocados adecuadamente que una sobrecarga de los mismos.
- Tómate tu tiempo para seleccionar la música de fondo. Sobre todo, que esté acorde con la historia.

PERFECTO. VOY AHORA MISMO A... VAYA, ¿DONDE SE HABRÁ METIDO ESTE BINKY? AH, ESTÁ AHÍ.

¿Binky?... Oye, antes de que te vayas...

¿SÍ?

Hablas en mayúsculas.

AHA.

Me resultas muy familiar.

PUES ESO NO RESULTA MUY... SANO PARA TI.

Entonces...

¿SÍ?

No, nada, nada. Creo que va siendo hora de terminar esta conversación. Ha sido un gusto, ¿no?

POR SUPUESTO. ESPERO QUE NO NOS VOLVAMOS A VER HASTA DENTRO DE MUCHO TIEMPO.

Yo también.

PERO ESCUCHARÁS MI PODCAST, ¿NO?

Claro. Seguro que tienes muchas historias interesantes que contar.

(Mascullando por lo bajo algo acerca de Sir Pratchett, el articulista sale apresuradamente de la página considerando en pasar por la consulta del doctor más cercano antes de volver a casa).



Autor: José Luis Gamboa
Profesión: profesor de Lengua castellana y
Podcastista del IES La Rosaleda (Málaga)
Web:

El podcast educativo

Introducción

El audio (en casete o disco) ha tenido una importancia fundamental en la enseñanza de, al menos, los últimos cuarenta años; sobre todo en aquellas asignaturas relacionadas con los idiomas, incluido, claro, el castellano. El podcast educativo no es más que la evolución de aquellas viejas herramientas, con la particularidad de que tanto los discentes como los docentes no tienen que conformarse con ser meros consumidores, sino que pueden convertirse en productores y, por lo tanto, adaptar el resultado a una realidad más específica.

Definición de podcast educativo

Siguiendo a Isabel M^a Solano Fernández y M^a Mar Sánchez Vera, definiremos el podcast educativo como medio didáctico que supone la existencia de un archivo sonoro con contenidos educativos y que ha sido creado (bien por docentes, bien por alumnos, bien por empresas o instituciones) a partir de un proceso de planificación didáctica¹.

1 Isabel M^a Solano Fernández y M^a Mar Sánchez Vera. [Aprendiendo en cualquier lugar: el](#)

Esta última afirmación es muy importante ya que la implementación de un podcast requiere un proceso de reflexión y planificación adecuadas, que ha de terminar en una evaluación igualmente planificada (...)² y, por lo tanto, antes de lanzarnos a elaborar uno debemos tener en cuenta algunas cuestiones como, por ejemplo, que:

- El podcast educativo no es más que un recurso didáctico y sólo debemos recurrir a él cuando haya una justificación metodológica.
- Hay que pensar a quién va dirigido, cómo lo vamos a utilizar y qué pretendemos con él.

Como las demás tecnologías, el podcast puede incorporarse al proceso educativo con diferentes grados de profundidad

- Sirviéndose de materiales de terceros para las clases.
- Creando el propio profesor sus propios materiales y recursos.
- Promoviendo la creación de podcasts por parte de sus propios alumnos.

Ventajas del podcast educativo

- La primera, y más importante desde mi punto de vista, es la posibilidad que da a profesores y alumnos para que de pasivos consumidores nos convirtamos en [prosumidores](#).
- Fácil difusión de los contenidos: hacer un podcast no es difícil aunque, dependiendo del resultado que pretendamos, puede ser una tarea laboriosa.
- La escucha se puede repetir todas las veces que se crea necesario.
- Permite la diversificación de los recursos de enseñanza:
 - Materiales para fomentar el aprendizaje autónomo.
 - Grabaciones de clases magistrales.
 - Actividades prácticas.

[podcast educativo](#), en Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, nº 36 Enero 2010 p.128b.

2 Isabel M^a Solano Fernández y M^a Mar Sánchez Vera. [Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo](#), en Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, nº 36 Enero 2010 p.132a.

Qué se está haciendo

El podcast está entrando con cierta fuerza en la edublogosfera hispana, como se puede ver por los siguientes ejemplos:

- Creado por docentes.
 - Espacios de comunicación:
 - [Proyecto Grimm](#), un clásico en el uso educativo de las TICs
 - [Puentes al mundo](#) es un sitio dedicado a promover la comunicación entre docentes de todo el mundo. Aunque los programas son emitidos en directo, con posterioridad se publican en formato mp3, para ser escuchados en diferido.
 - [L de Lengua](#), podcast sobre la enseñanza del español como lengua extranjera.
 - [Tics and Tips](#), podcast de David Solís sobre educación.
 - [Radio Tres Tizas](#), programa mensual sobre educación
 - [ffideas en el aire](#) se define como una radio educativa con la que se pretende difundir el pensamiento y ayudar a pensar de modo libre, dar a conocer la filosofía e innovar en educación
 - Antologías colaborativas:
 - [Blas de Otero](#), promovida por Lourdes Domenech en El tinglado
 - [Gustavo Adolfo Bécquer](#), promovida por Lourdes Domenech en Voxopop
 - [Ángel González](#), promovida por Antonio Solano
 - [Mario Benedetti](#), promovida por José Luis González
 - [Miguel Hernández](#), promovida por los blogs A pie de Aula, Blogge@ndo, Repaso de Lengua y Tres Tizas
 - [Taller de podcast mediante podcast](#), por Lourdes Domenech
 - [Tertulias](#)
- Creado por alumnos y profesores.
 - [Tirando de la lengua](#) (Profesores y alumnos del Departamento de Lingüística hispánica y Lenguas modernas de la Universidad de Navarra nos ayudan a ampliar nuestro conocimiento sobre cómo emplear el lenguaje, las variedades dialectales o el origen de nuestro vocabulario)
- Realizado por alumnos.
 - Antologías:

- [Gustavo Adolfo Bécquer](#), por el grupo C de Cuarto de Secundaria del IES Serrallarga (Blanes)
- [Lectura de poemas por alumnos del grupo A de Segundo de Secundaria del IES Bovalar](#) (Castellón)
- [Miguel Hernández](#), por alumnos del IES Bovalar
- [Miguel Hernández](#), por alumnos del CEIP San Walabonso
- Actividades varias:
 - Felicitaciones de Navidad:
 - [Felices fiestas con...](#)
 - [Auld Lang Syne](#)
 - Introspecciones:
 - [Me acuerdo de...](#)
 - [What makes you happy?](#)
 - [Me gusta/no me gusta](#)
 - [Variaciones sobre un texto de Bernardo Atxaga](#)
 - Descripciones:
 - [They were describing someone they know](#)
 - [Audioguía de barrios de Málaga en un mapa de Google](#)
 - [Entrevistas](#)
 - [Noticias](#)
 - [Boletines informativos](#)
 - Cometarios:
 - [De textos poéticos](#)
 - [De libros](#)
 - [Explicación de conceptos ya adquiridos](#)
 - Resúmenes:
 - [De textos orales](#)
 - [De textos escritos](#)
 - Audiolibros:
 - [La Odisea](#)
 - [El Lazarillo de Tormes](#)
- Canales de podcasts:
 - [Sexto en canal](#), coordinado por Nestor Alonso
 - [Los podcasts de Primero de Bachillerato](#) (IES La Rosaleda, Málaga)
 - [Proyecto multidisciplinar del IES La Rosaleda](#) (Málaga)
 - [Podcasts del Colegio San Pedro de Alcántara](#)
 - [Podcast MatemÁTICas: 1,1,2,3,5,8,13](#)

- [Matemáticas para el Segundo Ciclo de Primaria](#) (Colegio Público Laviada, Gijón)
- [Radio vampiro internacional](#) (CEIP El Tejar, Fuengirola, Málaga)
- [Radio Verdi](#) (alumnos de Alberto Cuartero)
- Creado por empresas, instituciones o particulares no docentes (aunque no son propiamente podcasts educativos, según la definición antes vista, no me resisto a poner algunas páginas que considero interesantes para el aprendizaje):
 - [Conferencias de la Fundación Juan March](#)
 - [Canal de la UNED](#)
 - [Biblioteca básica](#)
 - [Programa El ojo crítico](#)
 - [Programa La estación azul](#)
 - [Programa Hablando en plata](#)
 - [Programa La rosa de los vientos](#) (Onda Cero Radio)
 - [Biografías y documentales](#)
 - [Héroes del pensamiento](#), podcast dedicado a la historia de la Filosofía
 - [ChironWeb](#), canal de podcasts sobre el mundo grecolatino en su más diversas manifestaciones (documentales, audiolibros, conferencias)

Para saber más:

- AA. VV. [III Maratón Podcastblog 2008. Los podcast aplicados a la educación](#)
- Blanca Contreras y Patricia Ávila. [Podcast y educación. Guía rápida de uso](#)
- Lourdes Domenech. [Podcast en el aula de Lengua y Literatura](#)
- Lourdes Domenech. [Podcast, ¿para qué os quiero? Ejemplos de usos educativos en clase de lengua y literatura](#)
- Lourdes Domenech. [Podcast en el aula de Lengua \(entrevista\)](#)
- Lourdes Domenech y Ana Isabel Romeo. Internet y la práctica oral discursiva, en [Cuadernos de pedagogía](#), nº 401, mayo de 2010
- Patricia Jiménez. [Los podcast revolucionan el tradicional sistema de aprendizaje](#), en Aprendemás, Enero de 2007
- Berenice Martínez Álvarez. [Uso de Podcast Educativo](#)
- Isabel M^a Solano Fernández y M^a del Mar Sánchez Vera. [Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo](#), en Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, nº 36 Enero 2010, pp.125-139

Bloque cultural

- Antonio Solano. Tecnologías de educación lectora y literaria en el aula, en [Cuadernos de Pedagogía](#), nº 401, mayo de 2010
- [Chile podcast](#), blog de Carlos Toledo
- Jaume Vila Rosas. [La revolución iPod llega a la educación](#)



Autor: Isabel Fernández Morales
Profesión: Periodista especializada en documentación y tecnologías de la información.

Escuchar para leer. El fomento de la lectura a través del podcasting

De viva voz, es uno de los medios de que se vale la literatura (arte que emplea como instrumento la palabra) para incidir sobre las líneas de cultura. Y lo hace así desde mucho antes de que el hombre, a martillazos con un pedrusco, inventase la memoria escrita. [...]La literatura oral va por delante de las otras y disfruta de auténtica libertad, hasta el punto de permitirse formar o deformar el idioma. La literatura escrita es más lenta y padece de vanidad: cree, ingenuamente, en su importancia y perennidad.

La creación literaria en la radio. Juan Fariás¹

El podcasting es un espacio sonoro colectivo, y un lugar propicio para la experimentación sonora. La literatura ha formado parte de la radio desde sus comienzos, los libros son fuente de recursos para el medio, y la oralidad propia

1 FARIAS, Juan. Alicante : Edición digital de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2009. Sobre obra original en Actas del II Simposio Nacional de Literatura Infantil. 1982. Las Navas del Marqués (Ávila), Madrid, Ministerio de Cultura, 1984, pp. 39-44. Disponible en <http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/plate-ro/00364996569958639647857/034942.pdf> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

del medio radiofónico se puede aprovechar para acercar y hacer comprensible la lectura. El lenguaje radiofónico se alimenta de recursos literarios, musicales, dramáticos y otros elementos que propician una dimensión creativa muy estimulante. Desde las instituciones educativas y otras como las bibliotecas, interesadas en el fomento de la lectura, se están explorando las posibilidades que ofrecen hoy las nuevas tecnologías de comunicación a través de Internet, y entre ellas el podcasting, para motivar a los estudiantes y al público en general hacia los libros.

La relación entre literatura y la radio

La relación entre radio y literatura siempre ha sido intensa. Es indudable el valor del medio radiofónico como medio informador y formador en torno a la literatura, los libros y la lectura. Por su parte, la literatura no puede prescindir de la oralidad, pues ésta es su fuente. La literatura antes que leída fue oral y narrada en voz alta. Y la radio, al ser esencialmente voz, conecta de forma natural con esta tradición oral.

Además, la radio o lo sonoro no puede prescindir de las emociones puesto que la audición está muy ligada a lo afectivo. En el libro “Producción de programas de radio” Mario Kaplún se explica así: “Lo que registra la conciencia y se graba a nivel profundo es lo que llega a través del oído. Freud encuentra, pues, una fuerza y un poder de penetración especiales en la transmisión oral de la palabra. Casi no es necesario subrayar la importancia que revisten estas comprobaciones para la valoración del medio radiofónico. (...) Por ser un medio auditivo, la radio es más propicia a la palabra-emoción que a la palabra-concepto”².

La comunicación radiofónica no se dedica solo a la información de tipo cognitivo, racional o más puramente periodística, sino también a expresar contenidos afectivos y/o estéticos. Y este es sin duda un aspecto muy interesante para aprovechar en las producciones sonoras dirigidas a fomentar la lectura.

La literatura forma parte de la radio desde la inauguración de las emisiones regulares en nuestro país³. Uno de sus pioneros en España fue el prolífico

2 KAPLÚN, Mario. “Producción de programas de radio”. CIESPAL, Quito, 1978. Pág. 62/3

3 ALONSO MARTÍN-ROMO, Luis. “La literatura en el nacimiento de la radio en España primeras programaciones (1924-1926)” (En línea). 2007. Tesis. Disponible en : <http://eprints>.

escritor vanguardista y periodista Ramón Gómez de la Serna, el “humorista de guardia”⁴ de Unión Radio, mostrando cómo desde el principio ficción y literatura iban a estar íntimamente presentes en la radiodifusión. En EEUU, La Guerra de los Mundos en 1938 supuso el lanzamiento de la literatura adaptada para la radio, y desde entonces muchas piezas de ficción han sido adaptadas y/o creadas para la radio. La novela original fue adaptada por Orson Wells para crear un serial radiofónico que se emitió como noticiario de carácter urgente, lo que provocó escenas de pánico entre los ciudadanos de Nueva Jersey y Nueva York, que creyeron que se estaba produciendo una verdadera invasión alienígena de la Tierra⁵.

De todos modos, los programas literarios escasean en las emisoras comerciales y están más presentes en las públicas que lo asumen como parte de su compromiso con la cultura, y disponen además de más medios creativos para la realización de programas de ficción. Muchas veces son las pequeñas radios comunitarias y universitarias las que más espacio dedican al campo literario, y las que más desarrollan la creatividad a la hora de utilizarlo⁶.

En la radio y en la actualidad el medio digital, que posibilita la radio online y los podcasts, la literatura, los libros y la animación a la lectura encuentran un espacio expresivo, interactivo y social sin precedentes.

Emisoras como Radio Nacional de España dedican numerosos espacios a la cultura y a la literatura. Así, la cadena pública inició en febrero de 2010 un nuevo ciclo de ficción sonora denominado Historias de miedo de RNE, recuperando la fórmula del radioteatro y el género del terror. La primera producción de este ciclo ha sido la adaptación de la película ‘Psicosis’, de Alfred Hitchcock. Por otra parte, al menos 30 podcasts con sus correspondientes capítulos están disponibles en el área de cultura de RNE, muchos de ellos han finalizado su emisión pero están disponibles para su escucha y descarga online.

ucm.es/tesis/inf/ucm-t28481.pdf [Consulta: 10 de septiembre de 2010]

- 4 PÉREZ ZARCO, Belén. “Ramón Gómez de la Serna” en El medio sonoro (Blog en Internet), 25 de enero de 2009. Disponible en <http://elmediosonoro.blogspot.com/2009/01/ramn-gmez-de-la-serna.html> [Consulta: 10 de septiembre de 2010]
- 5 Disponible en Wikipedia en [http://es.wikipedia.org/wiki/La_guerra_de_los_mundos_\(novela\)](http://es.wikipedia.org/wiki/La_guerra_de_los_mundos_(novela)) [Consulta: 10 de septiembre de 2010]
- 6 ATONAL, Enrique. “La literatura por radio” en Radio Francia Internacional en español (En línea), 13 de marzo de 2009. Disponible en http://www.rfi.fr/actues/articles/111/article_11155.asp (Consulta: 10 de septiembre de 2010)

Entre ellos destacan con contenidos literarios y de ficción: en RNE1 y RNE3 (El ojo crítico, La estación azul, La vuelta al mundo en 80 libros, Literatura en breve, Viñetas y bocadillos, Radio Teatro Piezas, El postre, La libélula); RNE5 (Biblioteca básica, Marcapáginas, Cuentos, Sueños de papel) y RNE Radio Exterior (Desde el infierno, Sexto continente)⁷.

Otra cadena pública que realiza una producción radiofónica muy reconocida en torno a la literatura es la BBC Radio 4 en el Reino Unido que dedica parte de su programación al arte y entre ella a los dramas y la lectura de libros. Desde su página web se pueden escuchar numerosos podcasts de estas producciones, pero además, la BBC⁸ sirve de ejemplo al incorporar al mercado y comercializar las grabaciones de clásicos y best sellers de la literatura, interpretadas por grandes actores.

Al final de este capítulo se pueden consultar algunas direcciones de podcasts dedicados a la literatura. Previamente, veremos cómo Internet y los podcasts favorecen la producción de una mayor oferta e iniciativas sonoras de tipo literario y la participación de más creadores.

El valor de la lectura en voz alta: ¿escuchar versus leer?

Decíamos que la palabra está impregnada de afectividad. Escuchar puede convertirse en toda una aventura. Y es más:

“Leer literatura estimula ambos hemisferios del cerebro: el izquierdo, el encargado del lenguaje, de la lógica, las secuencias, las partes y el análisis; y el derecho, asociado a la imaginación, a la globalidad, a la música, al ritmo, a lo visual-espacial. Escuchar literatura, por otro lado, estimula el hemisferio derecho, el cual es capaz de identificar los diversos tipos de entonación, y darle significación.”⁹

7 Podcasts de Radio Nacional de España disponibles en <http://www.rtve.es/podcast/>

8 Tienda de la BBC disponible en <http://www.bbcshop.com/audio/icat/audio/>. Programas de cultura y arte en la BBC disponibles en <http://www.bbc.co.uk/worldservice/programmes/#arts>. Radio 4 BBC disponible en <http://www.bbc.co.uk/radio4/>. Programas sobre lecturas en formato podcast disponibles en <http://www.bbc.co.uk/radio4/programmes/formats/readings/current>

9 MONTERO, Alicia; MANDRILLO, Cósimo. La radio como herramienta para la promoción de la lectura. *Enl@ce: revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, ISSN 1690-7515, Vol. 4, N.º. 3, 2007, pags. 57-70. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/>

Escuchar un libro es toda una vivencia, y por ejemplo en los niños aún no iniciados en la lectura “posibilita la relación dialógica entre el adulto y el niño pequeño, lo invita a apropiarse del poder de leer, no como ejercicio arduamente ensayado, sino con el juego-recuerdo de la entonación, la memoria imaginación sensorial de ese mundo de signos. Al leer el libro repetidamente, codo a codo con la voz del adulto (o niños mayores), el pre-letrado sabe dónde aparecen las palabras, las sitúa en ese espacio página, le guía la memoria visual y el índice, recorriendo las líneas en la distribución del espacio, las ilustraciones, su memoria auditiva y su contacto afectivo”, según dice Ana Pelegrín¹⁰.

El podcasting y las producciones sonoras sobre literatura y animación a la lectura pueden además de fomentar la lectura y la escucha, ir más allá y recuperar un oficio olvidado: “...el arte de leer. Nos referimos a la lectura (no a las técnicas y prácticas de aprendizaje lector) como cadencia, ritmo, entonación, expresión de un lector que quiere contar, cantar, encantar a un grupo expectante”, dice la misma autora.

Sin duda el podcasting es una herramienta utilísima para promocionar la lectura en voz alta y sus valores, por ejemplo en un entorno educativo en el que los propios alumnos sean a la vez oyentes y narradores de lecturas que se graban para practicar la lectura en voz alta.

Radioteatro, radionovelas, seriales radiofónicos

Al margen de los programas informativos y tipo magazine (noticias, entrevistas, reportajes, retransmisiones, etc.) la literatura se suele presentar en la radio en un género próximo al drama o al teatro. Otro capítulo de este libro se dedica en extenso al radioteatro. Como el objeto de éste es abordar el podcast como herramienta para el fomento de la lectura, sólo cabe apuntar aquí algunos datos y referencias de interés en la medida que los radiodramas, el radioteatro, las radionovelas...etc. contribuyen a esa promoción de la literatura expresada a través de recursos sonoros y dramáticos. Muchos clásicos de la literatura han sido difundidos así. Otras fuentes importantes para el radioteatro han sido

servlet/articulo?codigo=2504596 [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

10 PELEGRÍN, Ana Pelegrín. La aventura de oír. Cuentos y memorias de tradición oral. (En línea). Alicante : Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2008. Edición digital basada en la de Madrid, Cincel, 1984. Disponible en <http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/80283841767595943754491/index.htm> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

los cómics y el cine, que también es una gran referencia. De hecho también el radioteatro es un género literario en sí mismo y son muchos los escritores que han creado o adaptado para la radio (Bertold Bretch, los hermanos Machado, Gómez de la Serna y Beckett, entre otros...)

Al principio el radioteatro consistió en meras lecturas de textos literarios, para ir incorporando elementos de dramatización y efectos de teatro, combinando una mayor intensidad de la voz con otros recursos sonoros. También el teatro se emite en directo por la radio, desde el escenario o desde el estudio donde se adaptan más al medio.

El texto radiofónico se distinguiría del dramático en diversos elementos motivados por la falta de “visión” por parte del oyente: Por ejemplo, el texto radiofónico ha de explicitar más todos los elementos presentes en la acción y “rellenar” las elipsis, han de identificarse constantemente los personajes, ha de ponerse mayor énfasis declamatorio, y trabajar en el uso de efectos de sonido realistas-naturalistas y en el uso de música incidental y de fondo para crear atmósferas, por ejemplo.

En Londres, en 1923, la BBC emite los primeros radiodramas basados en la obra de William Shakespeare. Y fue en la llamada Edad de oro de la radio estadounidense (aproximadamente entre 1930 y 1950) cuando se escribieron y escucharon algunas de las primeras producciones más sobresalientes de la historia. El género de terror y el fantástico, especialmente las historias espaciales y con extraterrestres han sido de los más pródigos.

Los programas dramáticos tuvieron su apogeo en España durante la postguerra. En la radio actual en España están en desuso, probablemente por la inversión económica que suponen, aunque existen algunas producciones¹¹.

Los audiolibros

Un audiolibro generalmente es la grabación de los contenidos de un libro leídos en voz alta. Un libro hablado¹². Es un medio útil cuando la lectura

11 CARTAGENA, Rebeca. “Radionovela en la era del podcast”, Heraldo.es , 28 de febrero de 2010. Disponible en http://www.heraldo.es/noticias/cultura/radionovela_era_del_podcast.html [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

12 Definición disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Audiolibro>

directa no es posible, pero también es un medio de conservación y una manera de disfrutar de la literatura realizando otras actividades desde caminar, conducir o cocinar, a recostarse y descansar con la luz apagada. A veces los audiolibros son versiones reducidas de los libros, a veces la voz está generada por computadoras, otras es una lectura humana y en las mejores producciones están realizadas por actores e incluyen efectos y música. Existen producciones privadas que se comercializan, también grabaciones procedentes de la radio y audiolibros realizados por comunidades de usuarios que los distribuyen mediante podcasting.

En 2005 se comenzó a hablar también de los podiobooks¹³: novelas que en vez (o además) de ser publicadas en papel, son leídas y grabadas en mp3 y emitidas por capítulos en Internet¹⁴. Es difícil distinguirlos de los audiolibros, excepto porque su grabación y distribución se prevé por entregas. La radionovela parece un género perfecto para el podcast, que facilita su difusión por entregas. También las editoriales comienzan a hacer uso del podcasting en este sentido para promocionar autores y novelas “un medio muy interesante para promocionar nuevos autores” por su facilidad de uso y lo barato de su publicación y difusión¹⁵.

Con Internet, la tecnología de podcasting y la proliferación de dispositivos de escucha digital su difusión ha aumentado. Sin embargo, así como en Estados Unidos es habitual ir escuchando libros cuando se camina por la calle, cuando se conduce un coche y el mercado de los audiolibros tiene una considerable cuota de mercado allí; en España, a pesar de los intentos, este sistema no arranca al parecer¹⁶. Probablemente su difusión irá ampliándose a medida que se popularice más la escucha y descarga de podcasts. Plataformas como iTunes o iVoox¹⁷ ofrecen un amplio surtido de estas producciones.

13 Más información en <http://www.podiobooks.com/>

14 Definición disponible en el blog “La opinión alternativa” <http://www.junjan.org/weblog/archives/2005/07/04/podiobooks.html> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

15 VARELA, Juan. “La radionovela revive con el podcast”, *Periodistas 21* (Blog en Internet), 04 de julio de 2005. Disponible en <http://periodistas21.blogspot.com/2005/07/la-radionovela- revive-con-el-podcast.html> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

16 RODRÍGUEZ, Juan Carlos. “Los audiolibros siguen fuera del mercado” *Delibros*, ISSN 0214-2694, N° 225, 2008, pags. 38-40.

17 Audios de audiolibros y relatos en la plataforma iVoox disponibles en http://www.ivoox.com/audiolibros-relatos_sa_f67_1.html

En este campo y en otros habrá que tener en cuenta los derechos de autor¹⁸.

El lenguaje literario y la radio

Lo visto hasta ahora nos permite afirmar que la radio no solo difunde la cultura. La radio también produce cultura a través de una estética y un lenguaje propios. Para ello, la radio se inspira en los lenguajes de la literatura, del teatro, del cine, de la música, de la pintura...¹⁹

En la radio, la palabra (voz, entonación...) lo es casi todo, también la música, los efectos sonoros y el propio silencio forman parte de su lenguaje combinados en una amalgama capaz de producir intensos estímulos emocionales y afectivos. No es objeto de este capítulo profundizar tampoco en el lenguaje radiofónico, su descripción y composición²⁰; en este terreno existen numerosos manuales, por ejemplo se pueden consultar los recursos sobre radio del Instituto de Tecnologías Educativas del Ministerio de Educación²¹.

Sin embargo, en este punto será interesante tener en cuenta las reflexiones y el análisis sobre cómo se combinan esas unidades mínimas constituyentes del discurso radiofónico que son los objetos sonoros, y la sistematización del lenguaje radiofónico desde otros lenguajes de referencia (como el musical, el cinematográfico, etc.) que realiza José Iges²², compositor y artista intermedia,

18 Por ejemplo, valga la referencia a la polémica función del lector de libros electrónicos Kindle <http://www.lecturalia.com/blog/2009/02/11/el-text-to-speech-de-kindle-2-crea-una-fuerte-polemica/> con la que Kindle puede reproducir el texto en voz alta, leyéndolo, aunque con una calidad mecánica.

19 HAYE, Ricardo. "La radio y los movimientos artísticos. De la dictadura de la realidad al debilitamiento expresivo" Revista TELOS, 05 de febrero de 2007. Disponible en <http://www.lear-radioarte.com.ar/TEX/haye.pdf> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

20 Armand Balsebre, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Autónoma de Barcelona, aporta en el libro que, precisamente, lleva por título El lenguaje radiofónico esta definición de el lenguaje radiofónico: Conjunto de formas sonoras y no-sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes.

21 Disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/index.html>

22 IGÉS, José. "El arte radiofónico como expansión del lenguaje radiofónico. Hacia una sistematización del lenguaje radiofónico desde otros lenguajes de referencia." Ólolo (En línea), julio-diciembre de 2000. Disponible en <http://www.uclm.es/artesonoro/ololoiges.html>

director de Ars Sonora²³ en RNE. De todos modos, más adelante entraremos a comentar algunos aspectos del arte radiofónico y del arte sonoro.

Ahora, cabe preguntarse aquí por la aportación del podcasting al lenguaje radiofónico aplicado a la literatura y su difusión²⁴. Las posibilidades que se ofrecen a través de Internet para enriquecer el material audible se expanden con la interacción, la participación, la incorporación de elementos textuales y multimedia y el acceso a múltiples recursos sonoros digitales. El podcasting permite que no solo sea el periodista el que realice programas de estilo radiofónico, sus autores proceden de múltiples campos: artístico, educativo, cultural, empresarial, informático...etc. aportando sus particulares interpretaciones del medio sonoro. El futuro de los programas de cultura puede estar en manos de los podcasteros. La oferta programática del podcasting está desarrollando una línea nueva de contenidos, diferenciada de la radio convencional y es campo propicio para el experimento. La capacidad de Internet y la tecnología podcast para segmentar públicos, temas, géneros y formatos facilita la creación de una programación más especializada en la que los contenidos culturales y artísticos pueden desarrollarse con mayor profundidad y creatividad. Los podcasts dan vía libre a la autoprogramación y a la creatividad de los usuarios. Se podría decir más, que el podcasting descubrirá los verdaderos gustos de los oyentes.

Del podcast se espera una nueva oferta de contenidos y de nuevos tratamientos sonoros. Nuevos sonidos, nuevas formas de expresión y de relato. La aportación digital no puede quedarse en una simple continuación de la analógica.

Y de experimentación sonora hablaremos a continuación. No se trata de algo surgido con el podcasting, pero es la tecnología digital e Internet lo que permite una mayor difusión de las experiencias sonoras creativas y una participación más amplia de los artistas en la composición sonora, dado que el podcasting es una tecnología accesible para cualquier interesado con actitud comunicativa y creativa.

[Consultado el 10 de septiembre de 2010]

23 Disponible en <http://www.arssonora.es/>

24 SALGADO SANTAMARÍA, Carmen. “Nuevas narrativas para la ciberradio”, en el Congreso “Alfabetización mediática y culturas digitales”, Sevilla, 13 y 14 de mayo 2010 Disponible en <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Nuevas%20narrativas%20para%20la%20ciberradio.pdf> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

Creación literaria colaborativa, concursos y podcast

Internet y las herramientas de la web social facilitan el trabajo colaborativo y participativo, permitiendo que las personas se relacionen en línea, que se creen contenidos conjuntos, que se compartan recursos o se aporten apreciaciones y al igual que otras artes, la literatura también se ve afectada por ello. El podcast se inserta claramente en este principio como herramienta de la web social o 2.0.

Se pueden encontrar numerosas experiencias de creación literaria colaborativa, en la que el acicate por participar suele ser el ver la obra publicada en internet, premiada y también en muchas ocasiones locutada y/o dramatizada. La creación literaria y los concursos son dos estrategias muy motivadoras para el fomento de la lectura.

Emisoras de radio convencional como RNE²⁵ u otras como la Cadena SER, alientan estas actividades proponiendo desde sus programas o secciones culturales, a veces a través de sus blogs o espacios en redes sociales, concursos literarios que pueden ser desde relatos cortos o propuestas de un final de un relato a partir de un comienzo dado, entre otras opciones. En muchas ocasiones la recompensa es oír el relato en las ondas interpretado por locutores/actores.

Según Wikipedia²⁶ “La escritura colaborativa, también denominada hiperficción constructiva, es uno de los tipos de narrativa hipertextual, es decir, son los textos narrativos redactados mediante la colaboración entre varios autores, en especial gracias a la utilización de las nuevas tecnologías. El formato wiki y el blog colectivo son dos de las formas que adopta la escritura colaborativa en este momento.”

Una de las experiencias más exitosas en este campo de la literatura colaborativa y el podcasting es la de Relátame²⁷. Además de tener la oportunidad de crear relatos propios o continuar otros ya existentes, ahora ofrecen la oportunidad de relatar de viva voz los capítulos que más gusten.

25 Certámenes literarios en RNE. <http://www.rtve.es/radio/20100716/cuento-sobre-nino-una-cabra-ganador-del-mes-junio-del-concurso-relatos-radiofonicos/339962.shtml>.

Relatos en Cadena (Cadena SER) <http://www.escueladeescritores.com/concurso-cadena-ser>

26 http://es.wikipedia.org/wiki/Escritura_colaborativa

27 <http://www.relatame.com/>

La experimentación sonora: arte radiofónico o radioarte

La radio, decíamos, tanto difunde cultura como la produce. Y es a través del radioarte como la radio puede incluirse en el catálogo de las artes. El arte radiofónico se apoya muchas veces en textos literarios y a la vez, sus recursos expresivos pueden aprovecharse para promocionar la literatura y su lectura.

“El arte radiofónico ha venido utilizando y poniendo de manifiesto las posibilidades expresivas inherentes a la radio y que, al hacerlo, ha expandido el lenguaje propio del medio. Pero, siendo así que arte radiofónico es radio hecha por artistas (al margen de que éstos vengan de la literatura, del cine, de la música o de la plástica)...”²⁸

Interesa, por tanto, destacar en este capítulo dedicado al fomento de la lectura la singularidad de la radio hecha por artistas o con intención artística, cuyos recursos podemos poner al servicio de la literatura y la animación a la lectura.

Desde el principio la radio fue propuesta como un medio para la creación artística, en especial desde las vanguardias²⁹. Este género radiofónico, normalmente denominado arte radiofónico, radioarte o radio experimental, es en principio arte para ser retransmitido en el espacio radiofónico sonoro y tiene sus antecedentes en el radiodrama (radioteatro, radiocuento, serie de episodios y principalmente la radionovela), pero también se nutre y relaciona con otras bellas artes como la música, la escultura, las instalaciones sonoras... llevándonos hasta el denominado arte sonoro. El interés por esta manifestación artística ha llevado a que cada vez sean más los festivales, muestras, publicaciones, programas de radio, etc., dedicados al arte sonoro en España y en el mundo.

28 IGÉS, José. “Arte radiofónico. Algunas líneas básicas de reflexión y actuación”. Revista Telos, julio-septiembre de 2004, número 60, segunda época. Disponible en <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?iarticulo=1&rev=60.htm> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

29 “El medio es la interferencia. El radioarte, de las vanguardias a las radios comunitarias”. En Cara y señal 8. Publicación de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias- América Latina y Caribe, octubre de 2008. Disponible en http://www.vivalaradio.org/gestion-radios-comunitarias/PDFs/GES_produccion_13radioarte.pdf [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

El arte radiofónico supone llevar a la radio más allá de lo informativo, transmite experiencias estéticas³⁰. Muchos artistas sonoros o radiofónicos utilizan textos literarios como materiales para sus obras. Así, el radioarte puede aportar interesantes recursos expresivos a la literatura y su difusión en el medio sonoro. Entre las diferentes producciones o géneros artísticos radiofónicos podemos hablar de arte sonoro, paisajes sonoros (o soundscapes), roadmovies o cuadernos de viajes, fonografías, mapas sonoros, poesía fonética, ruidos y más creaciones que se entremezclan con otras bellas artes como la música experimental electrónica, o las instalaciones y las permormances sonoras, entre otras.

Para saber más sobre arte sonoro y arte radiofónico hay muchas referencias obligadas en la web. Se pueden conocer diversas opiniones de artistas sonoros en la web argentina del Laboratorio de Radio Experimental (LEAR)³¹. En España diversos artistas sonoros y estudiosos se están agrupando en torno a la web de EASE (Encuentro sobre arte sonoro es España).

Algunas páginas web imprescindibles sobre arte sonoro son:

- Ars sonora
- Arte sonoro
- ARTE radio
- Arte radiofónico. Cuaderno central. Revista TELOS . Julio-septiembre 2004, número 60, Segunda época.
- Archive
- Avant-Garde Project
- EASE, Encuentro sobre arte sonoro es España
- Escoitar.org
- José Antonio Sarmiento en la Universidad de Castilla-La-Mancha
- 8ª Bienal Internacional de Radio, México 2010
- LEAR. Laboratorio experimental de arte radiofónico.
- Radio arte
- Radio arte
- Talleres de radio creativa: TEA.FM

30 IGÉS, José. "Sobre el radio arte: reflexiones sin desarrollo" LEAR, Laboratorio Experimental de Arte Radiofónico. Disponible en <http://www.lear-radioarte.com.ar/TEX/iges.pdf> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

31 Disponibles en <http://www.lear-radioarte.com.ar/TEX/radioarte.pdf> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

- Casa Encendida
- Radio imaginamos
- UbuWeb

Son muchas las voces críticas con la actual radio tildándola de “desnuda de arte”, sometida a la “dictadura de la realidad”³². En parte, la atractiva televisión, los planteamientos comerciales de las emisoras y la complejidad tecnológica, entre otras posibles causas, han apartado a las producciones radiofónicas de la creatividad. En este momento, las posibilidades y facilidades del podcasting pueden acabar con ese alejamiento y aportar a la radio un tono menos gris y más sugerente. El podcasting es un territorio accesible y abierto donde la experimentación no tiene excusa. El arte sonoro tiene una estrecha dependencia de la tecnología y la creatividad radiofónica, su expresividad y recursos evolucionarán de acuerdo al desarrollo de esta tecnología, siendo ahora el momento del podcasting.

1. La animación a la lectura a través del podcasting

Todo lo anterior ha servido para argumentar que la literatura y los libros encuentran en la expresión sonora, sea esta radiofónica o a través del podcasting un vehículo de promoción muy justificado. Sigamos profundizando.

La animación a la lectura consiste básicamente en el acto de acercamiento a los libros, ya sea de manera afectiva, de disfrute o intelectual. Lo que se propone con la animación a lectura, es lograr el hábito lector y hacer de la lectura una afición que sea continuada y duradera. Los expertos aseguran que para conseguir éxito en este propósito lo ideal es despertar el hábito lector en la infancia. Existen múltiples iniciativas para el fomento de la lectura, como la del Servicio de Orientación de Lectura (SOL)³³.

Entre los múltiples recursos de animación lectora, el medio radiofónico y el podcasting pueden jugar un papel relevante. El primer paso hace tiempo que se dio: La radio convencional, ha utilizado los libros, los cuentos, la poesía,

32 HAYE, Ricardo. “La radio y los movimientos artísticos. De la dictadura de la realidad al debilitamiento expresivo.” LEAR, Laboratorio Experimental de Arte Radiofónico. Disponible en <http://www.lear-radioarte.com.ar/TEX/haye.pdf> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

33 Disponible en <http://sol-e.com/>

la novela, el teatro, la creación literaria en general como fuente para muchos de sus programas. Ya nos hemos aproximado antes al valor de la narración en voz alta, del papel de la literatura en la radio, y de la radio en la literatura³⁴, así como a los recursos expresivos sonoros disponibles, de manera que las posibilidades y facilidades que ofrece el medio podcast para facilitar el acceso a los libros y la lectura no pueden despreciarse. Esto y las cualidades de lo sonoro hacen que los documentos audíbles tengan una fuerza considerable como inductores a la lectura. El medio sonoro es un medio directo que estimula y orienta el deseo y el gusto de leer.

En primer lugar por lo accesible de la tecnología: comprensible sin especialización técnica intensa y con costes asequibles, un contexto que facilita las capacidades creativas e imaginativas de sus autores. En segundo lugar, por la amplia difusión que permite, a través de Internet, sin necesidad de licencias especiales como en la radio convencional, y además porque la grabación digital suple la deficiencia de lo efímero de una emisión, gracias a la posibilidad del podcast para la descarga, escucha y repetición en cualquier momento y lugar a voluntad, en el ordenador o en cualquier otro dispositivo de sonido portátil.

Existen múltiples iniciativas para el fomento de la lectura en todos los países. Familias, profesores y bibliotecarios suelen ser los principales implicados en esta tarea y con ellos colaboran otras instituciones culturales aportando su granito de arena. En todos estos ámbitos han surgido varias iniciativas en las que los podcasts son un recurso todavía poco explorado para acercar los libros a los lectores.

Desde el Ministerio de Cultura no fue hasta 2009 que se optó por enfocar la campaña de fomento de la lectura en Internet, dirigida a los jóvenes de 14 a 25 años, siendo el mensaje “Leer te lleva más lejos³⁵”. Sin embargo, en este portal no se encuentra ninguna referencia directa a podcasts literarios, aunque sí a blogs, bibliotecas virtuales, portales y escuelas entre otros recursos.

34 Un ejemplo reciente es en 2002, la editorial Anagrama publicó un libro coral, por título *Creía que mi padre era dios*, del que figura como compilador el escritor norteamericano Paul Auster. La obra fue fruto de la propuesta que lanzó el escritor a sus oyentes, les pidió relatos verídicos y breves que leería en antena. Más información disponible en <http://www.ucm.es/BUCM/blogs/Verbavolant/488.php> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

35 Disponible en <http://www.leertellevamaslejos.com> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

Por su parte el Ministerio de Educación, emprende el portal Leer.es³⁶. En este espacio sí hay una mención al audio como vehículo para animación a la lectura en la que se invita a los usuarios a producir sus propios contenidos creativos en formato podcast (máximo 60 segundos) con las sugerentes llamadas a : “¿Quieres hacerte oír? ¿Convertirte en entrevistador? ¿En un disc-jockey comentando su canción favorita? ¿O en un locutor enardecido retransmitiendo el último partido?” Quizás el mensaje no tenga que ver directamente con el fomento de la lectura pero sí al menos con la creatividad y la actitud 2.0³⁷ colaborativa.

Entre los escasos artículos dedicados a la promoción de la lectura y la radio o los podcasts merece la pena citar “La radio como herramienta para la promoción de la lectura”³⁸. En él su autora discute la metodología a seguir en el proceso de producción de un programa radiofónico de cuentos para niños con el objetivo de promover la lectura y propone guiones y otras pistas sobre la producción de este de programas. La autora se queja de que el medio radial ha sido subestimado en su función educativa por educadores y promotores de la lectura. En el mismo artículo no se habla aún del podcast (pese a estar fechado en 2007) y olvida esta tecnología a la hora de dar un periodo de vida más largo a estas producciones radiofónicas destinadas a la promoción de la lectura.

Expertos en el mundo del libro como Javier Celaya³⁹ opinan que la innovación es uno de los principales desafíos del sector del libro a la hora de redefinir nuevas estrategias de fomento de lectura para atraer a más lectores. Celaya se hace eco de la inquietud que genera Internet en el sector del libro, sobre todo por la introducción de los nuevos soportes que están cambiando el modo de

36 Disponible en <http://leer.es> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

37 La actitud 2.0 tiene como principio el “entender los beneficios que representa para uno mismo compartir el conocimiento y aprender de los otros escuchando qué dicen”, según definición de Roc Fages Ramió en su artículo “Actitud 2.0: la política más allá de los blogs” disponible en <http://www.uoc.edu/idp/7/dt/esp/fages.html> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

38 MONTERO, Alicia; MANDRILLO, Cósimo. La radio como herramienta para la promoción de la lectura. *Enl@ce: revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, ISSN 1690-7515, Vol. 4, N°. 3, 2007, pags. 57-70. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2504596> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

39 CELAYA, Javier. “Innovación en el fomento de la lectura”. *ALMAR. Margen Cero. Revista cultural de revista rápida*. ISSN: 1695-4807 Disponible en http://www.margencero.com/articulos/articulos4/innovacion_lectura.htm [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

leer y de acceder a la literatura y anima a los bibliotecarios, editores y libreros a incorporar las nuevas tecnologías en sus planes de fomento de la lectura y la promoción del libro. Entre las medidas que propone está la inversión en medios digitales y el uso de tecnologías de la web 2.0⁴⁰. Y aunque no cita expresamente el podcasting, sugiere crear grabaciones sonoras de primeros capítulos y su difusión en redes sociales ya que “A través de estas tecnologías podemos crear espacios de lectura y escritura más cercanos a su manera de comunicarse [de los jóvenes], lo que motivará en el futuro su placer por leer todo tipo de textos en todo tipo de soportes.”

Dispositivos como el iPad nos hacen entrever la satisfactoria vivencia que puede suponer leer, visualizar, navegar y escuchar la literatura. Aplicaciones como las que se basan en la realidad aumentada también prometen experiencias lectoras muy atractivas⁴¹. Desarrollar las experiencias auditivas en esa mezcla de sentidos puede ser tarea de los podcasters más creativos.

El sector editorial valora el uso del podcast como herramienta de promoción y marketing⁴². De hecho los podcast son cada vez más tenidos en cuenta también como una herramienta de comunicación corporativa⁴³ por las empresas.

40 ÁLAMO, Alfredo. “Penguin y la literatura 2.0” en Lecturalia (Blog de Internet), 30 de enero de 2009. Disponible en <http://www.lecturalia.com/blog/2009/01/30/penguin-y-la-literatura-20/> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

41 La editorial argentina Manuscrita ha sido una de las primeras en utilizar la realidad aumentada en sus publicaciones, disponible en <http://www.manuscrita.com/ra.html> y video demostrativo en Youtube http://www.youtube.com/watch?v=kZiBD4dofig&feature=player_embedded [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

42 “Digitalización del libro y uso de las redes sociales en el sector editorial” en Dosdoce.com (Blog de Internet), Estudios, 16 de noviembre de 2010. Disponible en <http://www.dosdoce.com/articulo/estudios/3070/digitalizacion-del-libro-y-uso-de-las-redes-sociales-en-el-sector-editorial/> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

43 GELADO, José Antonio. “Podcasting corporativo”, presentación en formato ppt (power point) disponible en Slideshare <http://www.slideshare.net/jagelado/podcasting-corporativo> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

Podcasting en las aulas

Los colegios incluyen en su programación educativa planes para el fomento a la lectura y desarrollo de la comprensión lectora entre sus alumnos. En muchos casos esa animación a la lectura y a la escritura se realiza con apoyo de las nuevas tecnologías para alumnado de Primaria, Secundaria y Bachillerato⁴⁴.

Uno de los proyectos más vinculados al uso del podcasting para el fomento de la lectura desde los colegios es el proyecto Cuentalibros⁴⁵. Este es un trabajo colaborativo en el que participan escuelas del Proyecto Grimm y que consiste en la creación de un canal de podcast sobre recomendaciones de libros realizadas por niños y niñas. Son muchos los colaboradores, propuestas, experiencias, herramientas que ponen a disposición de los alumnos y sus colegios para que se animen a crear sus propios guiones y grabaciones de podcast.

Las herramientas de la web 2.0 como el podcasting permiten que las instituciones educativas animen con mayor facilidad a sus alumnos y profesores a comunicar, crear y participar en la lectura de un modo activo y creativo. Según Tíscar Lara “Con la llegada de la web de lecto-escritura y toda la tecnología digital de consumo doméstico (cámaras de fotos, teléfonos multimedia, etc.), se abre un mundo lleno de posibilidades para el trabajo de alfabetización digital desde una perspectiva CRítica y CReativa.”⁴⁶

Las bibliotecas producen podcasts

Las bibliotecas son un espacio difusor de la cultura y alfabetizador en información. Son centro de recursos, de información, de intercambio y difusión cultural, de encuentro, y un escenario ideal para el ocio recreativo, crítico e imaginativo tomando el libro como elemento base.

44 SALAZAR NAVARRO, María Tamara. “Cómo incluir la radio en el área de lengua castellana y literatura”, Innovación y experiencias, número 26 Enero de 2010. Disponible en http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_26/M_TAMARA%20%20SALAZAR%20NAVARRO.1.pdf

45 Descripción y acceso al proyecto Cuentalibros disponible en http://www.proyectogrimm.net/index.php?cmd=cont_articulo&id=486 [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

46 LARA, Tíscar. “Claves para diseñar actividades críticas y creativas en las aulas”, Leer.es, Julio 2007, Disponible en http://docentes.leer.es/files/2010/07/art_criticascreativas_tiscarlara.pdf [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

Las bibliotecas son usuarias de los recursos y servicios de información en Internet, y también proveedoras de servicios de información en la Red. Los últimos años las bibliotecas se están adaptando a las nuevas tecnologías sociales que facilita la web 2.0. Dice José Antonio Merlo, autor de un centenar de trabajos de divulgación e investigación sobre bibliotecas y tecnologías aplicadas. “La web social ofrece múltiples posibilidades para que las bibliotecas desarrollen sus servicios. Gracias a la web social, las bibliotecas disponen de nuevos procedimientos para realizar su actividad tradicional de formación, información o recreación”⁴⁷.

Si las bibliotecas van a ser cada vez más espacios culturales en los que la comunidad participa y disfruta con actividades como el fomento de la lectura, cuentacuentos, conferencias, conciertos, recitales... los podcast pueden ser una oportunidad para que las bibliotecas difundan y participen en esa gestión cultural mediante la creación de productos sonoros accesibles y personales.⁴⁸

Podríamos identificar al menos las siguientes siete funciones básicas de los podcasts bibliotecarios:

- La función informativa o difusora acerca de las novedades en la biblioteca: sobre sus actividades, novedades bibliográficas y otras informaciones de interés para los usuarios, en especial las relacionadas con documentos sonoros.
- La función de audioguía o audiotour por las instalaciones de la biblioteca como una guía para usuarios. Estos pueden además publicar sus propias propuestas de paseos sonoros por las instalaciones.
- La función cultural: Al hilo de los fondos y actividades de la biblioteca recomendaciones, entrevistas con autores, editores, reseñas... que van más allá de la gestión bibliotecaria. En torno a un club de lectura se pueden organizar lecturas en las que el podcasting forme parte, y se intercambie.
- La función formativa: Cualquier materia sobre la que la biblioteca

47 MERLO, José Antonio. “10 ideas 2.0 para bibliotecas” en Biblioblog (Blog en Internet), 25 de junio de 2010. Disponible en <http://diarium.usal.es/biblioblog/tag/web-social/> [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

48 RAMOS CURD, Enrique. “Web, bibliotecas y fomento de la lectura”, en Serie Bibliotecología y Gestión de Información Nº 37, Junio, 2008. Disponible en http://eprints.rclis.org/14578/1/Serie_N%C2%BA_37.pdf [Consultado el 10 de septiembre de 2010]

forme u oriente a sus usuarios en el uso de tecnologías, fuentes de información, etc... puede reproducirse o elaborarse en formato radiofónico.

- La función comunitaria: se puede dar voz a los usuarios y la comunidad en la que se inserta la biblioteca incentivando su participación. Por ejemplo, a través del uso del teléfono móvil o barras de voz se puede permitir a los usuarios crear registros de sonido e imagen sobre sus experiencias con la biblioteca, los libros, etc... y publicarlos inmediatamente en la Web.
- La función profesional: se trata de informar sobre noticias de la profesión, bibliotecas y servicios de información, transmitir conferencias, etc.
- La función de marketing: La difusión sonora ofrece visibilidad además de una imagen de modernidad.

En definitiva el podcast puede ser una herramienta de dinamización de los recursos y materiales de la biblioteca muy motivadora.

Algunas experiencias en bibliotecas:

Por ejemplo: Un comienzo misterioso, era el título de un juego en formato podcast que con el que entretienen y enganchan a los lectores de A Nosa Biblioteca 3.0, el blog de la biblioteca escolar del I.E.S. As Mariñas de Betanzos. La pena es que desde 2007 no han vuelto a publicar ninguno.

Una biblioteca modelo en este sentido es la Biblioteca Municipal de Morata de Tajuña. En Internet se puede escuchar el Podcast del programa llamado Radio Biblioteca que producen y que se emite en directo en el espacio “Buenos días” de la radio convencional Radio Morata. El programa nació el 16 de Marzo de 2007 con el firme objetivo de fomentar la lectura, el ocio y el entretenimiento de los ciudadanos del municipio. Así que se puede escuchar en Radio Morata (107.6 F.M) o a través de internet.

Y en el ámbito hispano podemos destacar la biblioteca del Tecnológico de Monterrey, en México, que realiza el Podcast Punto de Referencia con entrevistas a autores.

Y ya en el ámbito anglosajón, uno de los podcast bibliotecarios más conocidos es el la biblioteca de la Universidad de Ohio. Entre las secciones que realizan esta Library iPod Tour un audiotour (http://www.library.ohiou.edu/podcasts/?page_id=14) de 30 minutos para enseñar a sus usuarios las instalaciones de la biblioteca, los servicios, el funcionamiento... Está disponible en varios idiomas desde el inglés, el chino, o el suajili al español, entre otros. Esta biblioteca recurre a los podcast de manera intensiva para presentar su colección y sus servicios. Se pueden usar los iPods que prestan en la biblioteca o descargarse uno de los dos ficheros mp3 disponibles. Hay dos versiones al menos, la de un bibliotecario y la versión de un estudiante, lo que parece una buena idea para conectar con los usuarios. También han creado una serie de podcast en los que cada bibliotecario se describe y presenta de manera muy personal.

En Estados Unidos seguimos encontrando los ejemplos más destacados, así la Biblioteca Pública de Nueva York, tiene una sección de audio donde recoge Conversaciones, debates y otros documentos sonoros digitalizados... y está presente en itunes, con podcast dedicados a los adolescentes a los que dan voz.

La Biblioteca pública de los Ángeles también dedica sus podcast a los adolescentes a quienes hace propuestas de participación como por ejemplo que graben su frase de película favorita, además de recomendaciones realizadas por sus usuarios.

La Biblioteca pública de Denver produce una serie de podcast para niños basados en libros infantiles leídos por sus bibliotecarios. Pero hay más: siete programas diferentes que incluyen poesía leída por el personal, agenda cultural de la ciudad, salud, entrevistas, libros favoritos seleccionados y comentados por los estudiantes de primaria, entre otras cosas.

En Europa, la British Library ofrece archivos sonoros de autores en formato podcast en su sección Online Gallery dedicado a autores. Recoge grabaciones de conciertos, conferencias, presenta obras singulares, recomendaciones, entrevistas con autores, exposiciones, etc.

Reflexión final

Una ventaja que debe tenerse en cuenta es sin duda la accesibilidad que se facilita a los usuarios con discapacidad visual, aunque no debemos olvidar transcribir el guión para aquellos usuarios con problemas auditivos.

El podcast parece una herramienta idónea para el fomento de la lectura, por sus cualidades emocionales y porque se puede escuchar a demanda eligiendo el momento y el tiempo. Esto es clave ya que las piezas más creativas y artísticas implican una escucha predispuesta, entrenada, dedicada por así decirlo.

Algunos enlaces a podcasts de literatura y fomento de la lectura

- Historias y relatos, el sonido del miedo
- iTunes, literatura
- Ivoox. Más de 700 podcasts de literatura
- Podcaster – Cuentos Infantiles y RadioUC
- Podcasts de literatura
- Proyecto cuentolibros
- Quelibroleo
- Relátame



Autor: Uxío Broullón
Profesión: diseñador gráfico e ilustrador
Podcast: C'mmons baby!
Web: <http://ictioscopio.eu>
<http://commonsbaby.com>

Falangullos, los podcasts en gallego

Orígen de la palabra “falangullo”

Quizás primero deberíamos aclarar, o contar, el origen del término *falangullo*.

El término fue “creado” por el periodista Roberto Noguero (vieiros.com) en 2006, para un artículo sobre *podcasting*. Nace de la combinación de “*falando/falar*” (hablando/hablar) y “*bagullo*” (vaina, cápsula = pod). Sabemos que es una traducción bastante “libre” de *podcast*, pero cuajó muy bien entre la gente y pronto se adoptó para definir a los que utilizaban el gallego como idioma principal en sus emisiones.

Pioneros

La primera experiencia conocida de *podcasting* en gallego fue siempre atribuida a *plan Galicia*, de Mariano Grueiro. Era definido como un proyecto artístico, “*un estudo dende os eidos da foto e do ensaio ao redor dos carteis instalados no rural na era post-Prestige*” (un estudio desde los campos de la

foto y del ensayo alrededor de los carteles instalados en el rural en la era post-Prestige). Sólo hubo una emisión, datada en el 1 de julio de 2005, y quizás hoy en día, con sólo un episodio, no se consideraría un *podcast*, pero hablando de los pioneros, quizás deberíamos “anchear la manga” en este caso. Más tarde, produjo un nuevo podcast, ***Libros falados*** (libros hablados), que duró muy poco tiempo también.

E-music

Por fecha, octubre de 2005, y por duración en el tiempo, e-music podría considerarse el primer falangullo auténtico. Se trataba de un programa sobre música electrónica que se emitía a través de la entonces radio universitaria de A Coruña (Cuac FM). Su director y presentador, Isaac González, comenzó a subir a la red las grabaciones de su tercera temporada con un rss creado “a mano” por él mismo. El podcast duraría dos temporadas, hasta que Isaac terminó la carrera. Casi al mismo tiempo, pasó a ser colaborador habitual en Radio Oceánica (Radio Galega Música, CRTVG) que entonces dirigía y presentaba Noel Feáns, y a quien acabaría sustituyendo al frente del programa cuando éste tuvo que dejarlo.

Como curiosidad, podemos decir que también Radiooceánica, desde su inicio, apostó por redifundir su contenido como podcast; de hecho, fue uno de los primeros (si no el primero) en hacerlo en la CRTVG.

Casatlántica (*Casa Atlántica*)

Apenas dos meses después de la aparición de ***e-music*** en la red, en diciembre de 2005, surgía el primer *falangullo* personal, Casatlántica, y nació como complemento del blog homónimo de la escritora María Lado. Se trata, sin duda, de uno de los más importantes entre los pioneros por varios motivos: es el primero *autoral* e independiente que tuvo continuidad, usó el alojamiento de sus archivos en un *site* específico para la publicación de podcast (*castpost.com*) y, lo más importante, aprovechó la “plataforma” que le proporcionaba el *podcast* para concebir un nuevo espacio para la creación artística. María formaba a menudo equipo con la poetisa y cantante Lucía Aldao, ambas se esmeraban en construir poemas sonoros y visuales sorprendentes (fueron también pioneras en el *videocast*).

La experiencia no tuvo mucha duración pero, más tarde, entre octubre de 2008 y marzo de 2009, en colaboración con **Extrarradio** (Radio Galega, CRTVG), regresó para contarnos su primer embarazo con pequeñas cartas sonoras que después de emitidas se podían escuchar como *podcast* en su blog.

Ouveos na noite (*Aullidos en la noche*)

En febrero de 2006, desde los *estudios Grozni* y de la mente inquieta y revolucionaria de Xermán Viluba, nace ***Ouveos na noite***. Al más puro estilo de las radio clandestinas, con formato de planfeto radiofónico, con rabia pero cargado también con una gran dosis de humor salvaje, Xermán repasa la actualidad de Galicia y el mundo con mensajes de resistencia contra el sistema. Emite “*cando hai lúa chea e olor a sangue*” (cuando hay luna llena y olor a sangre). *Ouveos...* podría considerarse una especie de *spin-off* de sus colaboraciones con Isaac González en *e-music*, donde tendía una sección fija: ***o mandril nas ondas*** (el mandril en las ondas). Estas intervenciones las recogería después en un libro autoeditado a través de bubok.com. También colaboró en *Viraventos*, en Radiofusión, un grupo de emisoras municipales con programación compartida, pero tras una intervención considerada “inapropiada”, dejó de participar en ese medio. En la actualidad, aunque con menos frecuencia, sigue emitiendo, siendo el *falangullo* activo más veterano.

Areias sonoras (*arenas sonoras*)

En abril de 2006, como complemento a su blog homedareia, Uxío Broullón (ictioscopio) comienza un nuevo proyecto sonoro en la red: ***areias sonoras***. Decimos “nuevo”, porque desde octubre de 2004 ya venía realizando un programa semanal, en castellano, para la emisora libre *on-line* **Ego99** de México: *Fabuloseando!*, que se reconvertiría más tarde en podcast (*Podfabs!*) en enero de 2006. Recién regresado a Galicia, después de nueve años viviendo en Madrid, decide embarcarse en la creación de un podcast en gallego, en parte, para llenar el vacío que el creía existente. Inicia la cuenta de los episodios desde la *areia 0.01* y con poco más que un pequeño lema: “*as areas comúns métense nos ollos, as areas sonoras entran polas orellas*” (las arenas comunes se meten en los ojos, las arenas sonoras entran por las orejas). En las emisiones siguientes mezcla pequeñas reflexiones con grabaciones caseras y pequeñas píldoras literarias propias. Pronto (*areia 0.09*) comienza a incluir música distribuida bajo licencias CC, hecho que sería el germen, junto con una reconversión de su

Podfabs!, de un nuevo *podcast* que nacería en noviembre de 2007: *C'mmons baby!*

Música pirateable en galego

(Se descubres que a Nasa che rouba os discos de cumbias)

Si descubres que la nasa te roba los discos de cumbias (título extraído de una canción de Siniestro Total), era un programa de Radio Kalimera, radio libre de Santiago de Compostela. En junio de 2006 comenzó a subir sus emisiones a la red como *podcast*. Emitían sólo música en gallego y lo presentaban Lara Rozados y Leo i Arremecághona. La experiencia duró muy poco tiempo pero fue una de las primeras experiencias de podcasting en una radio libre gallega.

Chuza! News

Su creador fue el periodista Modesto del Río, que ya había iniciado su actividad como *podcasteiro* en agosto de 2006 con Modestocast. **Chuza! News** nació dentro de la comunidad de usuarios de *Chuza!* (clon gallego de *meneane.net*). Aunque su eslogan era: “*un podcast que non ten nada que ver con Chuza!*” (un *podcast* que no tiene nada que ver con *Chuza!*); lo cierto es que trataba sobre las noticias que acababan llegando a la portada y conversaciones o controversias que surgían en el chat del *fedello* de *Chuza!* Solía usar programas de síntesis de voz (loquendo, cotovía) para las locuciones y canciones *one hit wonder* de los años 80 y 90 para amenizar los programas. Duró entre septiembre de 2006 y octubre de 2007, al principio salía cada dos o tres días, luego pasó a ser casi semanal, hasta que la frecuencia fue decayendo; de hecho, entre las emisiones 26 y 32 (la última) pasaron nueve meses y los contenidos eran, en parte, un repaso a los “mejores momentos” de los primeros 25.

Quizás por su vínculo a una de las webs sociales más populares entre los cibernautas gallegos o porque su humor *retranqueiro* y sarcástico no siempre era bien entendido y generaba una polémica que se traducía en popularidad, lo cierto es que posiblemente fue el primer *falangullo* de éxito “masivo”. De las cenizas de *Chuza!News* nació **PodPailán** (PodTonto), que sigue vivo todavía, aunque se actualiza muy de tarde en tarde.

Podgalego.org

Podgalego.org es el directorio y punto de encuentro de los falangullos. La idea de crear el sitio surgió, quizás, a raíz de que en abril de 2006, en la areia sonora 0.02, se preguntasen por qué no había más podcasts en gallego. Poco después (cada uno por un lado) Isaac González (e-music) y Pedro Silva (blogaliza.org) contactaron con Uxío Broullón con la misma idea, crear un sitio donde ir recogiendo todos los podcasts gallegos existentes -en aquel momento muy pocos- y los que estuviesen por venir. Entonces, Uxío los puso en contacto a ambos para que aunaran esfuerzos y acabaron creando un foro donde debatir el nombre y contenidos del directorio. La web se puso en marcha a finales de ese verano. La presentación pública fue en octubre de ese mismo año, en las II Jornadas de Podcasting, en Barcelona.

Durante un año, buscaron en la red indicios de nuevos podcasts que añadir al directorio, pero a mediados de 2007, un problema con el servidor del hosting hizo que se perdiese gran parte del trabajo realizado. En los meses siguientes, aprovecharon el contratiempo para repensar y renovar el sitio, ayudados esta vez por Gelical (patacaminuta.net). Así, el 1 de enero de 2008 (año nuevo, beta nueva) regresó con nuevas funcionalidades y secciones. Mejoraron la parte de recursos y ayudas, añadieron reproductor y botón de suscripción automática para iTunes en el directorio, comenzaron a publicar más noticias sobre el mundo del podcasting, crearon un grupo-lista de correo en Google, un listado de enlaces a sitios donde encontrar música libre para la realización de los podcasts... en definitiva, intentaron crear un poco más de comunidad entre los podcasteiros.

No sabemos si sólo fue coincidencia o podgalego.org tuvo parte de culpa, pero desde su aparición sí empezaron a aparecer más podcast en gallego, bien es cierto que la mayoría eran efímeros, algunos no tenían un rss válido y la mayoría estaban vinculados a Radios Libres o escuelas.

De aquella época podemos destacar algunos proyectos como: Transmigración (musical de la Cuac FM), Os outros éxitos (musical), Saber máis (historia y cultura gallega), Falangullo Pataca (humor), Efervesciencia (ciencia, otro de los primeros y pocos podcasts de la Radio Galega), Benvidos ao meu manicomio (diario personal), Mensaxe nunha botella (proyecto del grupo de técnicas de expresión escrita del IES David Buján de Cambre), Proxecto Identidade

(sonorización de partes del e-book colectivo homónimo)...

No podemos dejar de mencionar, a pesar de no usar un rss válido para ser considerados podcasts, a dos exitosos espacios que enriquecieron el panorama sonoro del llamado blogomillo: On the rocks (entrevistas a bandas de pop-rock, dirigido por Henrique Mariño y presentado por la niña Pepa Arán) y Outras lerias (píldoras literarias de Pablo Torreira).

En la actualidad, podgalego.org apenas se actualiza para dar cuenta de la aparición de nuevos falangullos, pero sigue estando presente y es sitio de referencia para dar soporte y ayuda a todos los que quieran adentrarse en el mundo del podcasting.

Las radios libres y el podcasting en Galicia

Las radios libres de Galicia tardaron bastante en descubrir las bondades de “enlatar” sus programas. De hecho, las primeras experiencias surgieron aisladamente y por iniciativa de los propios realizadores. El primer ejemplo fue la de e-music, de la Cuac FM, y después vendría la de Música pirateable en galego en Radio Kalimera, ambas mencionadas antes.

Quizás en vista del éxito de la experiencia con e-music, hubo más colaboradores de la Cuac FM que se animaron a subir sus programas a Podomatic.com, convirtiendo a esta emisora en la pionera a la hora de podcastizarse.

Una experiencia importante relacionada con la radio fue también la de Radio Sinsal, donde la gente de Artesonoro.org (Alg-a, Sinsal, escoitar.org...) subía los antiguos programas de **SINSALaudio que se emitieron en Radio ECCA (Vigo) entre 1998 y 2005**.

Hoy en día, casi todas las emisoras que forman parte de REGARLIC (Rede Galega de Radios Libres e Comunitarias) ya disponen sus programas también como podcasts y son las que más falangullos aportan actualmente al directorio de Podgalego.org.

Las principales radios son: Cuac FM (A Coruña), Rádio Filispim (Ferrol), Radio Piratona (Vigo), Radio Clavi (Lugo) y Radio Kalimera (Santiago de Compostela).

Podcasting en las escuelas

Al contrario que en el caso de las radios libres, en las escuelas sí empezaron pronto a interesarse en el podcasting como complemento y ayuda para la educación.

Unos de los profesores más activos es Xano “Cebreiro” (<http://dplingua.blip.tv/>), que desde finales del 2006 llevó el uso de las TIC, con incidencia especial en el podcast y el videocast, como herramienta para estimular y formar a sus alumnos del IES de Pobra do Caramiñal. También es responsable de los sitios <http://obradoiropodcast.blogaliza.org/>, un “taller” donde recoge información útil y enlaces sobre como trabajar el podcasting para usos pedagógicos; y <http://unpodcast.blogaliza.org/> completísimo manual para hacer un podcast.

Otra propuesta interesante es la de Caixón Audiovisual / SIG TV, podcast y videocast del CEIP Sigüeiro, una especie de “telediario” realizado por alumnos de infantil y primaria.

Podríamos nombrar más proyectos similares en más escuelas y centros educativos, pero sería redundar en casos similares; sin embargo, sí vamos a destacar la gran labor que en la divulgación del podcasting en la enseñanza tuvo la AS.PG (Asociación Socio-Pedagógica Galega). Desde 2007, la AS.PG creó cinco canales temáticos de podcasts (<http://www.as-pg.com/Podcast/>) con material didáctico (Arquitectura, Ciencias y Naturaleza, Lengua, Personalidades y Pintura); convocó concursos escolares de podcasting y relatos orales; en 2010 también recogió archivos audiovisuales sobre Uxío Novoneira (poeta al que se dedicó ese año el Día das Letras Galegas); y además, muy importante, organizó varios talleres de podcasting para profesores.

Videocasting

(la televisión alternativa)

Al margen de las experiencias en educación, y la mencionada de Casatlántica, las propuestas de videocast en Galicia no fueron, ni son, muy abundantes.

Los pocos que existen son canales “contrainformativos” de temática social y alternativa. El más importante y activo es GZVideos (<http://gzvideos.info/>), presente en prácticamente todos los actos, manifestaciones y eventos relacio-

nados con los movimientos sociales gallegos. Además de vídeos de producción propia, están abiertos a recibir otros, sobre los mismos temas, de ámbito internacional, así como ficción, no ficción, clips de música, o cualquier creación audiovisual siempre que sea realizada en gallego-portugués. En febrero de 2010 sufrieron una especie de ataque interno (“auto-hacking” dijeron ellos) que les hizo perder los casi 200 vídeos que tenían subidos en su cuenta en blip.tv. Por suerte consiguieron recuperar todo el material y seguir como si nada hubiese pasado.

Nos gustaría destacar un uso de la tecnología del videocasting por parte de un ente público, el Consello de Xuventude de Galicia, que en su concurso de cortometrajes Curtas na rede, dispuso un rss de todos los vídeos para que, por suscripción, uno pudiese estar al tanto de los que se iban presentando y visualizarlos en el iTunes.

Non saímos do lixo, es una webserie de humor crítico sobre la situación social y política en Galicia, asociada al portal Komunikando.net. En la actualidad parece ser que cambiaron su canal en blip.tv por otro en Vimeo.com (<http://vimeo.com/user3264643>).

También queremos nombrar un par de proyectos que, aunque no se pueden considerar videocast porque nunca utilizaron un rss válido -eran subidos directamente a youtube.com- sí tuvieron bastante éxito y me sabría mal no mencionarlos.

El primero sería Andressolo, quien desde su canal (activo desde octubre de 2006) presenta vídeos de humor absurdo, no siempre comprendido, donde desahoga sus reflexiones críticas sobre Galicia y la vida en general. Múltiples cambios de aspecto, personajes, voces e idioma (alterna gallego y castellano) lo han hecho bastante popular.

Para mariñeiros nós, es una webserie sobre las aventuras y desventuras de dos marineros gallegos (Pinto y Cobiñas). Omar Rabuñal (director y guionista) e Suso Lista (guionista, actor y percebeiro) son los responsables de esta producción que desde 2010 puede verse también en V Televisión.

Falangullos en la actualidad

La salud de los falangullos hoy en día es tan incierta como siempre. Los más activos son casi los de toda la vida u otros nuevos de los mismos realizadores; luego están los de las radios libres y los educativos que mencionamos antes. Y algunos que empezaron con fuerza pero interrumpieron sus “emisiones” por uno u otro motivo.

A continuación, listamos algunos de los falangullos de nueva generación que consideramos más relevantes:

A fume de carozo (<http://afumedecarozo.podomotic.com/>). Magazine musical y cultural realizado por alumnos del Colegio Calasanz (PP. Escolapios) de A Coruña y emitido por la Cuac FM.

Amor en bruto (<http://amorenbruto.podomotic.com/>). Es un podcast musical presentado por Dj Pezunhitas. Rock’n’Roll clásico, garage, new wave... Lleva más de un año sin actualizar, pero prometió volver y lo creemos.

C’mmons baby! (<http://commonsbaby.com>). Dirigido y presentado por Uxío Broullón (ictioscopio) está centrado en las músicas libres. Lleva activo y vivo desde noviembre de 2007.

Divertimento para pequenos monstros (<http://pequenosmonstros.blogspot.com/>). Magazine cultural de Rádio Filispim.

Falabarato (<http://falabarato.blogaliza.org/>). Primer falangullo sobre economía, realizado por Ghanito; duró apenas un mes pero le dio tiempo a cinco emisiones; confiamos en que algún día volverá.

Folk in trio (<http://www.folkintrio.blogspot.com/>). Concebido para promocionar la música folk y tradicional. Otro nuevo programa de la Cuac FM.

io~NOS (<http://ionos.blogaliza.org/>). Uno de los más nuevos, música sin etiquetas presentado por Mirinho (Curioso Impertinente).

Komunikando (<http://www.komunikando.net/>). El portal para difusión de la música gallega por fin se lanzó a la aventura de hacer un podcast para pro-

mover a las bandas y músicos que apoya.

Lerbigual (<http://lerbigal.blogaliza.org/>). Audiolibros gallegos, lleva cuatro ediciones, esperamos que aumenten.

Radio Cerna (<http://adega.info/info/090121joomla/radio-cerna>). Espacio de temática ambiental y ecologista realizado por la asociación ADEGA. Se emite desde la red de emisoras municipales Radiofusión.

Radio Mil Colinas (<http://radiozero.pt/programs/radio-mil-colinas/>). Podcast de Durán Vázquez para la Rádio Zero portuguesa. Documentales o reportajes sonoros para desenmascarar la propaganda y lo que se nos oculta de la historia de la economía y las luchas por el poder mundial.

Recendo (<http://recendo.podcast.es/>). Programa cultural realizado por la Agrupación Cultural Alexandre Bóveda de A Coruña que se emite por Cuac FM

Rockisome (<http://rockisome.podomatic.com/>). Otro falangullo musical, este está centrado en el rock en todas sus vertientes.

Tecnívoros (<http://www.tecnivoros.com/>). Diez minutos hablando sobre las nuevas tecnologías. En realidad es un espacio semanal dentro del programa Entre nós, de Radio Lalín, que se dispone después como podcast.

O tragasons (<http://tragasons.blip.tv/>). Podcast radiofónico sobre músicas del mundo en habla gallego-portuguesa. Se emite también por Mapa Mundi, Rádio Filispim, Radio ella y FM La Tribu.

Y esta es, resumida, la historia de cinco años de falangullos. Por el camino, quedó un intento de organizar un encuentro podcasteiro que ayudase a hacer esta “radio enlatada” más popular entre los gallegos que andan por la red, pero siendo tan poquitos era complicado. Quizás algún día.



Autor: Francisco Vallejo Santos
Profesión: Técnico comercial

La Cultura en los Podcast

Lo primero dar las gracias por la oportunidad que la Asociación Podcast nos brinda a los podcasters, para ser partícipes en un libro como este. Y es que somos podcasters hablando de podcast.

Sin mas preámbulo comenzamos.

Antes de la “Era de Internet”, para saber algo ya fuera para un trabajo escolar de instituto o universidad debías tener una enciclopedia en tu casa, o irte a la biblioteca, hoy día ya no es estrictamente necesario.

Si no todos la gran mayoría tenemos un ordenador como mínimo en nuestras casas, con una conexión a Internet. O los portátiles, netbook, ipad o incluso los teléfonos móviles, que te los puedes llevar a todas partes, gracias a estas herramientas es muy fácil acceder a los blogs con contenido de un podcast y bajártelos.

Lo cual es un beneficio al alcance de todos, aunque nunca esta de mas en ir a la biblioteca, para constatar información.

Pero empecemos por el principio, y no, no sera en la aparición de los dinosaurios y su extinción.

Definición de cultura.

Antes de nada hay que explicar un poco que es significa Cultura.

La cultura, según wikipedia “es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman” .

Por si no a quedado claro, la palabra cultura es una definición del latín que hacia referencia a cultivar la tierra, así pues esta misma palabra los filósofos la trataron hasta convertirla en una palabra que hiciera referencia a cultivar el conocimiento en las personas, a todo aquel que quisiera aprender, así una persona que ha estudiado, se le llama persona culta, porque a cultivado unos conocimientos, ya sea filosofía, matemáticas etc...

Y ahora en un alarde de conocimiento limitado, toca decir que es un podcast.

El podcast

Según una definición el término podcast surge como contracción de las palabras iPod (seria la parte física) y broadcast (transmisión). Ya tenemos la palabra PODCAST. En resumen sería un archivo de audio, grabado con un micrófono, desde el ordenador y en el comentáramos cualquier tema.

Podcasting seria la creación y distribución de los archivos, como seria el video o el audio. Se le llama podcaster a la persona que realiza dicho podcast, en el puede hablar de lo que quiera, seria como un programa de radio solo que con menos medios, un micrófono conectado a tu ordenador, un programa que te permita grabar voz y ya esta. Los programas mas conocidos para grabar estos podcast serían Garage, de mac y audacity para pc

En resumen un podcast es un audio en cual grabamos con un micrófono nuestra voz en el ordenador, hay podemos hablar de lo que queramos, y luego subirlo a Internet.

Claro que si buscas más calidad de sonido y/o añadir sonidos extras, editar, meter música, etc... es mejor disponer de un micrófono con un mínimo de calidad, un programa adecuado para la edición, la elección de música debido a posibles problemas legales se usa la que es gratuita, la que lleve licencia de “creative commons”, esto es que los autores de dicha música dan su permiso para ser usadas gratuitamente (siempre mostrando un reconocimiento a dichos autores claro está).

Nos vamos sumergiendo más en esto del podcast.

El mundo en un podcast

Podcast hay muchos, de diferentes temáticas y duración. Aunque el que nos ocupa en este artículo es sobre la cultura. Pero añadir que es una plataforma perfecta para expresar aquello que a uno le gustaría contar, desde la típica noticia, hasta un desarrollo más profundo, léase temas como tecnología, cocina, arte etc...

Entramos en harina como diría aquel. Los podcast de cultura son una buena herramienta para los estudiantes, pero... ¿solo sirve para los estudiantes?, claro que no, es una buena herramienta, si, pero no es exclusivo para los que siguen ciclos formativos reglados.

Por ejemplo, si te gusta la historia puedes oír unos pasajes fáciles de asimilar, matemáticas, filosofía etc... Con un podcast puedes estar sentado en un parque oyendo cosas de arte. Aunque la cultura no es solo todo lo que he dicho, oír un podcast de cultura alberga algo mas, veamos que.

Muchos pueblos tienen sus fiestas populares, es parte de su cultura popular, un podcaster puede hablar sobre ello, y otro en otro lugar en otra ciudad o país o continente puede aprender sobre dichas fiestas, y quizás establecer un viaje a ese lugar y empaparse de todo lo que estuvo oyendo en aquellos podcast. También hablar de arquitectura o geografía, un podcaster puede comunicar a sus oyentes toda esa información.

Algunos blogs con podcast:

Comentar en este artículo un tema como la cultura en un podcast sin mencionar los sitios donde poder oírlos o leerlos sería un crimen. A sí pues nombrare algún que otro sitio a modo de ejemplo.

No obstante mi recomendación es que uno mismo busque sus propios podcast sobre cultura. Dicho esto vamos a la faena. A lo largo del tema siguiente iré poniendo las url's .

El podcast delbúho.com es un podcast dedicado a la historia mas bien a datos que son la mar de curiosos como la historia de la campana de Huesca el podcast del búho. También del mismo autor tiene un blog sobre libros, el hojeador, que encontrareis su enlace en su blog

También me ha llamado la atención de otro podcast, <http://historiasdelahistoria.com/> que en sus podcast nos va explicando quien era Rasputín, o los felices años veinte del siglo XX.

En la aldea irreductible <http://aldea-irreductible.blogspot.com/> tenemos un podcast que nos hablan de quien era Alan Turing entre otros, o nos explica la batalla de Alamein.

Es asombroso como buscando se encuentran con joyas como este de ciencia, un podcast que reúne a varios autores, y todo realizado por un antiguo locutor de radio, ver y oír en <http://www.ciencias.com/> que en su web alberga diversos temas como Hablando con científicos, o zoo de fósiles entre otros. Particularmente pienso que es uno de los mejores, ya que diversifica no solo en su contenido si no que hay varias personas colaborando en esta web, muy recomendable.

Como veis vamos abarcando la cultura en los podcast, aunque el oír historia o ciencia no es lo único que uno podrá escuchar, en la cultura también entra lo que es la música, no me refiero a escuchar los últimos éxitos de las radio mas influyentes. Si no el oír la historia de la música, de donde viene, que estilos hay, como avanza una civilización a través de su música.

Rebuscando un poco por ivoox:

Pues si este sitio se a convertido, en la piedra angular de la podcastesfera, El lugar donde la gran mayoría suben sus podcast, y muchísimos mas lo usan a diario para escuchar. Vamos a ver que encontramos. Luego añadiré el enlace de ivoox

A través de la música es posible saber también cosas de los tiempos en que vivimos. Jazz, metal,música clásica, rockanroll etc... Pero sigamos indagando que mas nos puede ofrecer un podcast de cultura.

Así buscando he encontrado podcast sobre leyendas, cuentos populares, y hasta el mismo Don Quijote. En este ultimo como audiolibro un concepto que no es nuevo, y me parece una idea genial que alguien se tome su tiempo en leernos en voz alta un libro.

Hay podcast sobre viajes y lugares, ahí nos relatan sus vivencias, impresiones y etc... un ejemplo es Viajeros del mundo podcast, lo llevo escuchando hace poco tiempo pero merece la pena.

La cultura engloba también el querer aprender un idioma, así pues tenemos muchísimos podcast para aprender alguno. Nombrarlos a todos seria muy largo, pero y sin que sirva de predilección Inglés total Elemental, o este otro, curso de alemán serian una buena opción.

Llegamos al final del viaje.

Pues ya vamos llegando al final del artículo, quizás no sea muy extenso, pero espero que aún así espero haber conseguido la atención del lector, y haya sido paciente en esta lectura, que a pretendido mostrar un punto de vista sobre la cultura en los podcast.

Decir a titulo personal que antes de ser podcaster fui oyente y escuchar podcast para mi fue todo un descubrimiento, si bien me leía muchos blogs no siempre me apetecía, fue llegar los podcast y darme cuenta enseguida de sus ventajas, podía estar haciendo cualquier otra tarea y escucharlos, o sentado en mi sofá, o tumbado relajadamente.

Despedida y agradecimientos.

Sin más, me despido, no sin antes dar las gracias a Asociación Podcast en <http://asociacionpodcast.es/> por darnos esta oportunidad a través de su libro colaborativo. También a todos aquellos que en mis primeros podcasts estuvieron ahí para aconsejarme y mejorar en mi camino hacia el mundo del podcasting. Las gracias también a RadioPodcastellano <http://radio.podcastellano.org/> que con su buen hacer ha creado una plataforma de radio en la que tiene cabida todos los podcasts las 24 horas del día.

A sí que finalizando ya este artículo, paso a dar una lista de sitios que podéis encontrar para oír los podcast.

Principales sitios para buscar

Desde estos dos sitios, aunque hay muchos más, podréis ver, escuchar, y bajar multitud de podcasts: Ivoox e iTunes



Autor: David Solís Sánchez

Profesión: Periodista, escritor y docente

Podcast: ticsandtips.wordpress.com

Web: <http://tempusars.blogspot.com>

El podcasting para enseñar: el teaching podcast y el learning podcast

De los textos sueltos al texto conjunto. De las teorías pensadas después de cada jornada laboral a la práctica cautiva del diario navegar en la red. De la modernidad a la sorpresa. De todos los motivos, del progreso largo, instantáneo y la fuerza que pernea el conocimiento asiduo vertido en un mundo alternativo, en el de bits, de códigos html, de una jerga geek que evoluciona y nos evoluciona.

Y no necesariamente debemos convertirnos en geeks para tomarle un cierto “amor” al orbe cibernético. Es tan simple decir que la absorbencia que éste medio –el internet- ha tenido durante los últimos años es una condición de avance, y con ello, han surgido paralelamente una cantidad de teorías que reflejas en la diaria “cibernavegación”, por lo tanto, es de un compromiso real ser un cibernauta, y por más que no se quiera terminamos siendo activos por más que no queramos involucrarnos en esa sociedad mediática virtual. Y como parte esencial de ser parte de, habrá que razonar los esquemas más importantes de la vida común, y esos están inmersos en la Educación.

En México la evolución del podcasting ha sido eficaz, desde el año 2004 aproximadamente una serie de medios y personas que en ese momento buscaban un canal diferente a los medios masivos de comunicación tradicionales, comenzaron a optar por la grabación de audios para colgarlos en la red, tuvo éxito en esa primera instancia, lógicamente el proceso cultural fue dando mayor peso cuando gente de otros países vieron inmersas sus propuestas en el país latinoamericano. Bajo esas perspectivas locutores de radio abrieron el camino, luego medios escritos formaron la herramienta con un estilo propio, y poco a poco la técnica se divulgó haciendo que hasta la fecha miles y miles de personas graben sus ideas, sus emociones y propuestas convirtiéndose en Podcasters, algunos amateur y otros profesionales, sin embargo aún la cultura del Podcasting se sigue manteniendo corta.

Es importante ver los dos panoramas, tanto los que hacen sus audios como pasatiempo o como medio informativo y los que son seguidores de los Podcast, ciertamente muchos individuos son asiduos a la herramienta tecnológica, y deben estar siempre en total comunicación, ya lo comenta David K. Berlo en su libro “El proceso de la comunicación”: “... El hombre no es un animal autosuficiente. Sus fines, sus objetivos, no pueden ser alcanzados sin la cooperación de otros seres humanos. No puede conseguir lo que desea por sí mismo. Es interdependiente de los demás para lograr sus fines.” (Ed.El Ateneo, 1985). Esta es una razón poderosa para entender que ninguno de nosotros somos entes aislados, y que el trato de estudio, ya sea práctico o teórico debe tomar raíces de la persona que hace un Podcast y de la que lo escucha.

Esta intervención teórica, permite vislumbrar un camino: el target de escuchas siempre dependerá de las temáticas abordadas, incluso mucho podcaster amateur empieza por hacer lo que en un término general le gusta, le atrae o apasiona, sin pensar en los que están del otro lado del ordenador. Pero con el tiempo observa sus alcances y sus fans lo van formando, es más, lo van construyendo.

De la evolución que ya conocemos

En el contexto de México, entendemos que la radio comercial mantiene a su auditorio aún inerte a sus mensajes, aunque en gran medida tienen que buscar alternativas de repetición constante no sólo con la clásica frecuencia AM o FM, sino los medios electrónicos van tomando terreno; primero el podcasting

y luego el webcasting, el resurgimiento de infinidad de podcasters –incluso muchos estudiaron o no algo relacionado con la comunicación- que hacen su mejor esfuerzo, ganando terrenos contra la radio comercial que lleva casi un siglo de vida.

Toda esta idea del mensaje unidireccional y la facilidad de tomarlo generó ruido en el ámbito educativo. Primero surgieron las teorías, la música como un elemento de relajación para el aprendizaje, luego se comienza a hablar de las inteligencias múltiples de Howard Gardner donde se comenta la siguiente:

“La inteligencia musical resulta evidente en los individuos sensibles a la melodía, al ritmo, al tono y a la armonía. Entre ellos se incluyen los compositores, los directores de orquesta, los músicos, los críticos musicales, los fabricantes de instrumentos musicales y también los oyentes sensibles.” /url/

Así, comienza a entenderse que el audio fue una perfecta solución para los alumnos en las escuelas que tuvieran esta inteligencia desarrollada más que las otras que comenta Gardner, así que se incluyó en varios centros escolares la idea de instalar cabinas de radio escolares y los profesores comenzaban a implementar esta herramienta en clase. Parece que todos hemos sido partícipes de alguna mecánica similar. Con el tiempo y la llegada del internet a cuentagotas, dejó entrever que existía una herramienta de perspectivas amplias para poder aplicar tanto el salón de clases como en casa: el podcast. Cabe señalar que el auge de la radiofusión con temas educativos en realidad ha sido tomada en cuenta desde ya varias décadas atrás, sin embargo la inmersión del audio en el ámbito escolar no sólo era para tratar temas relacionados con la enseñanza-aprendizaje sino para que los alumnos fueran los creadores de temas diversos que los llevará a reconocer capacidades de expresión, organización, crítica, etc.

Los ambientes educativos de la oleada 2.0 han asegurado un proceso de aprehensión completamente diferente al que estábamos acostumbrados desde la visión educando y la del educador. Es cierto que, sin meternos a la filosofía educativa, la resistencia al cambio suele estar ahí, arraigada por métodos convencionales, por comodidad o a veces por miedo a la transformación simple. Tal vez por eso el auge de la Escuela 2.0 se hizo lento en algunas partes del mundo; si bien eso viene a ser un pilar y aliciente para el progreso ahora resta incluir todas las herramientas interactivas posibles, y adaptarse.

Dice Jorge Tirzo que la “diversidad sociocultural actual se expresa en el contexto de un mundo donde prevalecen los criterios impuestos por el punto de vista occidental (...) para el caso de México la situación es similar, el Estado nacional, la economía capitalista y la democracia burguesa han convertido la diversidad en una cuestión sujeta a la legislación y los criterios de valor occidentales.” (P. 17 “Educación e interculturalidad”, Ed. UPN, 2005). Esta idea lleva a pensar que los medios se van conjuntando también, en técnicas y modelos, dando pie a la libertad de estilo y la pauta para crear cosas nuevas que con el tiempo irán tomando las nuevas generaciones. Lo mismo pasa en el mundo Web.

Inclusión del Podcasting en la educación.

El surgido de los medios, el procesamiento de la información y sus características que hacen que tenga viabilidad de uso, llevan a inmiscuir el ambiente actual al desarrollo educacional de las naciones, hoy en día, se habla de un término que algunos entienden y lo han estudiado a fondo: Las competencias, haciendo notar que son aquel conjunto de habilidades, conocimiento o destrezas que puedan desarrollar los que aprenden y llegar al momento en que resuelvan problemas, ese es el tema de hoy. Bajo el esquema de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) se incluyen aplicaciones que permiten que los estudiantes creen sus propios elementos de estudio, y el podcasting es una de la herramientas más usadas para tal fin.

Hay grandes ventajas que tiene el podcasting, por mencionar algunas: es barato tanto su realización como su difusión, sólo se necesita tener un ordenador y un micrófono –aunque ya muchos dispositivos de almacenamiento permiten grabar voz-; es mucho más ligero para difusión en la red a comparación del video por ejemplo: tiene una posibilidad de uso diverso, es un medio multidireccional, eso quiere decir que podemos estar haciendo cualquier otra cosa pero podemos tener acceso a él por medio de algún reproductor de audio con audífonos, lo que el video no permite; como es una herramienta que se almacena en internet, lógicamente el acceso es inmediato. Todos los que están involucrados en esta cultura del podcasting sólo confirman las características, pero habrá ahora que poner el reto de ubicar esta herramienta para un uso escolar.

Claro está que los temas con mayor número de Downloads o Descargas son los de entretenimiento, pero sería importante destacar que dentro de esos

audios hay una cantidad estratosférica de contenidos que muchas veces vemos a diario en un aula escolar. Este punto de vista del Podcasting Educativo queda como tema abierto y como herramienta para un uso constante, y se ha hecho una propuesta de aplicación con los siguientes conceptos: el Teaching Podcast y Learning Podcast.

Teaching podcast (Podcast de Enseñanza): es aquel que está dirigido al profesor o la persona que se encargue de ser el guía del contenido a elaborar. Son los podcast que van incluyendo según las necesidades de las temáticas, y que están casi siempre elaborados para ser instrumentos de estudio dirigido, aunque según las nuevas percepciones se deben enfocar a que el alumno a partir de ideas generadoras, comience a construir sus propias conclusiones y soluciones a problemáticas reales. Por ejemplo vemos podcast como De mensaje, De enseñanza directa, De retroalimentación, etc.

Leaning Podcast (Podcast de Aprendizaje): son aquellos audios que por lo regular toma el alumno, hay una cantidad enorme de datos que tiene que sistematizar, crear sus propios guiones o simples escaletas para que se vea reflejado lo aprendido o bien, pueda aprender cosas nuevas. Acá clasificamos podcast De opinión, De testimonio, De semblanza, etc.

Tal vez el fundamento con mayor argumento para plantear esta propuesta de uso, es el fenómeno darwinista, es decir, adaptarse al contexto actual, a la tecnología que utilizan las nuevas generaciones, desde los pequeños que empiezan a dominar las tecnologías modernas, lo cual asegura que comienzan a desdeñar los artilugios que ellos ya ven como obsoletos. Un ejemplo sencillo y sin tanto rodeo es la evolución que ha tenido La Hoja Bond a manera de cartel en el aula, luego los proyectores de acetatos, después el proyector de diapositivas y finalmente el videoprojector, pero resulta que incluso para ir incluyendo estos nuevos procesos también hay que idear de raíz y ser creativos, se ha de decir que el videoprojector mismo a veces no es tan innovador para los jóvenes de hoy.

Lo que el alumno demostraría al escuchar un podcast es muy variado, dependerá de la inducción que conlleve el audio mismo, un dato clave siempre será mantener la creatividad, seguir impactando, de hecho la palabra misma y su buen manejo por naturaleza impacta aunque quien nos escuche no sea del todo auditivo. En cambio cuando el alumno realiza su propio audio y se

convierte en podcaster la situación vira hacia otro cúmulo de alternativas, desarrolla capacidades básicas de comunicación, aprende poco a poco y con la práctica el uso de la palabra, hay una comunicación interpersonal y por qué no, también masiva en muchos de los casos, el “podcaster escolar” retoma el análisis, antes de hablar sabe la forma de sus palabras, por muy espontáneo que sea, y si va obteniendo éxito en la red con sus grabaciones lógicamente será porque sus argumentos están estudiados. En fin en una cuestión de parámetros, aunque no se tendría que medir la eficiencia de la herramienta sino los resultados de los valientes para usarla, estará en cada uno de los involucrados y no, de la educación.

El podcasting es una gran herramienta, el primer paso siempre estará en la decisión de hacerlo, pero lo siguiente es aún más difícil y el más importante, mantenerse en la red, vestido de halagos, de críticas, de reclamos, pero siempre con la buena intención de continuar la humilde labor que desde nuestros antepasados se ha demostrado que funciona que necesitamos: la comunicación.

El futuro del Podcasting Educativo

Vuelan los años, pero dejan estragos en el aire, dejan los antecedentes perfectos para seguir manipulando el futuro, pero mientras haya mayor responsabilidad será todo más viable. El podcasting de manera general gana terreno, el audio mismo lo hace. Poco a poco irá creciendo una nueva faceta de comunicación, auge de los audioblogs, audiocorreo, audiocomentarios, y después todo podcast. Grabaciones almacenadas que se sitúan ahí, en la www y hacen un magnífico espectáculo de ideas atiborradas para empezar a desmembrar, para hacerlas nuestras o aplicarlas a nuestra historia.

“Este es el punto final de una larga marcha en busca de la utilidad de los audios en un salón de clases. Se necesita trabajar de forma colaborativa, para echar a andar un proyecto de podcasting constante en nuestro centro escolar, primero se requiere generar un espacio en la web para alojarlos y hemos de aclarar que si sólo se especializa tal sitio en audio será poco interactivo para los demás, hay que valerse de más herramientas de la web para generar un espacio agradable, luego hay que insistir en las estrategias de podcast y hacer ver con la práctica su importancia, la generación de esta cultura es posible ahora, no permitamos que se tenga que hacer hasta que estemos envueltos en esas dinámicas de comunicación, si nos podemos adelantar por qué no hacerlo.”

(Podcasting fácil para docentes y alumnos. Solís Sánchez David. Ed. Grupo Cultural Argon, 2010)

La idea fantástica de poder ser parte de esta historia, cada día nos recordará este paso, pequeño o grande, pero sin duda una base de lo que la próximas generaciones transformarán, y tampoco queda la menor duda, siempre la evolución será para bien, sabiéndonos acoplar a ella y sin olvidarnos de nuestros sentido humano que nos hace ser lo que somos. Aquí pues una mirada desde otros ojos, lejos del entretenimiento en línea, del social media, de los negocios en internet, etcétera, el ámbito educativo estará inmerso.

Actualmente existen comunidades de Podcasting Educativo Nacionales e Internacionales, con vigencia de personalidades que poco a poco van incluyendo esta magnífica herramienta en las instituciones escolares de muchos colegas profesores y alumnos que también, después de observar las ventajas se incluyen a este juego de crear, innovar, opinar, rescatar, y sobretodo aprender y enseñar con nuestra propia voz.

En pro del beneficio, una luz verde para todos aquellos que se creen incapaces o ven difícil el oficio del Podcaster. No hay trucos, la idea es aprender de manera constante, aunque advertencia, nunca aprendemos todo.



Autor: Fernando Fernández. Responsable de contenidos Web & Multimedia de la SEC
Podcast: Cardio Podcasts
Web: www.secardiologia.es

Los podcasts y la divulgación científica: el caso de la sociedad española de cardiología

Introducción

La remodelación del portal web de la Sociedad Española de Cardiología (SEC), www.secardiologia.es, se enmarcó en el contexto de revisión de la imagen corporativa emprendido por la institución en 2008. Al margen de las deseables modificaciones de diseño para dotarnos de un look & feel más amigable, el núcleo fundamental de los trabajos emprendidos por nuestro Equipo Web & Multimedia se orientó hacia la creación de una herramienta online que satisficiera las necesidades de los profesionales de la salud en su búsqueda diaria de información práctica, ya sea desde el punto de vista laboral, formativo o de investigación científica.

Las conclusiones del estudio prospectivo realizado a nivel interno nos confirmaron la creciente demanda de contenidos de calidad en formatos multimedia por parte del colectivo de cardiólogos, residentes, enfermeros y médicos de otras especialidades relacionadas con las patologías cardiovasculares. Bien es cierto que ya existía cierta oferta de este tipo de materiales a nivel internacional, sin embargo, la producción se limitaba a contenidos en idioma inglés,

procedentes en su mayoría de canales estadounidenses (American College of Cardiology, American Heart Association) o supranacionales a nivel europeo (European Society of Cardiology). Consciente de la carencia absoluta de recursos de esta índole en lengua española, la SEC decide lanzar su proyecto de podcasting para dar cobertura de la actualidad científica y abordar temáticas de interés global junto a otras más circunscritas al ámbito de la medicina española.

TIC al servicio de la investigación

Como apunta el doctor Ramón Bover, responsable científico de la página web de la SEC, “hace ya muchos años que la información científica y la formación continuada, imprescindibles para la comunidad médica, dejaron de ser vehiculadas en formato impreso, cobrando absoluto protagonismo otros soportes de comunicación que nos acercan a la actualidad relevante de manera más eficaz, ágil e interactiva. Los podcast que publicamos en la página web de la SEC se enmarcan en esta apuesta por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), ya que permiten a los profesionales de la salud actualizar su aprendizaje sobre un determinado tema o informarse de una noticia relevante para su actividad de manera rápida y amena. El principal objetivo de estas grabaciones de audio o vídeo es resumir aquellos aspectos relevantes, novedosos o controvertidos, así como despertar el interés del usuario para que, si lo desea, busque posteriormente información adicional y amplíe su conocimiento de la materia”.

Coordinación editorial

El proceso de generación de los podcast de la SEC arranca con la selección de temas y ponentes por parte del Comité Científico Web. Compuesto por cuatro cardiólogos, este grupo de expertos revisa a diario todas las publicaciones del sector y se mantiene al día de las novedades que surgen en nuestro ámbito de interés, ya sea a nivel nacional o internacional. Según reconoce el propio doctor Bover, “intentamos cubrir todas las áreas de conocimiento cardiovascular, desde la investigación básica a la clínica, otorgando una especial relevancia a la de tipo traslacional, es decir, la aplicación práctica de los conocimientos básicos que se adquieren en el laboratorio con el objeto de mejorar la asistencia médica”.

Una vez identificadas las cuestiones básicas desde el punto de vista editorial, un periodista del Equipo Web & Multimedia de la SEC se pone en contacto con los doctores inicialmente propuestos y les plantea la grabación de un podcast en el que diserten brevemente sobre el asunto del cual son especialistas. En paralelo a la gestión de la cita con el médico, el redactor inicia su proceso de documentación, una labor que resulta imprescindible si queremos sacar el máximo partido de la entrevista. Linda Ontiveros, periodista colaboradora de la SEC, confirma que “generalmente los doctores disponen de escaso tiempo para la grabación, lo que nos obliga a huir de los preámbulos y focalizar las preguntas en el núcleo del asunto casi desde el primer segundo. Por este motivo, el trabajo previo de consulta de los artículos científicos relacionados con el tema cobra gran relevancia a la hora de planificar correctamente un podcast de estas características”.

Aunque los periodistas del Equipo Web & Multimedia de la SEC son expertos en el área de salud, la superespecialidad de la mayor parte de las materias tratadas en estas grabaciones les obliga a requerir una estrecha colaboración del Comité Científico Web o del propio entrevistado en la selección de las fuentes de información y la preparación del cuestionario. Este fue el caso del doctor Javier Escaned, cardiólogo intervencionista del Instituto Cardiovascular del Hospital Clínico San Carlos (Madrid), quien grabó su podcast en calidad de codirector de un relevante estudio sobre el uso de stents farmacoactivos en el tratamiento de las oclusiones coronarias crónicas, publicado en la prestigiosa revista *Journal of American College of Cardiology*. “La experiencia fue muy buena, fundamentalmente porque existió una preparación de las cuestiones que se querían cubrir, así como un intercambio de documentación sobre el tema a tratar. Creo que la clave del óptimo resultado final es este proceso en el que el entrevistado asume que debe condensar su intervención en 3 ó 5 minutos, un tiempo reducido en el que hemos de ser capaces de proporcionar una revisión actualizada de los estudios más importantes en el campo que vayamos a tratar, así como los cambios que se puedan estar produciendo en cuanto a tratamiento o tendencias. Gracias a este trabajo previo, el podcast de la SEC cumple su objetivo como instrumento de actualización y formación continuada para los médicos”, afirma el doctor Escaned.

Grabación y edición

Cuando el doctor acepta participar en el podcast, se le ofrecen tres posibilidades para realizar la grabación:

1. Grabación presencial en la Casa del Corazón, sede de la SEC. En estas sesiones utilizamos un ordenador Mac, micrófonos inalámbricos corbateros marca Sennheiser y una mesa de mezclas de la firma Behringer. La grabación de las voces del entrevistador y los doctores se hace por separado para obtener más limpieza en el sonido y una mejor manejabilidad del audio.
2. Grabación presencial en un hospital, clínica, laboratorio, etc. Dada la complicación que supone el transporte y montaje del equipo de sonido en un centro sanitario, en estos casos utilizamos una grabadora de voz digital Sony ICD-UX71 de la que extraemos un audio en formato mp3.
3. Grabación remota vía telefónica. Si la coincidencia física entre entrevistador y entrevistado resulta absolutamente imposible, la alternativa es contactar vía Skype, el software para realizar llamadas sobre Internet (VoIP) más popular del mundo. La grabación de la conversación la realizamos a través del programa Pamela, un asistente digital que permite, entre otras funciones, producir un archivo mp3.

Evidentemente, la opción 1 es la que ofrece un resultado final más depurado. “La principal ventaja de este sistema es que, al editar el fichero de voz, podemos eliminar todo aquello que no nos valga (muletillas, toses, ruidos, interrupciones, etc.), logrando así una intervención nítida del entrevistado, continuada, con un mensaje compacto, agradable al oído... En definitiva, un producto que busca la excelencia”, comenta Alfredo Valdés, técnico de sonido de la empresa Madigital, proveedor habitual de la SEC en la grabación de nuestro podcast.



Grabación de un podcast científico en la Casa del Corazón.

El trabajo de edición final del podcast se realiza con todos los materiales, independientemente de que hayan sido creados con el equipo profesional, la grabadora digital o el programa Skype. “El proceso siempre es el mismo, pero el tiempo que le dedicamos depende de la intervención del entrevistado. Mientras más fluida y limpia sea ésta, menos trabajo nos llevará la eliminación de aquellos elementos molestos para el oyente”, aclara Valdés. Durante la edición también se incluye la música creada específicamente para este podcast. Se trata de una sintonía que persigue evocar a la SEC como institución médico-científica, además de aportarle al audio cierta identidad como recurso informativo. Para introducir la melodía en la grabación es necesario buscar una cadencia en la locución que nos permita la entrada de la música de forma natural.

En resumen, podemos decir que la principal diferencia entre estos tres tipos de grabación es la calidad del sonido. El equipo técnico especializado que utilizamos en la Casa del Corazón nos ofrece un audio mucho más limpio y profesional que el podemos recoger con una grabadora o un programa de Internet. En cualquier caso, las tres alternativas son válidas porque satisfacen diferentes necesidades, ofrecen un resultado absolutamente audible y cumplen su objetivo de divulgación científica al ciento por ciento.

Video podcast

Las mayores necesidades técnicas y de producción, así como el incremento de los costes que supone organizar una sesión de grabación de video podcast, son los principales motivos de que el ritmo de producción de estas piezas sea sensiblemente menor al de los audios. En cualquier caso, hemos de destacar el esfuerzo realizado por la SEC para la publicación de contenidos audiovisuales de divulgación científica. En este sentido, es relevante mencionar que la demanda de contenidos científicos en vídeo por parte de nuestros usuarios queda cubierta gracias a Cardio TV, un canal de televisión online que cuenta en la actualidad con más de 300 piezas de diversos géneros: monografías, entrevistas, debates, controversias y reportajes.

Aun así, desde el Equipo Web & Multimedia de la SEC nos ocupamos de que la generación de video podcast sea constante y regular, ocupándose siempre de los temas candentes de la actualidad científica en cardiología. La procedencia de estas grabaciones suele ser la siguiente:

- Reciclaje de los mejores programas emitidos por Cardio TV, nuestro canal de televisión online, y posterior conversión a formato mp4.
- Cesión de grabaciones realizadas por entidades afines, caso de la European Society of Cardiology (ESC).

Al margen de los condicionantes estrictamente económicos, uno de los aspectos que nos disuade de acometer una producción mayor de este tipo formatos es la experiencia de nuestros propios usuarios en el consumo de podcast. Aunque queda sobradamente demostrado que los profesionales de la salud consultan vídeos científicos en Internet –el éxito de Cardio TV es una prueba más que patente–, sin embargo, el principal valor que los doctores perciben de nuestros podcast es la posibilidad de oírlos en los ratos muertos, es decir, cuando conducen, hacen ejercicio, etc. Mientras esta movilidad resulta totalmente compatible con la escucha de un audio podcast, en el caso de los vídeos, por el contrario, su visionado no siempre puede compaginarse con el desarrollo de una actividad paralela.

Otro elemento a tener en cuenta es el posible valor añadido del video podcast respecto al audio podcast. En el caso de nuestra temática, el principal beneficio consiste en la posibilidad de incluir diapositivas que apoyen el dis-

curso científico del orador. Naturalmente, la incorporación de estos elementos gráficos implica un trabajo de posproducción que retrasa, aunque sea mínimamente, la fecha de publicación en la web.

Tras analizar el feedback recibido de nuestros usuarios sobre el servicio de podcast, podemos concluir que en su alto nivel de satisfacción priman los criterios de movilidad física y proximidad de los temas a la actualidad, en detrimento de los apoyos gráficos que aporta el formato vídeo.

Integración en la web

El sitio web de la SEC está creado con Joomla!, un sistema de gestión de contenidos de código abierto. El espacio donde almacenamos nuestros podcast es accesible a través del subdominio <http://podcast.secardiologia.es>.

Página de presentación de los podcasts en el sitio web de la SEC.

En esta página se ofrece al usuario una presentación en formato tabla con los títulos de todos los artículos de la web que incluyen un podcast ordenados por fecha de publicación y con la posibilidad de descargarlo o reproducirlo directamente en la web. Además, se aportan unos filtros que permiten realizar

búsquedas basadas en los siguientes criterios:

- Título
- Fecha
- Categoría
- Autor

La gestión de los podcast en la web la realizamos mediante Podcast Suite. Como explica Jesús de la Torre, webmaster del Equipo Web & Multimedia de la SEC, “además de personalizar un player para reproducir el audio/video, este componente nos permite obtener un hilo RSS al que puede suscribirse cualquier usuario. Esta fuente de difusión nos permite acceso directo a la descripción del contenido del podcast y a su reproducción, ofreciendo de antemano información sobre el tamaño del fichero. Una función adicional que me parece muy destacable es que el hilo RSS está preparado para iTunes, el programa de Apple donde la SEC ha creado su [propio canal](#), desde el cual se pueden descargar de forma gratuita toda nuestra producción de podcast”.

Difusión, optimización y medición

“Según [eMarketer](#), web de referencia sobre marketing y nuevas tecnologías, en el año 2010 habrá casi 27 millones de usuarios de podcasts, lo que supone un 13% del volumen total de tráfico de Internet. Dado que esta tendencia seguirá creciendo, cobra especial relevancia la asunción de procesos fiables de recogida de métricas que nos permitan optimizar estos contenidos y alcanzar un mayor grado de satisfacción por parte de los usuarios. En nuestro caso, este trabajo se centra en el nicho de mercado integrado por cardiólogos, médicos de otras especialidades y profesionales de salud en general”, afirma David Marcharia, responsable de tráfico y conversiones del Equipo Web & Multimedia de la SEC.

Optimización. En nuestro sitio web optimizamos el contenido para que los motores de búsqueda lo ofrezcan entre sus mejores resultados. Para ello utilizamos técnicas de Search Engine Optimization (SEO), fundamentadas en la utilización de una URL por cada contenido individual, redacción de títulos atractivos e inclusión de descripciones que faciliten a los usuarios la identificación rápida del tema de los archivos. Además, los podcasts de la SEC

Llevar incluidos en nuestro gestor de contenidos (CMS) una serie de metadatos especialmente orientados a su optimización en los robots de búsqueda: títulos HTML, meta-descripciones y palabras clave. En el caso de iTunes, para la mejor difusión de los podcast también es importante prestar atención a los siguientes metadatos: título de la pieza, autor, descripción del audio y palabras clave que definen el podcast.

Podcasts > Ciencia y medicina > Medicina > Sociedad Española de Cardiología

CARDIO PODCAST
Una revista en formato audio de los últimos avances publicados sobre la práctica clínica en Cardiología.

SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CARDIOLOGÍA

Suscribirse gratis

Categoría: Medicina
Idioma: Español
El (s) 2009

Más de Sociedad ...
980 web
Enlaces
Solucionar un problema

Cardio Podcasts
Descripción del podcast

Los podcasts que publicamos de la SEC permiten a los profesionales de la salud actualizar su aprendizaje sobre un determinado tema o informarse de una noticia relevante para su actividad de manera rápida y amena. El principal objetivo de estas grabaciones de audio o vídeo es resumir aquellos aspectos relevantes, novedosos o controvertidos, así como despertar el interés del usuario para que, si lo desea, busque posteriormente información adicional y amplíe su conocimiento de la materia.

Título	Publicado el	Descripción	Popularidad	Precio
1. Cardio Actualidad: estimulación septal derecha vs. estimul...	19/7/10	El doctor Óscar Cano, médico adjunto de la Unidad de ...	★★★★★	GRATIS
2. Cardio Actualidad: tratamiento quirúrgico combinado mitra...	12/7/10	El doctor José Manuel Bernal, profesor titular de Drug...	★★★★★	GRATIS
3. Cardio Actualidad: optimización del uso de betabloqueant...	5/7/10	El doctor Manuel Arangua Sánchez, vicepresidente de L...	★★★★★	GRATIS
4. Cardio Actualidad: células mesenquimales y precursors...	27/6/10	La doctora Pilar Sepúlveda, investigadora del Labora...	★★★★★	GRATIS
5. Cardio Actualidad: estrategias proteómicas en la bioqued...	22/6/10	El doctor José Turón, jefe del Departamento de Cardio...	★★★★★	GRATIS
6. Cardio Actualidad: mundo preparatoria I Simposio Stent E...	14/6/10	El Dr. Javier Guzmán, presidente de la Sección de He...	★★★★★	GRATIS
7. Cardio Actualidad: Simposio Stent by Life	13/6/10	El Dr. Javier Guzmán, presidente de la Sección de He...	★★★★★	GRATIS
8. Cardio Actualidad: control del ritmo y frecuencia en partim...	04/6/10	El doctor Enrique Rodríguez Font, médico adjunto del...	★★★★★	GRATIS
9. Cardio Actualidad: fenómenos tromboembólicos en partic...	06/6/10	El doctor Eduardo Vázquez Ruiz de Castroviejo, jefe d...	★★★★★	GRATIS
10. Cardio Actualidad: conversión y prevención de la fibrilaci...	7/6/10	El doctor Miguel Álvarez López, cardiólogo de la Unida...	★★★★★	GRATIS

Total: 10 entradas

Canal de la Sociedad Española de Cardiología en iTunes.

Medición. La utilización de los podcasts se mide en diferentes ámbitos. Según datos del primer semestre de 2010, en el sitio web de la SEC tenemos más de 100 páginas con podcast, las cuales generan un tráfico medio de más de 2.000 visualizaciones mensuales. Asimismo, cabe destacar que los usuarios permanecen en estas páginas con podcast una media de 2' 16", un rango de tiempo muy estimable en la métrica de Internet. Por último, destacamos que en nuestro servidor se descarga una media de 9,14 GB mensuales de audio, ya sea por uso de iTunes o desde la página web de la SEC.

Popularización. Contamos con vías de comunicación complementarias para promocionar nuestro podcasting. Quizá la más destacable sea la Newsletter que enviamos bisemanalmente a más de 6.000 suscriptores, todos ellos profesionales de la salud, quienes se mantienen al día de las novedades que publicamos en la sección de podcast a través de este boletín de noticias que reciben en su propio email. Además de iTunes existen varios directorios de podcast a los que apuntamos nuestro hilo RSS con el objetivo de aumentar su visibilidad y, con ello, las posibilidades de que sean encontrados por potenciales usuarios. Por supuesto, tampoco nos son ajenas las opciones de promoción

de contenidos que hoy en día ofrecen las redes sociales. Por ello, cada vez que publicamos un nuevo podcast en el sitio de la SEC, automáticamente producimos un mensaje de aviso a nuestros amigos y seguidores en las redes sociales [Facebook](#) y [Twitter](#).

Finalmente, queremos mencionar la promoción de podcast que realizamos en los encuentros offline con nuestros potenciales oyentes. Estos eventos presenciales –congresos, cursos, seminarios, reuniones– son siempre una gran ocasión para divulgar el podcasting SEC entre un target selectivo de usuarios por medio de carteles, flyers, folletos, videoclips, diapositivas, etc.



Flyer y cartel promocional de los podcasts de la SEC.

Fuente de ingresos. La financiación más directa de una actividad de podcasting consiste en la presencia de una marca comercial que patrocine la sección. En nuestro caso, contamos con la colaboración de Laboratorios Rovi, empresa farmacéutica que nos acompaña en esta iniciativa desde el comienzo.

Al margen de esta vía, de cara al futuro, no descartamos suscribirnos al programa iTunes Affiliate.

Conclusiones

Para terminar, sintetizamos brevemente las principales ventajas de la sección de podcast de la SEC:

- Como apuntábamos en alguno de los epígrafes anteriores, entre los comentarios que hemos recibido de los usuarios de nuestro podcast, la inmensa mayoría destaca la ventaja que supone disponer de una información relevante y de actualidad, con una extensión breve y un formato muy accesible, comentada por una figura destacada en una determinada área clínica o de investigación cardiovascular.
- Por otro lado, los autores de los podcast agradecen contar con un vía tan directa de acceso a sus colegas médicos, el público objetivo al que dirigen sus investigaciones. Al emplear su propia voz, el entrevistado consigue una comunicación mucho más personal con el receptor del mensaje, obteniendo un valor añadido y complementario respecto al artículo científico, lo que finalmente se traduce en una mayor difusión de su trabajo y de las líneas de investigación que está desarrollando.
- Uno de los incuestionables beneficios de estos podcast de divulgación científica es su portabilidad, así como la opción de descargarlos en dispositivos electrónicos y pequeños reproductores de audio y vídeo para consultarlos en el momento que se desee.
- Una vez contrastado el agrado con que autores y consumidores han recibido este podcast, desde la SEC abrimos la posibilidad de acometer una producción mucho más ambiciosa y hacer extensivo el programa de grabaciones a un mayor número de congresos, cursos y seminarios. Asimismo, otro de los objetivos a medio plazo es ampliar la nómina de colaboradores a investigadores internacionales, fundamentalmente de América Latina.
- Por último, nos gustaría resaltar el nivel de satisfacción de los miembros del Equipo Web & Multimedia de la SEC por realización de un proceso de trabajo en el que intervienen diferentes actores y que produce una utilidad pública para la comunidad científica.



Autor: Ángel Rodríguez Lozano
Profesión: Físico y divulgador científico
Podcasts: ciencias.com
Web: <http://ciencias.com>

Divulgación científica en podcast

“No entiendes realmente algo a menos que seas capaz de explicárselo a tu abuela” (Albert Einstein)

Cuentan que en una entrevista a Sir Arthur Eddington, un sabio inglés que contribuyó a demostrar lo acertadas que eran las teorías de Einstein, midiendo cómo se curvan los rayos de luz de una estrella al pasar cerca del Sol durante un eclipse, cuentan, digo, que un periodista le comentó: “Tengo entendido que usted es una de las tres personas en todo el mundo que entienden la teoría de la Relatividad General”. Después de pensar por un momento, el sabio contestó: “Intento averiguar quién es la tercera persona”. Es de imaginar que Eddington no conocía a la abuela de Einstein.

Salvando la peculiar inteligencia de los ancestros del sabio alemán, la realidad es que la ciencia se ha rodeado históricamente de un halo de incomprensión y misterio que se ha adherido a ella como una segunda piel, una costra que, como sucede a la roña de los poco amantes de la limpieza corporal, cuesta mucho eliminar. Podría señalar algunos culpables: por ejemplo, algunos profesores – no muchos, por suerte- que, poseedores de un ego enfermizo, se

olvidan de su labor de enseñar, empeñados en demostrar cuán inteligentes son y qué torpes son los alumnos. Seguro que conocen a alguno.

No quiero con esto culpar a los profesores de la falta de interés por la ciencia, sólo a algunos. Yo también los tuve, pero, para suerte mía, ganaron los buenos. Recuerdo a aquel maravilloso profesor de física, al que apodábamos “el verdadero”, porque siempre acababa las frases mirándonos por encima de las gafas diciendo: “¿Verdad?”. O aquel otro profesor, éste de literatura, don Maurino, que fue el primero que, en lugar de esforzarse en preguntarnos esos enrevesados conceptos de la lengua -que me río yo de las matemáticas- comenzó a leer en clase pasajes de novelas escogidas y nos enseñó a disfrutar de la literatura.

En estas peleas andaba yo por allá con mis catorce años cuando un par de sucesos, que pudieron tener consecuencias dramáticas, cambiaron mi vida, aunque en esos momentos no fuese consciente de ello. Les contaré uno.

Sucedió una mañana de verano en la que jugaba con dos amigos en la terraza de la casa de uno de ellos. Sujetos a la pared exterior de la casa, dos cables de alta tensión cruzaban un lateral de la terraza hasta la pared de la casa siguiente, los cables, desnudos, pasaban tan cerca que se podían alcanzar con la mano. Pensaréis que cómo es posible, pero así era. Uno de mis amigos, con esa insensatez que produce la juventud cuando va unida a la falta de conocimiento, haciendo un alarde de valentía, acercó la mano a uno de los cables y, lentamente, sin tocarlo, lo rodeó con los dedos haciendo una “O”. Me quedé lívido. Después separó los dedos lentamente y yo, fuera de mí de rabia, le di un empujón que lo derribó al suelo, antes de contarle, histérico, lo cerca que había estado de la muerte.

Las tres historias que acabo de contar tienen a la ciencia, y al conocimiento de la ciencia, como hilo conductor. La primera nos enseña que los avances científicos son, fundamentalmente, obra de personas extremadamente especializadas que comunican sus hallazgos en revistas y textos de alto nivel, en un lenguaje incomprensible para los ciudadanos de a pie, expertos también, pero en otros menesteres de la vida. La segunda nos dice que esos conocimientos llegan a nosotros por una vía fundamental: la enseñanza, si falla, no aprendemos y, además, podemos llegar a odiarlos.

La tercera nos dice que el conocimiento, a nivel básico, de las leyes de la naturaleza puede, incluso, salvarnos la vida, o al menos evita que la pongamos en peligro tontamente.

La divulgación científica, a mi entender, es la argamasa capaz de unir esas tres formas de acercarse al conocimiento y nos permite disfrutar con ello. Debe ser como un amigo ameno que hace entendibles las más incomprensibles teorías, que nos hace abrir los ojos de asombro mientras aprendemos y nos enseña a curiosear, comprender y disfrutar comprendiendo los fenómenos de la naturaleza.

Pero la intención no basta, hace falta, además, el medio adecuado para difundir la ciencia.

La difusión de los conocimientos científicos ha chocado tradicionalmente con barreras infranqueables en los medios de comunicación. La televisión es capaz de ofrecer maravillosos documentales, pero son caros de realizar; la radio ofrece una información más accesible, pero es fugaz y escasa porque adolece de la falta de interés de los dirigentes de los medios por la difusión de la ciencia. La literatura es, sin duda, el medio más asequible, pero ni todos los que se empeñan en divulgar están dispuestos a escribir un libro, ni los editores a publicarlo, ni suele atraer a aquellos que no están interesados de antemano por la ciencia. Por supuesto, no hay que olvidar las revistas de divulgación pero son tan pocas que se pueden contar con los dedos de una mano. Falta presencia en los medios de difusión y la solución tal vez tenga un nombre que, desgraciadamente, viene del inglés y para muchos suena a chino: podcast.

Un podcast es, básicamente, un programa de radio pero sin las limitaciones de la radio. No es necesario un costoso estudio de grabación para realizarlo, no se necesitan instalaciones sofisticadas para difundirlo, cualquiera puede hacerlo y, por si esto fuera poco, escapa a las limitaciones del espacio y el tiempo: se puede escuchar cómo, cuándo, dónde y las veces que uno quiera. El podcast es impercedero.

Trabajé en una emisora de radio durante muchos años dedicado a mi gran pasión: la divulgación de la ciencia. Siempre choqué con la falta de interés de los responsables de la emisora. Una noticia de ciencia en un informativo siempre va en último lugar y todos sabemos que el tiempo del informativo es

limitado. Si en mitad de la emisión estornuda el político de turno o se lesiona un futbolista, un periodista histérico interrumpirá la emisión para dar la noticia. Como con el tiempo no se juega, adivinen qué información queda fuera.

Ahora divulgo la ciencia en podcasts y no sucede nada de eso. Cuando elaboro una información, enciendo mi ordenador, me documento y escribo, el guión es importante para mí, después me calzo mis auriculares con micrófono, grabo, edito el audio, le añado ambientación y lo cuelgo en la red. El podcast me ha hecho libre.

Una información sobre ciencia en formato de audio tiene exactamente las mismas exigencias tanto para un podcast como para un programa de radio convencional. La información debe ser rigurosa (a menos que se quiera hacer ciencia-ficción o, simplemente, ficción) y debe estar bien contada. Una buena voz ayuda pero la entonación es, si cabe, mucho más importante. La información debe ser presentada de forma amena y fácil de entender, evitando largos monólogos, y, si es posible, debe estar amenizada con ráfagas musicales y efectos sonoros que potencien el mensaje. He resumido mucho, lo sé, así que voy a extenderme un poco más.

Antes de elaborar un podcast de divulgación científica debemos tener muy claro el tema que deseamos difundir. Si está basado en una investigación puntera hay que intentar consultar la fuente original, desgraciadamente lo más seguro es que esté publicada en inglés en una revista especializada, así pues el inglés es otro factor de gran ayuda para el divulgador, al menos a nivel de comprensión lectora. El inglés, nos guste o no, es el idioma universal de la ciencia en estos momentos, si tu conocimiento de esa lengua no es lo suficientemente bueno como para entender los textos, podrás divulgar de todas formas pero tendrás que utilizar informaciones ya elaboradas y eso es una limitación. Si no se pretende divulgar una investigación reciente sino contribuir a la difusión de algún fenómeno o aspecto de la ciencia, no de actualidad pero interesante desde el punto de vista educativo, la Red nos ayudará, aunque será fundamental aprender a separar la paja del grano.

Una vez recopilada la información base, lo mejor, al menos para mí, es escribir un guión que contenga lo que queremos contar y cómo queremos contarlo. Respecto al “cómo” es una buena idea seguir el consejo de Einstein: debemos imaginar cómo se lo contaríamos a nuestra abuela. Por supuesto las

abuelas de ahora no son como las de antes, que nadie se ofenda por favor, si la suya sabe mucho, seguro que conoce a alguien que la puede sustituir, doña Rogelia, por ejemplo. Esto quiere decir que no se deben dar cosas por sabidas, se debe bajar a nivel de calle y construir la argumentación a partir de ahí, aclarando cada concepto para crear un proceso de pensamiento sólido que sea comprensible para todos. Si un concepto es difícil debemos recurrir a las comparaciones con las cosas de la vida diaria, las leyes de la naturaleza son universales y se aplican a objetos cotidianos.

Ya tenemos un guión, ahora hay que grabarlo. Es fundamental que el mensaje sea creíble y para dar credibilidad es necesario manejar bien dos herramientas: nuestra voz y la tecnología de grabación. Vayamos por partes.

Grabamos nuestra voz y escuchamos lo grabado. Primera sorpresa: la voz suena extraña ¡No parece nuestra! No pierdas los nervios, relájate, es natural. Nuestra voz llega al oído por dos caminos diferentes, uno interno, a través de los huesos y los tejidos blandos, y otro externo, a través del aire. La transmisión interna potencia los sonidos graves y, por eso, cuando eliminamos esa vía –que es lo que hacemos al escuchar una grabación– nos suena rara, es más aguda de lo habitual. Debemos resignarnos, por muy extraña que nos parezca, ésta es nuestra voz, la que han escuchado toda la vida las personas que nos rodean y, por supuesto, el hecho de que suene diferente no significa, ni mucho menos, que suene peor.

Superado ese primer escollo, otra cosa nos sorprende: no nos gusta el tono empleado. El mensaje no es convincente, suena a “leído”, no es creíble. Sólo hay una forma de corregir esto: practicar, practicar y practicar. Recomiendo escuchar grabaciones profesionales, no para hundir nuestra moral, sino para aprender. Acostumbramos a “comernos” las sílabas finales de las frases, hablamos muy deprisa para demostrar que sabemos leer de corrido y sin equivocarnos, solemos hacer pocas pausas y, sobretodo, la voz es monótona. Un mensaje monótono aburre y genera rechazo.

Hay que leer con convicción, enfatizando, como hacemos cada día al intentar convencer a alguien de nuestra opinión o de un punto de vista del que estamos profundamente convencidos. Si nos fijamos en el tono de voz durante una discusión cotidiana, la intensidad de la voz sube y baja, demuestra solidez, llama la atención sobre los puntos más importantes, susurra algunos pasajes

para hacerlos más convincentes, busca complicidad, calor o enfado marcando con énfasis ciertas palabras claves, etc. Dicho con otras palabras, utilizamos toda una serie de subterfugios para animar al que escucha a seguir escuchando. El oyente no es un desconocido, es una persona cercana, un ser humano con toda su carga de sueños, deseos, aficiones y anhelos, una persona a la que hay que “convencer” ¡Fuera la monotonía!

Yo, que ya tengo algunos años, estoy aprendiendo a tocar el trombón. Escucho, por supuesto, grabaciones de los mejores trombonistas, son geniales e inalcanzables para mí, pero intento aprender fijándome en los detalles para intentar mejorar cada cosa por separado. Consuélate, la locución es mucho más fácil que el trombón, tú ya sabes hablar. El objetivo es que todos los que nos escuchan nos entiendan, aunque su acento local sea distinto o nos escuchen en ambientes poco adecuados y ruidosos. Para lograrlo hay que leer despacio, pronunciando todas las sílabas, especialmente a principio y final de frase, modulando la voz de manera que no se pierdan sonidos, haciendo pausas que ayuden a asimilar el mensaje y, sobretodo, sin pedantería. No olvidemos nunca que no somos los creadores de información, lo que sabemos lo hemos aprendido de otros y otros lo aprenderán de nosotros. Contribuimos a difundir los conocimientos científicos generados por personas que se han dejado las pestañas investigando, no hay motivo alguno para sentirnos superiores, nuestra recompensa está en compartir ese conocimiento con los demás y disfrutar haciéndolo.

Hay personas que pueden leer de corrido un texto sin equivocarse ni una vez, algo fundamental cuando se habla “en directo” pero carente de importancia cuando la emisión se graba para su posterior emisión. En una locución en directo hay que hacer un esfuerzo por “no meter la pata” y ello implica descuidar otras cosas, entre ellas, el énfasis, la entonación y la dicción, un olvido que va en relación inversa a la capacidad para convencer. En las grabaciones, sin embargo, todos esos matices se pueden cuidar porque podemos repetir cada frase las veces que queramos y las equivocaciones se arreglan con un poco de maña usando un programa de edición de audio. En una grabación “siempre podemos quedar bien”, basta con dedicar un poco de tiempo a eliminar los fallos y pulir el audio, es como dar brillo a unos zapatos nuevos.

Si tenemos claro lo que queremos contar y cómo deseamos contarlo ha llegado el momento de fijarse en la tecnología. Sólo daré unos apuntes en este

sentido porque hay otros mucho más duchos que yo. Necesitaremos un buen programa de edición de audio y un tiempo de entrenamiento para manejarlo con soltura. En el mercado los hay a patadas, el programa que yo utilizo, no voy a hacer publicidad aquí, es un tanto engorroso de manejar pero tiene unas posibilidades inmensas, de hecho hay un montón de cosas que no sé todavía para qué sirven. Sea cual sea el software utilizado, nos debe permitir editar la señal de audio, seleccionar trozos concretos con facilidad, cortar, pegar, normalizar la señal, añadir efectos, comprimirlo a mp3, etc. La posibilidad de utilizar varias pistas independientes de audio es clave para hacer buenos montajes, en una pista podemos poner una voz, en otra música, en otra los efectos de sonido, etc. De esa manera el producto final puede ser tan impresionante como queramos.

Finalmente, el hardware: un ordenador con tarjeta de sonido, micrófono, auriculares, mesa de mezclas si es posible, etc. Un buen micrófono casi siempre sonará mejor que uno malo, pero tampoco hay que pasarse, el sonido de un podcast va comprimido y hay un punto de calidad que siempre se perderá en el proceso. De nada nos sirve tener una moto que corre a 300 km/h, y es carísima, si sólo podemos circular a 60km/h. Una mesa de mezclas es una buena ayuda para, como su nombre indica, mezclar sonidos y controlar los niveles de grabación de varias fuentes independientes con facilidad, las hay baratas que sirven estupendamente. Si tienes medios, una tarjeta de sonido algo mejor que la que lleva incorporada el ordenador también puede mejorar posibilidades y facilitar el trabajo, aunque no es imprescindible, por supuesto, si no quieres gastar mucho, olvídate de las profesionales. No voy a extenderme en aspectos técnicos, sólo diré que no es necesario un gran alarde de aparatos, lo más importante es que aprendamos a manejar los que tenemos hasta exprimir al máximo sus capacidades y eso sólo se hace de una manera: practicando.

Como pueden ver, las normas básicas están al alcance de cualquiera, ésa es la gran ventaja del podcast. ¿Qué aporta el podcast a la difusión de la ciencia? A mi modo de ver, una fundamental: la diversidad. Cuando las emisoras de radio se olvidan de la divulgación, cuando la enseñanza es insuficiente o genera rechazo, o cuando la comprensión de la ciencia se mezcla con parámetros esotéricos, hay que ofrecer nuevas vías que fomenten el interés por la naturaleza y las leyes que gobiernan las cosas cotidianas.

Somos legión los que disfrutamos buscando explicaciones sensatas a los fenómenos que nos rodean, tan sólo necesitábamos una atalaya desde la que compartirlas. El podcast ofrece esa posibilidad.

Einstein dedicó mucho tiempo a la divulgación, pero él tenía un carisma y era famoso. Un podcast es un medio de comunicación más democrático, cualquiera puede utilizarlo para compartir sus ansias de conocimiento y disfrutar aprendiendo porque, al fin y al cabo, el esfuerzo por enseñar es la escuela más exigente para aprender.

La enseñanza convencional no es lo suficientemente flexible como para incorporar rápidamente los extraordinarios avances de este mundo tecnológico en el que estamos inmersos. Divulgarlos es una necesidad que exige rapidez, diversidad de medios y facilidad de acceso. El podcast ofrece todo eso.

Comprender las leyes básicas de la naturaleza nos da seguridad en nosotros mismos y nos protege de aquellos que se aprovechan de la ignorancia ajena. No podemos saberlo todo, ni saber de todo, pero tenemos derecho a conocer lo básico para alimentar nuestros propios razonamientos.

Ciencia para Escuchar
<http://cienciaes.com>



Autor: Salomón Rivero López

Profesión: Académico

Web: <http://aprendizaje20.blogspot.com>

<http://dialogico.ning.com>

El Podcast como herramienta educativa

La educación del siglo XXI.

Vivimos en un mundo en constante transformación, caracterizado fundamentalmente por la imposibilidad de concebir los saberes adquiridos como verdades absolutas e irrefutables. Lo que hoy puede ser considerado cierto, mañana muy probablemente no lo será, de esta forma todo lo que rodea nuestra vida se hace transitorio y moldeable a la realidad particular en la cual se inserta.

En este marco, las competencias para enfrentar el nuevo mundo también se transforman, requiriéndose de la educación formal un vuelco cualitativo que la aproxime a lo que sociedad de ella demanda: Una institución que forme hombres y mujeres que respondan a los constantes cambios universales, capaces de constituirse en generadores de transformaciones antes que en consumidores.

Para cumplir esta misión, los sistemas educativos deben apuntar sus esfuerzos por enseñar a los estudiantes a aprender a aprender; esto es, a ges-

tionar los contenidos educativos para autoformarse a lo largo de toda su vida y no transitoriamente como ocurre en la mayoría de los escenarios educativos de hoy.

Un estudiante que sabe aprender es consciente de sus fortalezas y limitaciones, y actúa en consecuencia; determina con facilidad cuál es el tipo de información que requiere; reconoce las fuentes que ofrecen información más confiable; puede seleccionar, sintetizar y transformar los datos en nuevos saberes; está siempre dispuesto a desaprender y reaprender; y es capaz de analizar, no sólo información textual, sino también códigos ilustrativos, sonoros y audiovisuales.

En este marco de acción, se precisa contar con nuevas herramientas que favorezcan en el estudiante la constitución de verdaderos entornos de aprendizaje personal en función de sus propias características personales y académicas; en tal sentido, el podcast representa una importante alternativa para favorecer la educación a lo largo de toda la vida de personas que han nacido y están creciendo de la mano de dispositivos cada vez más sofisticados que les permiten descargar y llevar a todas partes sus archivos de texto, audio o vídeo.

El podcast educativo

Antes de relatar las características educativas, se hace preciso recordar a grandes rasgos lo que es el podcast. En tal sentido, mucho más que una opción para subir o descargar archivos de audio de la red, el podcast representa la posibilidad de syndicar contenidos auditivos usando para ello un sistema RSS que favorece su revisión y descarga al momento de producirse la actualización.

De todo esto se desprende que mucho más que una tecnología, aplicación o herramienta web, el podcasting, al igual que toda la Web 2.0, constituye una nueva filosofía, una nueva forma de compartir, transformar y reutilizar la información –auditiva en este caso– que se encuentra en internet. Desde el punto educativo, entonces, la filosofía podcasting trae consigo implicaciones importantes, ya que en primera instancia cualquier persona puede acceder a los archivos podcast, pero también la facilidad de creación y publicación permite que personas sin grandes conocimientos informáticos puedan generar sus propios podcast, no sólo de forma individual, sino también cooperativamente.

Al respecto, Solano y Sánchez (2010) señalan que

- El podcast es una herramienta muy flexible para la educación porque nos permite elaborar guiones adaptados a nuestra realidad educativa. Sin embargo, una de sus mayores potencialidades para la Educación Superior es que se trata de una herramienta ampliamente difundida por los jóvenes estudiantes de los centros de enseñanza superior que en la mayoría de los casos, no sólo son capaces de descargarlos para su escucha, sino también grabarlo y crear una página en XML para difundirlo. Aún así, si no fueran capaces de hacerlo, existen recursos en la red para aprender a elaborarlo de forma simple.

Asimismo, se favorece el conocimiento libre y abierto, ya que los contenidos están disponibles para su descarga y modificación, por lo que pueden ser fácilmente adaptados al contexto formativo específico de quien los demande. Esta adaptabilidad, según palabras de Solano y Sánchez (2010), permite “superar las barreras temporales, geográficas, psíquicas (...) e incluso las culturales” que normalmente existen en cualquier ambiente de aprendizaje.

Se tiene también como gran aporte la posibilidad que tienen los estudiantes de descargar los podcast desde sus propios dispositivos móviles y llevarlos consigo en estos dispositivos para escucharlos las veces que deseen y de la forma como prefieran hacerlo, con lo cual se favorece la reflexión acerca del proceso de aprendizaje que se está siguiendo.

El tipo de escenarios formativos descrito es conocido como mobile learning, m-learning o simplemente aprendizaje con dispositivos móviles; el cual es concebido por Contreras y Eguía (2009) como “la forma extrema del aprendizaje flexible, ya que puede integrar estudios que tienen lugar en la Universidad, en el hogar o en instalaciones externas a la Universidad dentro de un entorno único de aprendizaje flexible y compartido”.

Solano y Sánchez (2010) aportan algunas potencialidades y posibilidades de uso educativo del podcast:

- Difundir contenidos de audio de forma simple utilizando una estructura web hipertextual.

- El proceso de escucha o visionado se puede repetir y revisar todas las veces que sea necesario.
- Desarrollar contenidos abiertos en formato audio, promoviendo así el conocimiento libre y la fácil adaptación de los recursos educativos a diversos contextos.
- Dirigirse a un público específico o bien delimitado.
- Distribuir contenido de forma regular y periódica gracias a los sistemas de sindicación en los que se basan.
- Recibir información cuando los docentes, alumnos o expertos realicen modificaciones de los contenidos.
- Diversificar los recursos de enseñanza: grabaciones profesionales, recursos para fomentar el aprendizaje autónomo, grabaciones de las clases y actividades prácticas que se desarrollan en la clase presencial.
- Como el Streaming, promueve un aprendizaje bajo demanda pero añade a aquellos la posibilidad de que los agentes educativos se conviertan en editores de contenidos multimedia.

Por su parte, Camacho, Esteve y Gisbert (2009) resaltan actividades como la realización de presentaciones personales, de proyectos para trabajar destrezas como la comprensión auditiva o la producción oral y escrita, narraciones colectivas, debates para investigar o exponer, y la creación y/o sindicación a determinados programas de radio.

Sin embargo, el podcast por sí sólo no garantiza el aprendizaje, es preciso desarrollar una planificación consciente que tenga en cuenta la totalidad de elementos en los cuales se enmarca la acción educativa: contenidos, objetivos o competencias, estudiantes a los que va dirigido, tecnología disponible, actividades a desarrollar por el docente y los estudiantes, etc.

De esta forma, se debe considerar que no necesariamente todos los contenidos se adaptan a la filosofía podcasting, o dicho de otra forma, el podcast

no es en todos los casos la mejor opción para promover el aprendizaje de un contenido en particular. En tal sentido, se debe verificar en primera instancia que el podcast realmente se adapta a la naturaleza de los contenidos, y por supuesto a los objetivos y competencias que se desea alcancen los estudiantes.

Asimismo, se precisa conocer las características de los estudiantes o el grupo de personas al cual va dirigido el podcast, no sólo con el fin de establecer si éste representa una opción válida, sino fundamentalmente para determinar las características que debe poseer el podcast (pistas discursivas, efectos, cortinas musicales, etc.). No es lo mismo generar un podcast para niños de 10-12 años, que uno para jóvenes de 20-23 años, u otro para adultos mayores.

Otro elemento de vital trascendencia cuando se decide implementar el podcast en la educación es el tipo de tecnología con el cual se cuenta: Para generar un podcast, como mínimo debemos contar con un computador y un editor de audio sencillo; de la misma forma, para descargarlo y escucharlo debemos disponer de un computador o dispositivo móvil que permita realizar estas acciones.

En cuanto a los conocimientos que se debe poseer, el docente debe ser capaz de generar un archivo XML para la sindicación de los contenidos, o en su defecto de adaptar archivos de este tipo disponibles en internet; aunque siempre existe la posibilidad de crear un equipo de producción en el cual se incorporen personas que puedan desarrollar esta tarea. Asimismo, si el docente no es experto en el contenido a abordar en el podcast, es conveniente que el equipo de producción incorpore al menos un experto en contenido.

Por supuesto, es menester definir las actividades a desarrollar con el apoyo del podcast, así como los roles que cumplirán el docente y los estudiantes en dichas actividades; en tal sentido, la tarea podría ser incluso el desarrollo del propio podcast mediante la metodología por proyectos. Solano y Sánchez (2010) proponen algunas actividades con el uso del podcast, entre ellas:

- Libro auditivo: Este formato transforma la experiencia de lectura en una auditiva. Es decir, puede grabarse la lectura de un documento de modo que el sentido primordial que se utiliza es el auditivo.

- Programa de entrevistas: El formato auditivo del podcast lo convierte en una buena herramienta para la transmisión de entrevistas.
- Ponencias grabadas: Este formato es muy útil como material de archivo y de ayuda a la memoria, pues consiste en una grabación en tiempo real.
- Educación a distancia: Este formato de podcast debe ser apoyado por otras plataformas para lograr un proceso educativo integral. Requiere de un gran nivel de compromiso y dedicación.
- Instructivo: La entrega del contenido puede producirse por pasos o por temáticas.
- Apoyo a clases presenciales: Este es un formato de gran utilidad para la adaptación de contenidos a los alumnos de un aula, pues permite recalcar los contenidos tratados presencialmente a una velocidad adecuada y optimiza el tiempo de discusión.
- Podcast desarrollado por alumnos: Como herramienta educacional, el podcast también puede ser desarrollado por alumnos, generando una experiencia enriquecedora en cuanto al uso de nuevas tecnologías.

Finalmente, conviene analizar los aportes que el propio podcast hace al proceso educativo. En este sentido, aparte de las consideraciones cooperativas y adaptativas que ya se han hecho, conviene destacar las ventajas que el sonido trae a la educación. A juicio de Martel (2002)

- El sonido produce reacciones neuromusculares casi imperceptibles, pero demostrables (...) parámetros como estilo, tiempo, volumen, frecuencia de repetición de temas, uso de variaciones, trinos, ritmo, etc. se usan para afectar el comportamiento y se ha dicho que ha llegado a producir un aumento del rendimiento de entre el 15%-30%.

Agrega, asimismo, Martel (2002) que el sonido puede contribuir a aumentar o disminuir la sugestionabilidad, y a ejercitar y desarrollar la capacidad de concentración, por lo que un podcast bien diseñado puede permitir al estudiante centrar su atención en lo que debe aprender.

Otro aporte importante sobre los efectos educativos del sonido lo hace Lacárcel (2003) al señalar que:

- Hoy los científicos confirman que el oído es el más cualificado de los estímulos sensoriales cerebrales. De éstos el 20% corresponden a la vista...
- el 30% corresponden al gusto, olfato y tacto...
- el 50% corresponden al oído, que despierta e impulsa al cerebro, además de protegerlo contra el deterioro.

Los señalamientos de Lacárcel reafirman las potencialidades formativas del podcast, no sólo por la posibilidad de privilegiar el oído, sino también por la oportunidad que se presenta para combinar distintos medios para transmitir la misma información (redundancia cognitiva), aumentando así la posibilidad de que el aprendizaje sea efectivo.

Resulta importante, aunque no imprescindible, que los podcast educativos incluyan cortinas musicales adaptadas a la situación formativa, ya que indica la propia Lacárcel (2003) que “la música (...) da lugar a un aprendizaje mucho más equilibrado y adaptado tanto al medio, como a las propias capacidades individuales”.

Destaca además Lacárcel la relevancia de usar la voz apropiadamente debido a que por medio de la voz manifestamos sentimientos, estados de ánimo y no olvidemos que es el medio de comunicación más rico que poseemos... El tono y volumen de nuestra voz, delata el momento en que nos encontramos y el tipo de persona que somos.

Una vez estudiados los aspectos curriculares, es necesario elaborar un guión que oriente la creación del podcast y que permita generar en el oyente la sensación de que la voz que escucha le está hablando y no leyendo. Como aspectos mínimos, un buen guión debe incluir la identificación y orden de participación de cada una de las personas que intervienen en el podcast, los efectos sonoros a utilizar en cada momento, el texto del podcast (voz en off) y el tiempo estimado para cada momento del podcast. El Observatorio Tecnológico del Ministerio de Educación de España (2008) resume en esto diez (10) puntos

los aspectos a considerar para escribir correctamente un guión:

1. ¿Qué decir?.
2. Relación lógica de puntos a tratar.
3. El comienzo debe interesar.
4. Escribir para el oyente, visualizándolo.
5. Decir en voz alta lo que se va a escribir.
6. Utilizar postes de señales.
7. Emplear un lenguaje conversacional.
8. Emplear frases cortas.
9. No abusar de la puntuación
10. Mecanografiar a doble espacio, con amplios márgenesy párrafos separados.

De esta forma se concluye que crear un podcast educativo no se limita a la grabación de un archivo de audio y su publicación en internet, es necesario conjugar una serie de elementos curriculares, técnicos, estéticos y cognitivos que configuren un producto que permita el aprendizaje a lo largo de toda la vida y desde cualquier lugar (formal o informal) o condición en la cual se encuentre el estudiante.

Fuentes de Información

Camacho, Esteve y Gisbert (2009). **Speak new words, speak new languages: a podcasting experience in multicultural settings**. Departamento de Pedagogía. Universidad Rovira i Virgili. España.

Contreras y Eguia (2009). **Contenidos de aprendizaje para estudiantes de diseño en podcast. Cuadernos de Documentación Multimedia**. Vol. 20 Año 2009.

Lacárcel (2003) **Psicología de la música y emoción musical**. Educatio, n.º 20-21 • Diciembre 2003.

Martel (2002). **Efectos del Sonido**. Publicado en Hojas Informativas de I@s psicólog@s de Las Palmas, nº 48 época II de mayo de 2002.

Observatorio tecnológico (2008). **El guión de audio**. Ministerio de Educación, España.

Solano y Sánchez (2010). **Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo**. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación. N° 36 Enero 2010 pp.125 – 139.



Autores: Toni Sellas y Jaume Llambrich
Podcast: Connectant els punts
Web: www.tonisellas.cat

El podcasting en catalán

Cataluña dispone de una extensa tradición en el mundo de la comunicación sonora. Fue precisamente en Barcelona donde se iniciaron las primeras emisiones radiofónicas regulares, protagonizadas por la estación EAJ-1 de Radio Barcelona en 1924. Desde entonces, radioaficionados, radios comunitarias, emisoras locales y cadenas de radio diversas han sido escenario de brillantes momentos de la comunicación mediante el sonido. No resulta extraño, por lo tanto, que el podcasting tuviera una buena acogida desde muy pronto. Pero así como en el mundo de la radio el liderazgo de audiencia en Cataluña lo comparten dos emisoras que emiten su programación íntegramente en catalán (RAC1 y Catalunya Ràdio), en el universo del podcasting son pocos los podcasts en catalán y muchos podcasters catalanes optan por el español como idioma de sus proyectos sonoros. En estas páginas vamos a realizar un breve repaso a la situación del podcasting en catalán, tanto en lo que se refiere a los podcasters independientes como a la adopción de este nuevo canal por parte de la radio tradicional.

Los inicios

El primer podcast en catalán lo publica el blogger y podcaster independiente Pau Oliva, conocido en la red con el nick de pofHQ, el 27 de noviembre de 2004¹. Se trataba de un podcast sobre tecnología, en el que comentaba algunas noticias y artículos de este ámbito temático. Pese a su carácter pionero, la aventura de pofHQ no se alargó más allá de cuatro episodios. Sin embargo, el camino para el podcasting en catalán había empezado. A lo largo de 2005 varios podcasters catalanes iniciaron sus proyectos, pero se trataba de podcasts realizados en español. Un año más tarde, fueron precisamente dos de estos podcasters con una primera experiencia en el podcasting los que sacarían nuevos proyectos, esta vez en catalán. El 7 de noviembre de 2006, Nena (autora de “5 minutos con Nena”)² publicaba el primer episodio de “Nena en català”³, un podcast personal con el que quería difundir el conocimiento de la lengua catalana en otros países. Diez días después, Momo (autor, junto a Nena, del podcast “Solo 24 horas”)⁴ publicaba el primer audio de “Benvinguts!”⁵, un podcast sobre música en catalán.

Tras estas iniciativas, entre 2006 y 2007 surgirían nuevos proyectos de podcasting en catalán, impulsados por podcasters que debutaban en este nuevo medio con la lengua catalana como opción inicial: “La cultura del videjoc”, de Albert Murillo (15 de mayo de 2006, posteriormente renombrado como “El podcast de l’Albert Murillo”);⁶ “Paraules en podcast”, de Josep Lluís Silva

-
- 1 PofHQ. “Primer podcast en català”. [En línea]. Pof’s headquarters, 27 de noviembre de 2004. <<http://pof.eslack.org/blog/2004/11/27/primer-podcast-en-catala/>>. [Consulta: 27 de julio de 2010].
 - 2 NENA. 5 minutos con Nena. [En línea]. <<http://5minutosconnena.wordpress.com/>>. [Consulta: 4 de agosto de 2010].
 - 3 NENA. “Nena en Català #01”. [En línea]. Nena en català, 7 de noviembre de 2006. <<http://nenaencatala.wordpress.com/2006/11/07/nena-en-catala-01-2/>>. [Consulta: 4 de agosto de 2010].
 - 4 MOMO, NENA. Solo 24 horas. [En línea]. <<http://solo24horas.wordpress.com/>>. [Consulta: 4 de agosto de 2010].
 - 5 MOMO. “Benvinguts! #001”. [En línea]. Benvinguts!, 17 de noviembre de 2006. <<http://benvinguts.wordpress.com/2006/11/17/benvinguts-001-2/>>. [Consulta: 4 de agosto de 2010].
 - 6 MURILLO, A. “Leo Messi i la XBOX360”. [En línea]. El podcast de l’Albert Murillo, 15 de mayo de 2006. <http://katamari.podomatic.com/entry/eg/2006-05-15T06_23_07-07_00>. [Consulta: 5 de agosto de 2010].

(24 de octubre de 2006);⁷ “Connectant els punts”, de Toni Sellas (inicialmente “Cabòries digitals”, publicado el 2 de febrero de 2007);⁸ “mossegalapoma”, de Tomàs Manzaneres (14 de mayo de 2007);⁹ “Podcasts d’asteroides”, de Jaume Llambrich (24 de octubre de 2007);¹⁰ y “InThePlaceToBe”, de Fantástico BCN (13 de noviembre de 2007).¹¹ A estos primeros podcasts en catalán se fueron sumando otros en los años siguientes, mientras que algunos de los pioneros dejaron de publicar o lo hacían de forma intermitente, como veremos más adelante al analizar la situación actual del podcasting independiente en catalán.

En relación a los inicios del podcasting en Cataluña, cabe destacar también que Barcelona acogió en octubre de 2006 las II Jornadas de Podcasting, el segundo encuentro de la comunidad del podcasting hispano que se realizaba, después de una primera convocatoria celebrada en Málaga en mayo de ese mismo año. Durante tres días, las jornadas de Barcelona, coordinadas por Daniel Aragay, congregaron a numerosos podcasters y oyentes, y permitieron debatir aspectos muy diversos, como la producción y edición de podcasts, la relación con la audiencia, podcasting y radio, o los directorios de podcasts, entre otros aspectos. Paralelamente, el podcasting tuvo también un espacio en el festival literario Kosmópolis 06, celebrado en el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB). Sin embargo, en ambas citas el podcasting en catalán apenas estuvo presente, como consecuencia de su biseñez y de la escasez de podcasts en lengua catalana en ese momento.

Precisamente con el objetivo de agrupar y fomentar el podcasting en catalán había nacido, unos meses antes, el portal Podcatalà, impulsado por Ana

-
- 7 SILVA, J.LL. “Campanya”. [En línea]. Paraules en podcast, 24 de octubre de 2006. <http://catala.podomatic.com/entry/eg/2006-10-24T15_40_12-07_00>. [Consulta: 5 de agosto de 2010].
- 8 SELLAS, T. “Connectant els punts (podcast) 01”. [En línea]. Connectant els punts, 2 de febrero de 2007. <<http://www.tonisellas.cat/2007/02/02/cabories-podcast-01/>>. [Consulta: 5 de agosto de 2010].
- 9 MANZANARES, T. “mossegalapoma podcast 1”. Mossegalapoma, 14 de mayo de 2007. [En línea]. <<http://mossegalapoma.cat/2007/05/14/mossegalapoma-podcast-1/>>. [Consulta: 5 de agosto de 2010].
- 10 LLAMBRICH, J. “Gustau Moreno. Oliveres de promeses irrealis”. Podcasts d’asteroides, 24 de octubre de 2007. [En línea]. <<http://www.basar.cat/?p=216>>. [Consulta: 5 de agosto de 2010].
- 11 FANTÀSTICO BCN. “InThePlaceToBe Podcast 01. Una mica de hip-hop francès”. [En línea]. InThePlaceToBe podcast, 13 de noviembre de 2007. <http://fantastico.podomatic.com/entry/2007-11-13T04_15_29-08_00>. [Consulta: 5 de agosto de 2010].

Romero. Se presentaba como un portal colaborativo, con un directorio y otros recursos ofrecidos por y para la comunidad de podcasters catalanes, además de noticias del ámbito tecnológico y sobre el podcasting. El proyecto, sin embargo, no llegó a los tres años de vida y actualmente permanece abandonado y ni siquiera puede consultarse el archivo de contenidos.

La radio y el podcasting

Más allá del podcasting independiente, en el universo radiofónico son las emisoras públicas las que toman la iniciativa en Cataluña en la adopción del podcasting como una nueva vía para la distribución de sus contenidos. El primero en hacerlo es el programa “L’Internauta”, en Catalunya Ràdio, conducido por el director del periódico digital Vilaweb, Vicent Partal. Este espacio lanza su primer podcast en septiembre de 2005. Como en muchos otros casos, se trata de una iniciativa personal del equipo del programa. Paralelamente, en el ámbito local también surge una iniciativa pionera, la de Vilassar Ràdio, emisora municipal de la población de Vilassar de Mar, en la comarca catalana del Maresme. En colaboración con la edición local del diario digital Vilaweb, en septiembre de 2005 esta emisora empieza a ofrecer algunos contenidos vía podcasting.¹² Se convierte, de este modo, en una radio pionera y en la prueba de que el podcasting es un nuevo medio al alcance de todo tipo de emisor, sin necesidad de grandes presupuestos ni del soporte de las corporaciones mediáticas.

En noviembre de 2005, otra emisora pública, COM Ràdio, inaugura su oferta de podcasts. En este caso, el oyente puede suscribirse a una dirección común que incluye todos los podcasts de la emisora o bien puede seleccionar el feed específico del programa que le interesa. Por su parte, Catalunya Ràdio aprovecha la experiencia de “L’Internauta” para lanzar posteriormente una amplia oferta de podcasts, coincidiendo con una remodelación de la página web del grupo, el 6 de febrero de 2006. A partir de aquí, el podcasting se consolida progresivamente en muchas emisoras de radio catalanas como un instrumento muy útil para difundir los contenidos que se emiten por vía herciana tradicional. En el caso de las cadenas líderes en el ámbito de la radio generalista comercial, a fecha de junio de 2010, Catalunya Ràdio y RAC1 superan el cen-

12 VILAWEB. “El podcasting ja és una realitat a Vilassar de Mar”. [En línea]. Vilaweb, 20 de noviembre de 2005. <http://www.vilaweb.com/www/noticia?p_idcmp=1620303>. [Consulta: 27 de julio de 2010].

tenar de podcasts en su oferta de radio a la carta.¹³ Además, en sus principales espacios, estas emisoras no se limitan al podcast general del programa sino que desmenuzan la oferta al detalle, con los podcasts de las distintas secciones que lo integran. De este modo, el oyente tiene una mayor capacidad de elegir aquellos contenidos que le interesan, gracias al podcasting.

Para estas cadenas de radio, el podcasting es un canal consolidado para poner a disposición de la audiencia aquellos programas y secciones que integran su programación tradicional, con el objetivo de dar a los oyentes más posibilidades de escucha. Es decir, los podcasts de las emisoras son un vehículo para que el oyente componga, con autonomía y según sus intereses, su propia parrilla de programación, su menú personal de contenidos sonoros. En este sentido, RAC1 y Catalunya Ràdio destacan como dos de las cadenas de radio de España que más podcasts ofrecen a su audiencia. Más allá de estos ejemplos, el podcasting se extiende también por la radio local y las radios libres y comunitarias como un complemento que amplía y mejora su oferta a través de Internet.

El podcasting, por lo tanto, es una herramienta de comunicación que se ha integrado con normalidad en la radio tradicional en catalán. No obstante, son muy pocos los contenidos originales emitidos exclusivamente vía podcast, y a pesar de que muchas emisoras comerciales lo consideran como una posibilidad de futuro, todavía no se han atrevido a utilizar el podcasting como un canal para experimentar con nuevos profesionales, contenidos o formatos. En el caso de estas dos grandes cadenas de ámbito autonómico, este inmovilismo se debe en parte a la rigidez de un medio poco dado a experimentar con contenidos alejados a la oferta convencional, y a la existencia de estructuras y dinámicas profesionales y logísticas asentadas desde hace años que acostumbra a ser bastante reacias a los cambios y las probaturas.

Otros usos del podcasting

Junto al universo del podcasting independiente y al de los podcasts de la radio tradicional, esta nueva herramienta se ha expandido también en otros ámbitos, en los que vemos algunas experiencias interesantes de podcasts en

13 La oferta de podcasts de Catalunya Ràdio puede consultarse en <<http://www.catradio.cat/podcasting/catradio>>. La de RAC1, en <<http://rac1.org/a-la-carta/>>. Estos contenidos, no obstante, varían en función del momento de la temporada en que se encuentren las emisoras.

catalán. Por un lado, la convocatoria de concursos literarios con el podcast como vehículo comunicativo. Este es el caso del “Concurs de podcasts poeticoartístics”, organizado por la red digital Tinet, el Ayuntamiento de Tarragona i la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), del que se han celebrado dos ediciones.¹⁴ Se trata de un certamen en el que los podcasts deben ser creaciones sonoras realizadas a partir de un texto literario en cualquiera de sus géneros. En la misma línea, otra convocatoria interesante es la del concurso “Què m’expliques?”, organizado por Catalunya Ràdio en un intento de explorar nuevas posibilidades creativas mediante el podcasting y los podcasters.¹⁵

Por otro lado, el podcasting es un medio muy vivo en el ámbito educativo en Cataluña. La radio y los podcasts tienen su espacio en las escuelas e institutos mediante el programa XTEC Ràdio, un proyecto del Departament d’Educació de la Generalitat para fomentar el uso del catalán.¹⁶ El gobierno dota a los centros de los equipos y recursos necesarios para que los alumnos puedan realizar sus programas de radio, que posteriormente se difunden en Internet a través de la red educativa XTEC. El podcasting forma parte del proyecto como un modo de distribución y también como una vía de interacción entre los alumnos de las diferentes escuelas e institutos. Al mismo tiempo, el podcasting es, junto a los blogs, una herramienta con muchas posibilidades pedagógicas que algunos docentes ya han incorporado a sus asignaturas. Este dinamismo del podcasting en el ámbito educativo se traduce también en iniciativas interesantes para promocionar el podcast como vehículo comunicativo entre los niños y jóvenes. “Sentits en 2 minuts”, por ejemplo, es un concurso organizado por el Departament d’Educació de la Generalitat y el programa de Ràdio 4, “L’altra ràdio”, para fomentar la creación de contenidos mediante la palabra y el sonido entre los escolares.¹⁷ En su primera edición, en 2009, concursaron 130 podcasts realizados por alumnos de 30 centros educativos de Cataluña.

14 TINET. Concurs de podcasts poeticoartístics. [En línea]. <<http://jovescreadors.tinet.cat/>>. [Consulta: 7 de agosto de 2010].

15 CATALUNYA RÀDIO. “Què m’expliques?”. [En línea]. <<http://www.catradio.cat/programes/1152/Que-mexpliques>>. [Consulta: 7 de agosto de 2010].

16 XTEC RÀDIO. [En línea]. <<http://www.xtec.cat/radio>>. [Consulta: 7 de agosto de 2010].

17 XTEC. Sentits en 2 minuts. [En línea]. <<http://www.xtec.cat/sentitsen2minuts/>>. [Consulta: 7 de agosto de 2010].

Otra iniciativa del mismo estilo, y también con éxito, es “Contes del món”, un concurso de podcasts organizado por la entidad COMSOC-Comunicació Social, en el que los alumnos de primaria y de secundaria participan con sus creaciones sonoras a partir de cuentos de tradiciones culturales de procedencia diversa.¹⁸

Podcasts independientes en catalán

A pesar de que la esfera del podcasting en catalán es sensiblemente menor que la de otras lenguas en cantidad, no por ello su nivel cualitativo debe ser menospreciado. En este apartado veremos una breve descripción de los proyectos vivos que se pueden encontrar en la red.

» Mossegalapoma

Tal y como indica su nombre, “Mossegalapoma” es un podcast que trata de las nuevas tecnologías, y especialmente del universo Apple y Mac.¹⁹ Iniciado el 2007 por Tomàs Manzanares, con el tiempo se han ido añadiendo un nutrido grupo de colaboradores en el programa. En la última temporada del programa han revitalizado el podcast añadiendo nuevos contenidos con entrevistas a personajes de diferentes ámbitos (política, deporte, cultura, etc.). Una de las características que individualizan más este proyecto en el ámbito podcaster catalán es, sin ninguna duda, como utilizan las nuevas tecnologías para crear feed-back con el oyente. Así, pues, el oyente puede opinar no sólo en comentarios en el blog o vía twitter, sino que puede entrar directamente en el programa vía skype, o puede influir en el desarrollo de la parrilla mediante google wave.

» Semàntic

Iniciado el 2010, “Semàntic podcast” trata sobre nuevas tecnologías.²⁰ Bernat Farrero, Jordi Romero y Masumi Mutsuda son ingenieros informáticos, y en el programa nos hablan de los temas más candentes de la actualidad in-

18 COMSOC. Contes del món. [En línea]. <<http://www.contesdelmon.org/ca/>>. [Consulta: 7 de agosto de 2010].

19 MANZANARES, T. et al. Mossegalapoma. [En línea]. <<http://mossegalapoma.cat/category/podcast/>>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

20 FARRERO, B.; ROMERO, J.; MUTSUDA, M. Semàntic podcast. [En línea]. <<http://semantic.cat/>>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

formática: programas, redes, códigos... Nada se escapa de su mirada siempre interrogante.

» **Dóna'm la veu**

Carlos Fenollosa y Galceran Orriols encabezan “Dona'm la veu”, un proyecto que cuenta con diez colaboradores y que se basa en el formato de tertulia radiofónica.²¹ En el podcast debaten ideas y temas candentes de la actualidad desde la óptica de la gente joven. Desde el 2008, sus debates, sin tapujos ni censuras, tocan los temas más variados, que van de la política a la economía o a la cultura. La característica especial de este podcast es que se presenta en formato bilingüe, y también se puede escuchar la versión en castellano, titulada “Dame la voz”.

» **Connectant els punts**

Desde el 2007 Toni Sellas nos ofrece un podcast que él mismo define como “un espacio para conversaciones tranquilas sobre comunicación, periodismo, podcasting, literatura... O sobre la vida misma”²². La mayor parte de los capítulos son entrevistas realizadas a personas clave del ámbito de la comunicación y la cultura. Cabe destacar en las últimas entregas el alto nivel de grabación y edición del sonido.

» **I encara gràcies**

Aunque de aparición reciente (este mismo año 2010), el equipo que produce el podcast (Neil y Julien) ya nos han ofrecido más de cuarenta entregas en seis meses, donde han tratado un sinfín de temas.²³ Esta pareja emula las tertulias más respetables con el menor grado posible de seriedad, sin complejo alguno y con un sentido del humor hilarantemente surrealista.

21 FENOLLOSA, C.; ORRIOLS, G. Dona'm la veu. [En línea]. <<http://blog.donamlaveu.com>>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

22 SELLAS, T. Connectant els punts. [En línea]. <<http://tonisellas.cat/podcast>>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

23 NEIL; JULIEN. I encara gràcies. [En línea]. <<http://iencaragracies.com/blog/>>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

» **No en sabem res**

Eduard Batlle y Germà Capdevila emiten desde el 2009 un podcast a tener muy en cuenta en el panorama de emisión catalán.²⁴ Y lo es por la cantidad y calidad de los entrevistados: músicos, escritores, políticos, economistas, deportistas, cocineros... y todos de primer nivel. Un buen ejemplo de que un podcast independiente puede estar a la misma altura que un producto radiofónico profesional.

» **La mandarina de Newton**

Una vez al mes Irene Lapuente y Tomàs Manzanares nos subministran una buena dosis de ciencia y tecnología.²⁵ Este podcast, sumado a una web y a un blog, pretende fomentar la curiosidad, la innovación y la participación de sus oyentes, y por eso además de las pastillas de actualidad científica nos encontramos con una sección de experimentos y una completa agenda de actividades.

» **La Marfanta**

Este podcast ofrece una serie de cortes de audio realizados por el periodista Gustau Moreno que complementan su blog informativo.²⁶ Aunque se trata de material “en bruto”, con este podcast los oyentes pueden acercarse a la noticia en primera persona.

» **Podcasts d’asteroides**

En este podcast, Jaume Llambrich ofrece desde el 2007 una personal selección de fragmentos de literatura catalana y universal con el objetivo de dar a conocer escritores, pero también la música libre con que acompaña sus obras.²⁷

24 BATLLE, E.; CAPDEVILA, G. No en sabem res. [En línea]. <<http://noensabemres.blogspot.com/>>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

25 LAPUENTE, I.; MANZANARES, T. La mandarina de Newton. [En línea]. <<http://www.lamandinadenewton.com/podcast/>>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

26 MORENO, G. La Marfanta. [En línea]. <http://marfanta.blip.tv>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

27 LLAMBRICH, J. Podcasts d’asteroides. [En línea]. <<http://www.basar.cat/?cat=10>>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

» La música de les esferes

Este es uno de los pocos podcasts de formato musical que se pueden encontrar en catalán.²⁸ Pero su mayor peculiaridad es que se confecciona con música clásica con licencias libres. Lo produce Jaume Llambrich desde el 2008.

Otros podcasts

En el blog <http://podcatala.blogspot.com> se puede encontrar una lista actualizada con los veinte podcasts independientes en catalán que se tienen identificados, además de herramientas y enlaces de interés.

Otra vía para encontrar podcasts es el portal dedicado a las producciones sonoras del web 3cat24.cat²⁹,²⁹ donde los usuarios suben directamente sus archivos, ya sean de los de sus propios podcasts ya sea de producción casual (como es el caso del Kiosk Jove, un espacio de periodismo digital escolar).

Conclusiones

Para concluir este capítulo, apuntamos algunas reflexiones a modo de conclusión. Se trata de breves notas que intentan resumir la situación del podcasting en catalán y apuntar algunas posibilidades para su evolución en los próximos años.

El podcasting está presente en Cataluña. Encontramos podcasts, podcasters y oyentes. Sin embargo, la paradoja es que, a diferencia de otros ámbitos, como la radio o los blogs, el catalán tiene una presencia menor en este universo.

De los podcasts en catalán existentes, son cuatro o cinco los que publican con regularidad y mantienen una actividad podcastera intensa. En muchos otros casos, la periodicidad es más irregular. Además, algunos de los podcasts pioneros en catalán han dejado de publicar.

28 LLAMBRICH, J. La música de les esferes. [En línea]. <<http://musicadelesesferes.wordpress.com/>>. [Consulta: 9 de agosto de 2010].

29 Para más información, consulten el web <http://www.3cat24.cat/elmeu3cat24/audios>.

El podcasting en catalán no termina de consolidarse. Por un lado, muchos podcasters catalanes optan por el castellano como lengua de su podcast, ya sea porque es su lengua habitual o bien porque de entrada la audiencia potencial es mayor. También debemos considerar que en los inicios del podcasting, podcasters y oyentes se adentraron en este nuevo medio a través de los podcasts en castellano, por lo que ahora les resulta natural mantenerse en ese espacio.

La aparición de nuevos podcasts en catalán no es frecuente. Sin embargo, en el último año han surgido nuevos podcasts en catalán con mucho ímpetu. Sumados a algunos de los primeros podcasters que todavía se mantienen activos, están contribuyendo a una cierta revitalización del podcasting en catalán.

El podcasting es una herramienta consolidada en el ámbito escolar. Su presencia en muchos centros a través de XTEC Ràdio y el éxito de diferentes concursos de podcasts en el ámbito educativo son una oportunidad para la futura incorporación de los jóvenes podcasters independientes.



Autora: Marta Rubio Reyna
Profesión: Prof. Informática Lic.
en Tecnología Educativa
Podcast: Radio Virtual
Web: <http://radiovirtual2007.blogspot.com>

Podcasting en la educación

Introducción

La educación actual está pensada bajo una forma de paradigma de lecto-escritura: libro, transmisión oral y escritura.

Hoy se agregan como emergentes sociales y culturales nuevos formatos digitales multimediales. Éstos se caracterizan por la velocidad para encontrar la información, en cualquier momento, en cualquier lugar. La información se presenta en forma hipertextual, visual, auditiva.

Los docentes contamos con diferentes recursos sonoros que han sido elementos disponibles para la educación según la época: la voz (casi como elemento único), los grabadores de cinta, los pasacasetes, la música, los tocadiscos, la radio...

A través de las nuevas tecnologías de uso y acceso sencillo, prácticas, didácticas, atractivas, versátiles, tenemos nuevas herramientas que pueden ser muy útiles a nivel educativo.

Dentro de éstas una de las más importante es el podcasting de audio o de video, como nuevo recurso sonoro.

Características y ventajas

El podcasting es atractivo y generador de transmisión de ideas y de contenidos educativos de audio. Permite el trabajo colaborativo en la educación, ya que su distribución gratuita y libre contribuye a su difusión y uso. Facilita el compartir los conocimientos y el intercambio entre los alumnos y profesores de una comunidad escolar y entre usuarios de la red.

Además, el podcast es una herramienta positiva de autoaprendizaje por su disponibilidad y libre acceso en la red; se puede descargar y guardar con facilidad (portátil, reproductor mp3, teléfono móvil). Presenta la posibilidad de escuchar en cualquier momento y en cualquier lugar sin necesidad de la computadora y de Internet.

Otra de las ventajas es que favorece el repaso y el intercambio de conocimientos e ideas, propicia la autoevaluación y brinda, de este modo, una mejora en el proceso de aprendizaje. El podcasting es un recurso de alta motivación para el alumnado, que potencia todo aquello relacionado con los intereses y una constante actualización de la realidad

Esta herramienta permite presentar contenidos con significatividad, debido a que puede ser el principal protagonista en la producción de sus podcast por medio de la creación del guión, identificando el objetivo educativo para dirigirse a una audiencia determinada. Todos estos pasos ayudan al alumno a interiorizarse debidamente del contenido a comunicar, y lo preparan para desafiar sus dudas y comprometerse con su aprendizaje.

Como sostienen Sánchez García y León (2007), el podcast es una técnica útil para activar los procesos de lectura. En los podcast de audio y de video se representan imágenes mentales, sugiriendo situaciones que pueden recrearse por medio de la narración de un cuento o un radioteatro, u otras expresiones literarias.

Por otra parte, la creación de podcasts favorece la posibilidad de despertar y canalizar emociones, debido al componente lúdico que poseen, ya que in-

cluye la interacción, el uso de la tecnología y lluvia de ideas donde se pone de manifiesto la creatividad.

Otra de las características ventajosas que presenta el podcast es que permite el aprendizaje colaborativo, dado por el trabajo en grupo con objetivos e intereses compartidos. Para ello es necesario establecer acuerdos, reconocer el aporte de los otros, valorar el propio accionar y el de sus pares, identificar errores para mejorar tanto el proceso como el resultado.

Por último, interesa destacar que todo esto promueve la sinergia en el grupo, ya que las energías y el estímulo grupal producen un efecto multiplicador en todos sus integrantes. El aprendizaje se desarrolla en un ambiente de estímulo, trabajo y creatividad con resultados altamente eficaces en cuanto a satisfacción, cooperación y significatividad.

Ejemplos de su utilización en el mundo

Mencionamos a continuación, a modo de ejemplo, algunos sitios de podcasting educativo en el mundo, cuya recopilación y verificación dan cuenta de las distintas tendencias y usos en la actualidad.

- La Universidad de Duke, en Durham, EEUU, en el 2005, genera el “Duke cast” Servicio de podcasting para profesores y alumnos.
- La Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM. brinda un servicio de podcast con material de apoyo académico. Se pueden encontrar escritores mexicanos e iberoamericanos con lecturas de sus propias obras como Elena Poniatowska, Vicente Leñero, Juan Villoro, Hugo Gutiérrez Vega, Fernando Savater, Antonio Skarmeta, Sergio Ramírez, Carlos Montemayor, Víctor Hugo Rascón Banda,... Grabaciones de conciertos de la OFUNAM y de la Orquesta Sinfónica de Minería, material de divulgación científica, obras de teatro y conferencias que se hacen en la UNAM
- Universia, es una red de cooperación universitaria formada por 1.056 universidades de 11 países de Iberoamérica. Contribuye en la difusión de la actividad docente e investigadora de la universidad.

- Distintas Universidades norteamericanas almacenan y distribuyen clases mediante podcasting como por ejemplo: La University of Washington -Institución de educación superior distribuye la grabación de las clases a través del Podcasting. También lo hacen: Purdue University, la Mississippi State University y la University of Minnesota.
- Chilepodcast se convierte en -El Primer Podcast Educativo de Chile-, Medio de comunicación y difusión de actividades escolares y estudiantiles de alumnos y profesores chilenos.

Otros sitios destacan podcasts de carácter científico:

- “Colores de la ciencia”, donde relatan a través de cuentos y entrevistas, aspectos de la ciencia, ecología, y curiosidades científicas.
- También en “La clara voz de la ciencia”, la ciencia es transmitida por científicos.

Asimismo, a nivel literario se puede destacar lo siguiente:

- “Cody’s cuentos”, es un podcast en español con cuentos clásicos de los Hermanos Grimm, Hans Christian Andersen, Charles Perrault y muchos más. Otra opción es “Audiocuentos”, son cuentos en podcast para niños o profesores. Podcast literario.
- Alvaro Morala e Inés Adelaida Hidalgo, desarrollan capítulos de libros, cuentos, en modo colaborativo.
- La Biblioteca Digital de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (BDUIMP) en Madrid, ofrece: discursos, conferencias, archivos gráficos y audiovisuales publicados y generados en el marco de la UIMP a lo largo de sus más de 75 años de historia.

Por último, y para lo que más nos interesa aquí, ejemplificamos los siguientes sitios a nivel radial:

- El Podcasting en la Universidad Pompeu Fabra con la “Radio universitaria” con emisión en formato podcast. Esta ofrece contenidos

aportados por alumnos de Periodismo y Comunicación Audiovisual. La programación consta de informativos, reportajes, entrevistas, deportes, música y un archivo de semanas anteriores.

- El portal educativo de la fundación telefónica-Argentina, a través de “Radiobit” integrante del proyecto Periodismo Escolar en Internet, emprendido por el equipo de investigación en nuevas tecnologías de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora y promovido por EducaRed Argentina.
- La “Radioteca”, auspiciada por la UNESCO, sitio que intercambia producciones radiofónicas con derechos compartidos, elaborado colectivamente por muchas emisoras, centros y redes, de América Latina y otros países del mundo.
- “Radio Virtual” ofrece podcast escolares realizados por alumnos de 12 y 13 años. Espacio de comunicación y expresión propio de los intereses de los alumnos.

Análisis del proyecto “radio virtual”

Tomamos como punto de referencia para el uso del podcast en la educación, la experiencia concreta del proyecto realizado con un grupo de alumnos de 12 y 13 años, en un Colegio de Argentina.

La Radio Virtual comienza en noviembre de 2007, innovando en forma solitaria con los podcast. Desde 2008 hasta la actualidad se ha ido desarrollando con mucha iniciativa, impulso, entusiasmo y creatividad. Los alumnos diseñan sus guiones y deciden de común acuerdo los temas que van a grabar, mientras los docentes prestan atención que ello se realice sin que sobrepasen los límites de los objetivos educativos planteados.

Los objetivos generales del proyecto son:

- Integrar el uso y aprovechamiento de las Nuevas Tecnologías en el ámbito escolar.
- Crear elementos sonoros, como medio de comunicación y de expresión.

- Transmitir ideas creativas: cuentos, chistes, radioteatros, recetas, a través de la radio.
- Aprender colaborando.

Contenidos que se trabajaron:

LENGUA	INFORMÁTICA
<ul style="list-style-type: none">• Guión radiofónico• Diálogo• Narración• Entrevistas• Personajes: principales y secundarios• Expresión oral: dicción, transmisión.	<ul style="list-style-type: none">• Podcasting• Uso de distintos dispositivos para grabar: celular, reproductor mp3, micrófono de la pc• Uso de internet y de recursos de la web 2.0• Producción y búsqueda de sonidos• Edición de audios con Audacity.• Presentaciones en Microsoft Power-Point.• Redacción de guiones usando Microsoft Word

El propósito de esta radio es generar un espacio de comunicación y expresión relacionado con los propios intereses de los alumnos. No es una radio institucional, sino dispuesta para sus opiniones y necesidades de expresión.

En la radio virtual conviven distintos géneros literarios para canalizar su veta creativa y expresiva en el marco educativo: cuentos, chistes, noticias, recetas, entrevistas, radioteatros, narraciones acerca de animales, o de paisajes de lugares visitados, videos interesantes, juegos de ingenio, entre tantas posibilidades.

Si bien la producción del material generalmente es creado por los chicos, otras veces es traído como resultado de alguna tarea realizada en el aula o sugerida por el docente, o también por la búsqueda en Internet y recreado nuevamente para su publicación.

Para concretar sus ideas se utilizan las nuevas tecnologías para grabar la información: la PC, cámara digital, reproductor mp3 o celular. Este proceso de grabación crea momentos mágicos a nivel individual y grupal, de gran expectativa, de mucha alegría, a veces ciertos atisbos de vergüenza al escucharse y no poder reconocerse. Por medio de ese juego de escucharse y volver a grabarse, se mejora la expresión verbal y la interpretación. Tan es así que, debido al esfuerzo y a las ansias de superación, vencieron la inicial timidez, lograron mayor tolerancia, estímulo en la tarea, empatía y satisfacción por el progreso alcanzado.

Durante la edición de los podcast de audio se utilizó el programa Audacity y el adobe premier pro o el movie maker para la edición del podcast de video. Se registró un importante proceso de análisis y evaluación. Se requirió de gran constancia, paciencia y concentración para escuchar con mucha atención varias veces el mismo audio o video y registrar los sectores, que eran necesarios extraer, volver a grabar, colocarle efectos, eliminarles el ruido o elevar el volumen, etcétera. A la edición terminada, generalmente, se le agrega una pista de sonido con alguna música de fondo o la cortina de identificación del programa.

Implementación

El proceso de preparación del guión para la grabación de los podcast y/o videocast, es una herramienta de aprendizaje de mucha importancia. Los guiones se realizan de acuerdo a los intereses de los grupos, según algunos parámetros ya mencionados. El material terminado se lee una y otra vez, y pasa por la tarea de corrección tanto individual como con sus pares, con el objeto de mejorar el proceso y el resultado final. Los guiones son creados con diferentes características, entre las que se destacan las siguientes:

- Son preferentemente cortos, para evitar el riesgo de que no se los escuche si duraban más que 3 o 4 minutos.
- Los guiones largos, como los cuentos, se arman en capítulos para mantener la atención del oyente y, a su vez, generar expectativa.
- En algunas ocasiones se pueden agregar imágenes para reflejar mejor la realidad de lo escrito, como por ejemplo, en el caso del podcast de Argentina o cuando se celebra el cumpleaños de la radio.

- Se buscan, además, contenidos que llamen la atención o sean interesantes para la audiencia.
- Previo al guión, se graba una presentación como identificación de la radio, que normalmente se repite en otras audiciones. Esto permite que tanto los integrantes de la radio como el público en general tengan una imagen y sonido de alto rasgo identificatorio.

Consecuencias positivas del proyecto. Aprendizaje e Impacto producido

Además de la calidad de lo producido, lo más significativo fueron los resultados alcanzados tanto a nivel individual como grupal, y ello produjo un gran impacto en la comunidad educativa en su conjunto: alumnos, padres, docentes, directivos y también más allá de la institución, desde donde se han recibido opiniones muy positivas e inesperadas.

Podemos destacar los resultados de los grupos mencionados con las siguientes observaciones

En los alumnos:

Como buenos nativos digitales, han sido capaces de demostrar sus habilidades con las nuevas tecnologías: (celular, reproductor mp3, cámara digital, edición del audio, su publicación en alojadores de audio o podcast, en blogs) y le otorgaron mayor valor al aprendizaje al incluirlas en el espacio áulico. Generaron responsabilidad positiva en la tarea que estaban realizando, cumpliéndola con mayor eficiencia, haciéndose cargo del material, ya sea hardware o manejo de software.

Esta variante en la educación les ayudó a brindarle significatividad a su aprendizaje, porque fueron protagonistas del mismo, desde sus inicios hasta verlo concretado en el blog. También se observó la modificación de actitudes en los alumnos, que en ocasiones anteriores no participaban en clase o no mostraban interés en el tema que la maestra daba, y que se trastrocó cuando trabajaban elaborando material para el blog. Se revertía simplemente porque ahora podían participar, ser protagonistas de su aprendizaje, ser valorados por

lo alcanzado. Además, es necesario resaltar que el resultado de su accionar podía ser visto por personas importantes como su familia, amigos y personas de otros países que participaban a través de comentarios en la red.

Si bien los podcast acompañados de imágenes fueron los más visitados por los alumnos, como recetas, paseos turísticos, etc., los podcast narrativos de cuentos, radioteatros o chistes también fueron muy escuchados, porque los invitaba a imaginar las situaciones o los personajes que oían, pudiendo aplicar para ello conocimientos de otras áreas.

La implementación del podcasting ayudó a mejorar las relaciones interpersonales, a enriquecer la expresión verbal y mejorar la lectura. Así, al alumno que tenía dificultades de expresión, le permitió corregirse, volver a intentarlo, y esto le ayudó a animarse mucho más.

Por último, muchos mejoraron su autoestima, al sentirse protagonistas de su aprendizaje y ver cómo a otros les interesaba lo que ellos hacían.

En los docentes:

El resultado más importante respecto de los docentes es que reconocieron que las Nuevas tecnologías pueden favorecer los procesos de enseñanza. Y esto se observa por lo siguiente: a) el interés evidenciado por los alumnos; b) la variedad de códigos de información que se pueden insertar en los blogs: videos, textos, sonido, imagen; c) se evidencian nuevos caminos de comunicación que abren nuevas posibilidades de aprendizaje; d) se confirman los conceptos de aprendizaje colaborativo, distribuido y ubicuo; e) la apertura a un nuevo rol docente, como facilitador, guía y constructor del aprendizaje, y f) por una mayor interactividad con los elementos tecnológicos.

En los padres:

El proyecto siempre tuvo buena aceptación. Pero si todo lo explicado hasta aquí ha podido generar alguna duda o no fue transmitido con certeza, a continuación destacamos un fragmento de una carta escrita por uno de los padres: "...considero a la radio virtual como un espacio de comunicación fluida entre pares a través de una tarea en la que ponen a prueba su creatividad y conocimientos adquiridos. Parece una armoniosa conjunción de distintos com-

ponentes donde los alumnos aprenden distintos tipos de discurso (mediático, tecnológico, lingüístico, estético, comunicacional), adquieren destrezas para adaptarse a un formato regularmente rígido –como es el resultante de una tecnología, un tiempo estipulado y unas cuantas voces que se cruzan-, necesitan contemplar problemas relacionados con la recepción y mejorar el producto consecuentemente. Esto en lo que respecta a lo académico. En torno de lo didáctico, los chicos aprenden a trabajar en grupo, intercambian conocimientos, aprecian los ajenos, comparten los propios, se insertan en lo institucional favorablemente, cuidan los materiales porque los necesitan, guardan una atmósfera cordial porque de ella depende el éxito de la tarea”.

En los directivos:

Estiman la experiencia realizada. Observan una mejora del vínculo docente-alumno y alumno-docente. Reconocen que “a mayor motivación, mayor aprendizaje”. Creen que lo fundamental es que exista la decisión institucional de fomentar la capacitación a los docentes sobre el uso de las posibilidades pedagógicas que brindan las nuevas tecnologías, y apoyar a los docentes en este nuevo emprendimiento.

Fuera del ámbito escolar:

Los alumnos, como protagonistas de este proyecto educativo, y la institución que los contiene y orienta, ven reflejada su creatividad y aprendizaje debido al alcance masivo que tiene todo lo publicado en la web. El recurso educativo del podcasting, como la experiencia comentada, por lo efectivo, didáctico y novedoso, también tuvo su recompensa desde la web, no sólo por el reconocimiento de familiares y amigos a nivel local o desde el extranjero, sino por algunas menciones y premios que son un estímulo para el aprendizaje de los alumnos y un desafío para docentes e instituciones.

Bibliografía:

Area Moreira, M. (2000). Aprendizaje Significativo: teoría y práctica. Madrid.: Ed. Visor.

Area Moreira, M. (2009). Manual Electrónico: Introducción a la Tecnología educativa. Universidad de La Laguna (España)

Barroso Ramos, C. (2006). Elementos para el diseño de entornos educativos virtuales con base en el desarrollo de habilidades. Instituto Politécnico Nacional, México. Edutec. Revista Electronica De Tecnologia Educativa.

Bergomás, G. A. (2008). Las alfabetizaciones múltiples como eje de la formación docente. Razón y palabra. Primera revista electrónica en Latinoamérica especializada en Comunicación. N° 63. Editada por: Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.

Buckingham, David (2008). Más allá de la Tecnología: aprendizaje infantil en la era de la cultura digital. Ediciones Manantial. Buenos Aires. Argentina

Burbules, Nicholas (2009). “El aprendizaje y el entretenimiento ya no son actividades separadas” por Fabián Bosoer.

Burbules, N. y Callister, T. (h) (2001). Educación: Riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información. Editorial Granica. Buenos Aires.

Cerezo, J. M. (2007) La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital. Fundación France Telecom. España. Capítulo de Gelado, J (2007) De los Blogs al podcasting ¿continuidad o disrupción?

Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. (2007). Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flasco México. Barcelona / México DF. En Johnson, Steven (2001). Emergence. The connected lives of ants, brins, cities and software. Penguin Books. London. En Lundvall, Bengt-Ake (2002). The University in the Learning Economy. DRUID, 2.

Gelado, José y otros (2006) Podcastellano: el portal de los podcasts. Asociación PodCastellano.

Fernández de Velasco Rodrigo, Arturo (2001). El podcast como medio de comunicación: caracterización del podcast independiente y adopción por las cadenas de radio. Universidad Rey Juan Carlos (en Fuenlabrada-España)

Fernandez Zalazar, Neri (2008) Telarañas de conocimiento. Análisis de los recursos y aplicaciones didácticas de la web 2. Ed. Libros y Bytes. Colección

culturas en Red. Buenos Aires.

Iglesias, Fran (2007) Propuestas de Podcasts para ESO y Bachillerato

Rubio Reyna, Marta B. (2009) El uso de recursos multimediales en el aula: “Creación de espacios sonoros”. Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.

Sánchez García, A. y Amador León, J. (2007) Eficacia del podcast como medio educativo innovador. México.

Toledo, C (2006) El primer podcast educativo de Chile.



Autor: Carles Fernandez-Lavado

profesión: Geólogo

Podcast: GeoCastAway (podcast de geología y Ciencias de la Tierra)

Web: www.geocastaway.blogspot.com

Podcasts y ciencia

¿Qué es ciencia? La palabra ciencia viene del latín ‘scientia’ que significa conocimiento. Y este conocimiento viene a partir de la observación y el razonamiento. De esto se desprende que existen diferentes tipos de ciencia, que resumiendo podrían agruparse en formales (como las matemáticas), naturales (de la naturaleza), y sociales (del ser humano). Desde tiempos antiguos todos hemos estado fascinados por los fenómenos que estudian las ciencias: desde la teoría de la relatividad, a los acontecimientos históricos. Sin embargo, pese al gran interés de la sociedad por las ciencias, los programas de difusión científica presentes en la parrilla de televisión (a no ser que uno tenga contratado servicios de cable con paquetes como National Geographic, Discovery Channel o History Channel), radio y prensa son más bien escasos y colocados en horas intempestivas.

Es ahí donde los podcasts pueden encontrar su hueco: no tienen horario, son temáticos, cada uno se los distribuye como quiere y lo escucha en las partes que quiere. Hay más variedad y accesibilidad a la ciencia a través de los podcasts que con radio o tele. De hecho una evidencia significativa es que muchos programas científicos de radios comerciales, se ubi-

can en los primeros lugares de descargas, e incluso en algunos casos tienen mas oyentes a través de la sindicación que con la frecuencia modulada. Como decía en la entrevista del arca de la alianza Ángel Rodríguez, la cagada de la ciencia es que no se ha sabido explicar... ahora con los podcasts se puede ir cambiando eso.

Podríamos decir que actualmente existen podcasts en español dedicados a la ciencia en general, es decir, a los grandes grupos que mencionábamos al principio del artículo. Por supuesto todavía estaríamos a años luz de idiomas como el inglés. Pero donde todavía no se ha explotado, es en las ciencias específicas. Aquí valdría hacer una mención especial a los podcasts de ciencias. com, pero a pesar de ello existen una gran variedad de ciencias que tienen un nicho abierto. Podcasts realizados por expertos en la materia.

Y ante esta última afirmación se abre el debate entre plantear podcast de ciencia para todo el mundo y/o podcast de expertos para expertos. La red es lo suficientemente grande como para permitir ambos. Alguien me comentó que escuchaba nuestro podcast por su temática rara. obviamente fue un comentario en tono de broma pero deberíamos poder llegar a encontrar podcasts de estadística aplicada o de microbiología.

Ante la afirmación anterior, me he ido a la plataforma ivoox.com, la cual me atrevería a decir que se ha convertido en la primera plataforma en España en la difusión del podcasting, y he introducido precisamente las palabras microbiología y estadística aplicada. El resultado es que he encontrado audios/podcast que tratan estas materias. Evidentemente esto no lo encontraremos ni en la radio ni en la tele.

Hasta ahora estábamos buscando podcasts de ciencia. Pero ¿y si quiero crear un podcast de ciencia? Muy bien. Ánimos por querer difundir la palabra científica. Pero hay que tener en cuenta que a diferencia de los podcast donde se reunen los amigos y hablan de algún tema de la vida, si este tema es científico requerirá un laborioso trabajo de preparación y búsqueda de información. Aquí van algunos «tips» para hacer tu podcast de ciencia:

- Lo primero que tendrás que plantearte cuando quieras iniciar un podcast de ciencia, sera escoger de qué tema vas a hablar. Ciencia en general o algún tema específico. Piensa que quizás cuanto mas especí-

fico sea el tema menos oyentes generalistas tendrás, pero más oyentes especializados te oirán.

- El tema de la periodicidad y la duración del podcast no es un tema menor. Cuanto más largo sea el podcast, y más periódico, más trabajo. Esto que parece obvio tienes que tenerlo en cuenta para mantener una calidad del podcast. Muchos tenemos otras actividades a parte del podcasting, si ves que no puedes mantener un nivel que te permita buscar y diseñar las temáticas de los podcasts, es preferible que bien disminuyas la periodicidad o la duración. Tenemos el ejemplo de uno de los podcast de ciencia e historia más reconocidos como es La biblioteca de Alejandría; sus programas duran sobre les tres horas si bien tienen una periodicidad trimestral. Esto permite oírlos cómodamente por el oyente.
- Si sois varias personas las que hacéis el podcast, cosa que recomiendo para darle agilidad y amenizar el programa, es recomendable que os repartáis las secciones que ya desde un inicio cuando concebisteis el programa pensasteis que eran las más adecuadas. Ahora ya la tecnología permite compartir guiones en línea usando por ejemplo el googleDocs. Es buena idea suscribiros mediante un lector de feeds a todos aquellos blogs que traten temáticas afines a la vuestra. Así tendréis material del que hablar y comentar.
- No os quedéis con la wiquipedia como única fuente de información. A pesar de que es una muy buena herramienta inicial, es preferible seguir buscando la información en los links y referencias citados en la propia wiuipedia, y llegar hasta los entes científicamente avalados. Regresar a los libros de texto y enciclopedias de papel no esta de más en este mundo 2.0, si lo que queremos es encontrar información de calidad.
- Asociado a los podcast esta la oportunidad de crear un blog. El podcast per se puede estar subido en servidores como ivoox sin necesidad de tener un blog. Ciertamente eso os va ahorrar trabajo, pero os puede restar difusión. La recomendación seria crear un podcast donde colgar los audios, pero a parte de eso también poner la mayor información y maneras de sindicacion posible. En el blog puede haber los links

a páginas de redes sociales como facebook y twitter, los feeds de sindicación tanto al podcast como al blog, el mail, noticias relacionadas con el tema, encuestas, links a otros blogs, posts publicados por los autores ajenos al propio podcast pero vinculados con la temática, etc. En fin se trata de ser interactivo y usar el blog como difusor del podcast y mucho más.

Y por último hacer comunidad. La comunidad podcasting existe y esta muy activa. Dentro de esta puede existir una relación y vinculación entre todos aquellos podcasts de ciencia para permitir la difusión y el conocimiento de todos los programas que intentan difundir la palabra científica.

Bloque Social



Autor: Francisco Hernández

Podcast: Exordium Podcast

Web: <http://exordium-podcast.blogspot.com/>

Abriendo el camino del podcast

“No esta claro”

Cuando los muchachos de PlaySounds me invitaron a ser parte del proyecto, sinceramente no tenía ni idea en que podía aportar a tal proyecto, demoré por que me llevo muchos días pensar en que podía escribir, cual seria mi aporte.

Pero se me ocurrió hablar de lo siguiente, como veo el fenómeno Podcast desde mi humilde punto de vista, por lo tanto no les voy a contar nada sobre Los Podcast y la divulgación científica, tampoco comentaré sobre, RSS ni la duración ideal de un Podcast... nada de eso por una simple razón, aquí en Uruguay el tema del podcasting aún es algo totalmente desconocido por la gran mayoría, y ese es el tema que estoy tratando de resolver y el que mas me preocupa hoy en día.

Es mas ... Hasta hace muy poco creí que exordium era el único Podcast de Uruguay pero unos días atrás me enteré de la existencia de radiolevelup, Podcast que viene hace 4 años publicando firmemente sus audios en la web. Hay algunos otros que dicen ser podcasters, pero simplemente cuelgan mp3 en

la red o tienen radio en streaming y le llaman Podcast...

Lo que me da a entender que por aquí, el término Podcast aún no esta claro.

“Como di con el Podcast”

Por varios años durante mi adolescencia fui parte de un programa de radio que se emitía por una radio pirata llamada “La Cotorra” Luego pase a otra llamada “El Faro” que era una radio comunitaria, la pase muy bien y aprendí bastante, pero tuve ambición de más, mas alcance en metros le podríamos decir.

Por lo que realicé algunos cursos de producción para televisión y radio y edición en sonido. Intenté con este nuevo conocimiento y mi experiencia entrar al círculo de las radios tradicionales locales, pero lo único que lograba era rebotar en cada puerta. Pero en una de esas puertas en la que reboté me pasaron un par de datos muy interesantes. El primero fue “A la radio se entra con dinero o amiguismo” Y yo no contaba con ninguna de esas dos opciones. El otro dato fue, proba con poner una radio por Internet. Sinceramente en ese momento no me pareció una buena idea.

Buscando “radio por Internet” di con el término “Podcast” en la web de Podcastellano y ahí vi esta nueva opción que si me pareció una buena idea por todas las facilidades que le brindaba a el escucha, a diferencia del streaming, incluso hasta las radios tradicionales.

Leí mucho, me subscribí a muchos foros, hice muchas preguntas y escuche muchos Podcast, pensé un formato simple y después de un tiempo me animé a abrir mi propio Podcast al cual titulé “Exordium-Podcast” por dos motivos.

El primero fue que tenía la idea que gran parte de los lectores de mi blog “Exordium” tendrían una opción mas que la lectura y que también entrarían o se volcarían al Podcast, además pensé que ya tenía el público asegurado; en ese entonces Exordium tenía un promedio de 5000 visitas al mes.

El otro motivo fue bastante simple, exordium significa prólogo en latín, y este era mi prólogo en el mundo del podcasting.

Pero la gente fue bastante reacia a la idea del Podcast, incluso llegando a comentar en el blog, cosas concernientes al Podcast. La mayoría me confesaron abiertamente que no entendían para nada de que se trataba eso, no lo sabían “manejar”.

Finalmente tiempo después algunos escuchas y algunas suscripciones aparecieron, había descargas y había visitas al Podcast, pero mi co- conductor y yo seguíamos sin Feedback, hasta se hizo broma habitual en el Podcast la falta de feedback.

Ni hablar ni pensar por un momento de audio-comentarios... muy difícil para ellos.

“...continuará!”

Mucho trabajo de hice al pulmón para poder promocionar este Podcast en la web, pero seguía logrando captar público extranjero. En cuanto a la “web uruguaya” solo obtenía visitas pasajeras. Seguí de esta forma hasta que me aburrí y hasta me desanimé un poco; luego le di mas prioridad a tareas y objetivos personales dejando de lado el Podcast.

Al día de hoy hace dos meses que no subo Podcast, pero pienso en hacer algo al respecto casi todos los días, estoy al tanto de los éxitos de mis colegas de España y de otras partes del globo que lograron emitir sus Podcast por la radio tradicional, que tienen muchas visitas y descargas y hay veces que tienen que leer solo una parte de la gran cantidad de comentarios que reciben.

En estos días he estado pensando en tomar la bandera del Podcasting y comenzar a dar charlas y cursos para promocionar esta maravillosa actividad, así de alguna manera, exordium-podcast y radiolevelup no seguiremos siendo unas pequeñas, perdidas y desconocidas islas en el mar de la información.

Tal vez no es una historia con un final feliz lo que les estoy contando, ya que este no es el final, es apenas el comienzo, en este momento es una realidad por la que estamos pasando quienes hacemos cosas fuera de lo común en un país que aún no esta preparado para ello. Pero la moraleja es que alguien tiene que hacerlo y en esta oportunidad me siento identificado, por suerte se que cuento con una gran comunidad que no teme en compartir la información

y que se apoyan mutuamente a pesar de las distancias y las diferencias que pudiesen haber.

Para finalizar simplemente les digo que:...

Si estas leyendo esto porque haces Podcast y sabes de lo que estoy hablando.

Si estas leyendo esto porque eres un asiduo escucha de Podcast y ahora tienes una noción de lo que ocurre detrás del micrófono.

Si tienes intenciones de poner en marcha un Podcast, sabes de lo que estoy hablando, ahora tienes una noción de lo que ocurre detrás del micrófono y además sabes que no estas tan solo y que tienes una gran comunidad que te apoya.

Muchas gracias por este espacio!

Atte: Frank de [Exordium Podcast](#)



Autor: Antonio Maldonado
Profesión: Actor de doblaje y locutor de radio
Podcast: Sombra Deambulante
Web: <http://antoniomaldonado.es>

Quando conocí el podcasting

Comenzando en la radio

Todo comenzó a finales de la grandiosa generación de los 80, cuando con apenas siete años, lógicamente en casa de mis padres, ya realizaba mis grabaciones a modo de programa -sobre todo musical- con un radiocassette.

Por casualidades o causalidades de la vida, transcurridos unos cuantos años encontré un taller de radio que realizaba el área de juventud del ayuntamiento de mi pueblo. Desde ahí, pasé a la emisora local, después transcurrió poco más de un año cuando tuve la suerte pasar por Los 40 Principales y, al poco, comenzar en la Cadena SER. Ahí pasé la mayoría de los años en los que estuve haciendo radio y de todo tipo, desde espacios musicales hasta deportes pasando por cuñas, controles de sonido, exteriores e incluso alguna retransmisión de semana santa.

Hace años, cambié tierras andaluzas por Madrid (bendito cambio) para estudiar interpretación y doblaje.

Aquel cambio se debió, sencilla y exclusivamente, por querer seguir creciendo personal y profesionalmente. Cuando crees en ti y en tus posibilidades, siempre hay que mirar adelante.

Obviamente, había que dejar también la radio pero esto ocurrió de forma paulatina ya que durante algo más de una temporada cruzaba media España todos los fines de semana para no faltar al Carrusel Deportivo y en vacaciones, en algunos especiales de la emisora.

Sin duda alguna, el periodismo deportivo es el que más satisfacciones me ha reportado en cuanto al trabajo de la radio se refiere. Y es que para recibir aquellas “palizas” de bus casi gratuitas a base de viajes semanales se llevaban lo mejor posible ya que se podría decir que no es trabajo cuando tienes una gran afición por ello. Y esa palabra, afición, la veréis resaltada a lo largo de este artículo.

La aspiración (entiéndase como pretensión o intento de conseguir algo que se desea) es lo que nos anima a ser mejores en muchos aspectos de la vida. Y eso es lo que siempre me ha motivado para moverme por diferentes sitios, diferentes facetas, no cerrar ningún campo profesional y aprender de todo y todos. En este tipo de trabajos, obviamente, entra un gran componente que es la vocación y la afición y esto es algo que siempre le he escuchado a mi querido profesor de doblaje (y sin embargo amigo) Salvador Arias. Siempre podrás realizar correctamente tu trabajo pero si quieres llegar a más necesitas un ‘plus’ y eso te lo da sola y exclusivamente la afición que tienes por lo que haces.

Y es por esto que, pensando alguna forma de “matar el gusanillo”, puesto que la radio siempre me ha fascinado, anduve indagando sobre cómo llegar a tal fin. Mi búsqueda acabó felizmente desembocando en algo llamado ‘podcasting’.

Qué bien suena eso de podcast

Esta palabra tan sonora me resultaba algo familiar puesto que ya tenía conocimiento de los podcasts pero en el contexto de las emisoras nacionales cuyos programas son subidos a la red una vez emitidos. Esto significa que desconocía por completo el gran hacer de la verdadera comunidad del podcasting. Aquellos que, con una mezcla entre la pasión por la radio y diferentes inquietudes

tudes, tenían que contar -de forma irremediable- todos esos temas que llevaban dentro y compartirlos. En definitiva: comunicar.

Creo no equivocarme si afirmo que, al principio, lo que me enganchó fue lo mismo que a la mayoría: la radio de verdad. Y con esto no quiero referirme a la calidad, a la mejor o peor manera de hacer radio o, en este caso, de hacer un podcast sino a la radio que siempre gustó y fascinó a nuestros padres y a muchos de nosotros cuando la radio todavía era radio.

Desde entonces, comencé a escuchar algunos de estos podcast y poco a poco fui conociendo el encanto de este nuevo medio 2.0 y también animándome a crear uno, aunque apenas dispusiera de tiempo para ello. Pero nada supone un trabajo cuando la afición va por delante, de hecho, no tardé mucho en ponerme manos a la obra y darle forma a lo que luego sería mi podcast ‘Sombra Deambulante’.

Y esto acaba resultando como todo en la vida: hasta que no te pones, no te enteras bien de cómo va todo o, en algunos casos, de nada. Y comento esto porque no sólo consiste en grabar un podcast sino que se trata, también, de ponerse las pilas en muchos aspectos de las nuevas tecnologías. En mi caso, no tuve problemas en cuanto a la realización del podcast pero sí tuve que estar horas y horas frente a la pantalla de mi portátil leyendo e intentando comprender y aprender sobre cómo alojarlo en los diferentes sitios, enlazarlo y darlo a conocer -al menos- un poquito. Y si al comienzo la palabra ‘podcast’ apenas se hace familiar, otros términos y palabras como podcaster, feeds, rss, Ivoox, etc. pronto pasan a formar parte de tu vocabulario más habitual, sobre todo si quieres enterarte de todo esto en el menor tiempo posible, claro.

Todo no termina ahí, no. Con la grabación y alojamiento del podcast viene el blog y, si no tienes mucha idea, hay que ponerse con ello también. Obviamente, esto no es obligatorio pero sí que es muy recomendable como medio de apoyo para el podcast en cuestión.

Antes del podcast, tuve un blog el cual tenía abandonado, tanto, que todo lo que tenía escrito lo borré en su momento pero por algún motivo seguía manteniendo registrado el nombre, supongo que siempre pensé que tarde o temprano volvería a escribir en él. Pues bien, por suerte, ya tenía algo menos de lo que preocuparme, excepto cambiar la configuración del blog, sobre todo,

la plantilla y enlaces del podcast.

De entrada, el nombre ya lo tenía, puesto que el nombre del blog se identificaba a la perfección con la idea del podcast que quería hacer. Ello era, tratar diferentes temas a modo de pequeñas noticias interesantes, amenas y cuidando mucho la duración del podcast para que el resultado fuera un producto atractivo y sobre todo, que no fuera pesado para el oyente.

Dichas secciones no sólo tenían que ser aquellas que me parecieran interesantes sino que también tenían que coincidir con mis gustos para así sentirme más identificado e implicado con el podcast. Además, si no haces algo que te guste, máxime aún cuando es por afición, mejor no lo hagas.

Ahora ya sólo quedaba lo más divertido: Comenzar a grabar.

Lo mejor que tiene el grabar un podcast es la tremenda posibilidad de comunicar lo que quieras, cuando quieras, como quieras y sobre lo que quieras. Y si esto tiene un gran valor para cualquier podcaster, creo que mucho más para los que procedemos de la radio ya que -al menos en mi caso particular- puedo decir que el podcasting me otorga la opción de crear el programa (o programas) que siempre he querido pero que, por motivos laborales, no he podido realizar.

En mi opinión, lo importante a la hora de comenzar un podcast es darle más importancia al contenido y a cómo se hace. Es decir, la forma de tratar dicho contenido y de la labor que el podcaster desempeña a como hilo conductor del podcast, en definitiva, como un locutor de toda la vida.

Creo que se comete un gran error si de inicio se centra la atención en tener unos buenos medios técnicos antes que en la calidad del podcast. Y no nos engañemos, el tener unos buenos medios va a mejorar no sólo la labor del podcaster sino el resultado final notablemente pero si se centra toda la atención en eso, al comienzo, puede llegar a desanimar hasta tal punto en el que se desestime la idea de crear un podcast. Hay que pensar que eso se podrá mejorar poco a poco y que nuestra atención debe estar al principio -insisto- en realizar el podcast que realmente queremos y llevarlo a cabo porque cuando se comienzan a escuchar los resultados seguramente os animéis aún más.

Otro atractivo que poseen los podcasts reside en sus locutores (podcasters) ya que se pueden encontrar diferentes acentos y maneras de conducir sus programas, en definitiva, lo que da tanta identidad y personalidad a cada uno de los podcasts que actualmente se pueden escuchar.

El brillante futuro del podcasting en España

Es innegable que en los últimos años, a la mayoría de los medios de comunicación, no les ha ido nada mal en cuanto a ingresos publicitarios. Y esta puede que sea una de las razones por las que cada vez la radio se ha ido convirtiendo más en un recital de cuñas, quitándole no sólo el protagonismo al oyente sino que, en muchos casos, se le da la espalda por completo. Está claro que sin publicidad no sobrevive una emisora, pero con demasiada y saturando una programación con ella, provoca que hoy día haya un desinterés bastante grande por este medio. Valga como ejemplo la radiofórmula. Hace años existían muchos turnos de música para los locutores o locutoras que trabajaran en cualquier emisora musical mientras que en la actualidad, y gracias a las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías, permitiendo que se emita mucha más música y publicidad sin necesidad de tener a una persona trabajando en ello.

Lo mismo pasa con la radio convencional. Si estas trabajan a nivel nacional y, al igual que muchas musicales, poseen emisoras repartidas por toda la geografía española para, de este modo, tratar en ciertas horas (muy pocas y cada vez menos) una paupérrima programación local para así, incluir publicidad -obviamente- local, esa radio en concreto carecerá de interés para el oyente. Eso, simplemente será “radiocuña”.

En definitiva, la mayoría de las programaciones radiofónicas se ven simplificadas finalmente en unos pocos programas destacables a nivel nacional como son algunos especializados en cierta temática, información de actualidad y deportiva. Y a nivel local, dicho sea de paso, algunas programaciones están más trabajadas contando con menos presupuesto que otras muchas que sí lo tienen y, sin embargo, sólo están en esos medios para ver la vida pasar.

Es posible que entre estos factores citados anteriormente también tenga algo que ver la casi inexistente oferta radiofónica. Y esto resulta bastante paradójico si tenemos en cuenta que en los últimos años ha crecido el número medios de comunicación.

En esta última década, las nuevas tecnologías han tenido un papel determinante en detrimento de los profesionales de la radio pero, por otro lado, están realizando un importante papel favoreciendo las comunicaciones de todo tipo.

Actualmente, en internet, podemos acceder a un gran número de canales de televisión o periódicos digitales de ámbito nacional, local o comarcal y ahora, por qué no, a una nueva alternativa en el ámbito de la radio.

A falta de que por fin en España sea mucho más conocido lo que es un podcast, el pequeño éxito del que se goza a día de hoy, es por la gran variedad de temáticas, voces y matices que cada podcaster posee y sobre todo por esa cercanía al oyente . Todo podcaster intenta aportar algo en más o menos tiempo, con más o menos frecuencia pero, en definitiva, intenta comunicar.

Es por todo esto que el podcasting se postula, a pesar de su juventud, como un serio candidato a abanderar lo que será la radio del futuro.



Autor: Iván Alexis Abad
Profesión: Informático
Podcast: treki23
Web: www.treki23.com

De la nada a Podcaster

Corría una noche de verano, el viento golpeaba la ventana en medio de la tormenta veraniega.... bueno vale, ni era verano, ni hacia viento ni nada de nada, pero de alguna manera tenía que empezar a contar como pase de la nada...a podcaster... y de paso dar alguna opinión por el camino...

En realidad todo empezó ha finales de 2007, en Madrid, mi por aquel momento novia (ahora mi feliz mujer, malpensados :P) quería tener un MP3 con pantalla grande (palabras textuales tuyas, lo juro), y yo como buen noviete me propuse regalarla uno por Navidad. Dude mucho entre entrar por el aro de la malvada y cerrada Apple, de la que conocía los iPod a través de un compañero de trabajo, y que si bien tenía cosas que me encantaban, había cosas que me parecían absurdas tales como no poder recuperar las fotos o las canciones y pasarlas al ordenador. Por otro lado estaban los de toda la vida que no eran demasiado atractivos, y por otro podría esperar la rumoreada llegada del Zune de Microsoft.

Por fortuna me la jugué finalmente con la manzana y opte por un ipod Nano de 3ª generación de Apple (uno cuadradito que a mí siempre me ha parecido

el que mejor diseño a tenido hasta la fecha, pero que a la mayoría no y en la siguiente generación lo cambiaron) y digo por fortuna porque el Zune, estando en casi el 2011, es decir más de 3 años después sigue sin salir en Europa (y sin vistas a que eso cambie) y además gracias a ese pequeño Nano, aunque de forma indirecta descubrí algo que no había mas que escuchado y leído algo por encima: Los podcast

Lo cierto es que no es que cogiera prestado el Nano a mi chica, bueno, alguna vez sí pero no me refiero a eso, sino que gracias al Nano me vi obligado a instalar iTunes (el software de sincronización que usa Apple con sus cacharritos musicales) en mi por aquel momento PC, y tras usarlo un poco comprendí que había realizado la mejor elección que podría, ya que esas limitaciones absurdas que creía al principio no eran tales, sino tan solo una filosofía de trabajo diferente a lo que estaba acostumbrado, una filosofía muy buena en general pero que tenia esos pequeños inconvenientes, nada grave por otro lado.

El caso es que con iTunes plenamente configurado y toda mi librería musical añadida vi que en medio de todo había una opción llamada Podcast, así que me metí y pronto descubrí muchísimos podcast muy interesantes sobre Apple y tecnología, digo estas dos porque eran mis temáticas buscadas pero había y hay de cualquier temática que podáis imaginar. Después han aparecido otros muchos sitios donde escuchar Podcast que seguro que habéis escuchado o leído (¿Os suena Ivoxx?) pero en mi caso, y en el de mucha gente, el primero fue iTunes.

Desconozco querido lector, si cuando estés leyendo esto aun seguirán activos, pero a principios del año 2008 (y siguen activos a finales de 2010) tiraban mucho “PuroMac”, “Emilcar”, o poco después “Macniacos” entre otros, en cualquier caso si podéis, aunque no estén activos, una de las ventajas de los podcast es que los puedes bajar y escuchar en cualquier momento así que deja de leer, vete a tu gestor de podcast y bájatelos ;)

Como he dicho antes los podcast fueron todo un descubrimiento, seguramente habréis leído unas cuantas definiciones y comentarios sobre ellos (para eso estáis leyendo un libro sobre podcast,¿no?), pero no quiero dejar de pasar la oportunidad de daros mi particular punto de vista: Para mí un podcast son audios amateur que puedes descargar de un feed y escuchar . Evidentemente es mi visión particular, no significa que si son mas “pro” no sean podcast, de

hecho siguen siéndolo, pero me refiero a mi visión de podcast “puro”. El resto como digo son igual de podcast y se puede disfrutar tanto o más que los amateur escuchándolo, simplemente para mi gusto pierde un poco la magia y el cariño que a mi me procesa del podcasting.

Bueno, tras este inciso continuo mi historia, completamente basada en hechos reales. Como iba diciendo, y gracias a escuchar esos magníficos podcast (¿os he dicho ya que los escuchéis?) me empezó a picar el gusanillo del mundo Mac y de los iPhone, el primero por lo que escuchaba de ellos y el segundo porque como mi chica se llevaba el iPod, yo tenía que escuchar los podcast en el PC y no era lo mas cómodo así que necesitaba un chisme para escucharlos, y con lo bien que hablaban del telefonito de la manzana tenía claro cuál sería mi dispositivo para escuchar podcast (aunque esa es otra historia que no viene a cuento).

¿Sabéis que tienen los podcast que no te da la radio? la cercanía. Tu escuchas un programa de radio y escuchas a un señor que ni conoces ni seguramente nunca conocerás que te cuenta algo, ese algo puede ser mas o menos interesante pero nunca te entran ganas de ir a verle al estudio y darle tu opinión, salvo que te toque mucho la fibra claro.

Por contra cuando escuchas un podcast sueles tener ganas de replica, y lo mejor de todo..se la puedes dar, ya sea en los comentarios del propio podcast o directamente por twitter ya que muchísimos podcaster tienen Twitter (bueno, eso hoy, en el 2008 Twitter estaba empezando casi en España, he dicho casi).

Esta cercanía hizo que al poco retomara una idea que llevaba rondándome un tiempo la cabeza, crear un blog (Treki23.com), un blog personal sin mayores pretensiones que decir lo que quisiera gritar al mundo en un momento dado, aunque si hay algo que tenía claro es que seguramente el 90% de las entradas serian sobre tecnología. Tenía por aquel entonces la vaga esperanza de poner al menos un post semanal, aunque con la emoción del principio lograba uno al día, pero tranquilos que me duro poco la euforia, más que nada por la falta de tiempo, con lo que autoconvencí que 1 semanal seria más que suficiente. ¿Qué por qué un blog y no un podcast?¿que para que os cuento lo delo blog si esto va de podcast? sencillo, por un lado no me veía con medios técnicos para un podcast y por otro, era tímido (o :), pero tiempo al tiempo lector impaciente...

El caso es que poco tiempo después, en Mayo ,me hice con un Mac y eso de nuevo cambio todo,. No tenia aun el iphone (ya se que he dicho que estoy era otra historia, pero es para ponerte en el contexto temporal. Que me haces explicártelo todo), pero con el Mac vi lo sencillo que podría llegar a ser hacer un podcast, así que tras unas investigaciones hacia septiembre empecé otra etapa, la del podcast, y es que como he dicho antes era algo que siempre me había picado desde que empecé a escucharlos. Al igual que el blog la idea era y es un podcast sin pretensiones, pensado para comentar mi opinión sobre la tecnología en general y Apple en particular, a ser posible con algún invitado para hacerlo más ameno, ya que mi dulce y tupida voz podía llegar a aburrir

En ningún momento me planteo temas de audiencias ni nada similar, tan solo lanzarlo y con que un número mínimo de personas lo escucharan ya era feliz y era motivo suficiente para seguir haciéndolo, de hecho sigue siéndolo. De todas formas no negare que a nadie le amarga un dulce, y a pesar de que siempre he mantenido y mantengo que en mi caso lo de menos son el número de oyentes, con el tiempo el numero ha ido subiendo superando todas mis expectativas lo me hace sumamente feliz y no puedo más que agradecer a todos y cada uno de los que haya escuchado el podcast el haberlo hecho.

Y es que ese es el primer consejo que puedo dar como podcast: Haz un podcast de lo que te gusta por y para ti únicamente, cuenta lo que te gustaría que te contaran, olvídate de si tienes 1 o 10000 oyentes, hacerlo es igual de divertido y la verdad, la sensación que tienes cuando tienes 10 oyentes es mucho mayor que cuando tienes 1000. Ojo no me refiero a que 10 sea mejor que 1000, si no al subidón que te da cuando ves que hay 10 tíos que no conoces de nada y les interesa lo que dices (o al menos les interesa lo bastante como para descargar-te), luego son 15...20...30... y así hasta la cifra que sea, pero como ese primer impacto no hay nada. Además no hay que olvidar que se hace por amor al arte no por dinero, luego si no lo grabáis por y para vosotros lo mas probable es que dure poco “online” ya que os cansareis en seguida.

Un inciso, importante, he dicho que estoy muy agradecido a mis oyentes y lo reitero, y creo que es algo que nunca se debe olvidar, tu haces un podcast y ellos lo escuchan, es algo reciproco, y por tanto tienes que estar muy agradecido por ello tanto o mas como ellos de que tu lances el podcast.

Tras el inciso continuo, que tampoco penséis que esto es llegar y besar el

santo, cuando empecé las redes sociales no estaban tan extendidas como ahora, donde si tienes 300 seguidores en Twitter, pues dices que tienes un podcast y unos cuantos te descargan directamente. En aquel momento costaba un pelín mas hacerse con audiencia (de hecho pasaron meses hasta alcanzar 100 oyentes) pero como he dicho, eso es lo de menos, lo de mas es un contenido atractivo, la continuidad (ya sea semanal, mensual o quincenal) pero una continuidad minima, y sobre todo una calidad técnica minima, algo que no siempre es fácil de conseguir,.. bueno miento, eso es lo importante para el oyente, para ti lo importante es que disfrutes haciéndolo.

En mi caso disfruto y mucho, y por ello creo que seguiré grabando por mucho tiempo, aunque el tiempo me sea escaso pero seguiré grabando por muchos inconvenientes que puedan surgir, y es que recuerdo que los primeros podcast los hice con el micrófono del iMac, el sonido fue horrible, no ya solo por el micro, sino que tenía el PC al lado y hacia mucho ruido y no había activado la opción de eliminar ruido (cagaditas del pre-podcaster novato). El resultado os lo podéis imaginar, un autentico desastre auditivo. Por ello no tarde en comprarme un micro decente, un Logitech, marca que os recomiendo ya que además no tiene un bug con los Mac por el que al rato de hablar se distorsiona el sonido, cosa que ocurre con otras muchas marcas (al menos en los tiempos actuales).

A partir de ahí en el apartado técnico podéis subir todo lo que queráis en equipo, yo me he quedado en un micro decente, pero tenéis para comprar desde micros de ambiente (para grabar varios en la misma sala) hasta complicadas mesas de mezclas. Os recomiendo que vayáis poco a poco pero que nunca perdáis el espíritu amateur inicial.

Continuo que divago en seguirá, y es que en esos primeros podcast además de lidiar con el problema del audio también me encontré con la ardua tarea de montaje, y es que ahí puedes desde dejar el archivo de audio original tal cual, hasta tirarte 4 horas para editar un podcast de 30 min. Te adelanto ya que inicialmente era de los últimos, ponía filtros para eliminar el ruido de fondo (sin mucho éxito además), cortar las zonas de pausas habladas ya que a veces uno se queda en blanco, añadir capítulos, añadir música de fondo, etc... muchísimo trabajo que hacía inviable el podcast cuando había falta de tiempo. Por ello poco a poco perfecciono la técnica, los silencios no eran tan terribles y no los eliminaba (también porque había menos que inicialmente), y la música de fon-

do se reutiliza de un podcast al siguiente, lo que permite que el tiempo de edición sea más o menos el mismo que la duración del podcast o incluso menos.

Mi consejo, por si os sirve de algo a pesar de no ser nadie especialmente relevante en el mundo del podcasting: priorizar en contenido y calidad del audio, y dejar el resto para “si se puede”, y dentro del “si se puede” lo primero que yo haría (de hecho siempre hago) es dividir el podcast en capítulos., aunque desgraciadamente no todos los reproductores son compatibles con la división en capítulos así que yo aconsejo hacer 2 archivos y que cada uno descargue el que prefiera, así no perjudicareis a ninguno de vuestros oyentes.

Lo que si que no hago nunca y es un error malo malísimo es no mencionar que el podcast es Creative Commons, eso os aconsejo desde ya que es muy importante decirlo ya que así dejas claro que tipo de licencia utilizas.

Me vas a disculpar si últimamente estoy aprovechando para “dar” consejos u opiniones, de hecho voy a continuar desde aquí hasta el final de este texto haciéndolo ya que si estás leyendo este libro es porque os interesa mucho el tema de podcast y seguramente en algún momento hayas pensado en hacer uno (si es que no lo estás haciendo ya)

Antes he dicho que se debe fijar una periodicidad, y es cierto, aunque sea a veces complicado de cumplir los oyentes tienen derecho a saber más o menos cuando sacareis un nuevo programa, eso no implica que tenga que ser TODOS los miércoles por ejemplo, aunque es lo ideal no siempre es posible cumplir y es algo que ambas partes deben tener en cuenta, pero si al menos que sepan que cada semana más o menos tendrán un nuevo programa. No olvidéis que un podcast se escucha cuando quiere el oyente por lo que no es requisito que esté disponible ni un día ni hora en concreto. En cualquier caso particularmente creo que nunca debe haber mas de 1 capítulo por semana, salvo excepciones puntuales y no menos de 1 al mes. Las excepciones vienen definidas por la duración del podcast, como comentare a continuación.

En el año 2009 creo, Emilcar (gran podcaster del que he hablado mas arriba) comento en las jornadas de podcasting de ese año un consejo sobre la duración, dicho consejo era que la duración de un podcast debía ser de entre 40 minutos y 1 hora máxima. Rápidamente dicha afirmación se conoció entre la podcasfera como “Ley Emilcar”. ¿Es realmente una ley y estoy de acuerdo con

ella? No del todo, y es que si es cierto que 40 min es ideal si graba el podcast una única persona, no lo es para el resto de casos, con invitados o colaboradores.

Yo creo que hay que afinar mucho más con este asunto y no basta con algo tan genérico, creo firmemente que se pueden añadir 15 min mas de duración por cada persona que participe siempre que no se superen las 2 horas máximas semanales. ¿Por qué digo 2 horas máximo semanales? Porque si tu podcast dura más creo que es mejor hazlo quincenal o mensual, en caso contrario puedes saturar a tus oyentes y que no tengan tiempo físico para escucharte. ¿Y qué pasa si un oyente se encuentra con 3 capítulos acumulados de 4 horas cada uno? Pues que o le gusta MUCHO pero que MUCHO tu trabajo, o pasa de escucharlos y lo mismo deja de escuchar tu podcast.

De todas formas no os agobiéis, todo consejo es solo eso, un consejo y no tenéis porque seguirlo, hay una cosa que siempre he considerado desde que hago podcast, para mi es una Ley cero del podcasting, y de hecho desconocía que Rafa Osuna (seguro que os suena) la hubiera mencionado ya en muchas ocasiones, en sus palabra “El podcast es mío y me lo follo cuando quiero” en las mías “Haz con tu podcast lo que te salga de las narices, que para eso es tuyo”

Para finalizar quisiera dejaros algunos puntos clave de las cosas que he podido decir, y de paso añadir alguna más que ya anticipo que no siempre cumplo:

- Todo es empezar, animaros es divertido
- Elige una temática que te guste,
- Haz el podcast por y para ti
- Usa un micrófono decente
- Prioriza temática y calidad de la voz sobre resto
- No pienses en audiencias
- Usa música Creative Common, no comercial. Así ayudarás a autores poco conocidos o desconocidos y evitaras problemas con la mafia (algunos las conocen como Sociedades que dicen proteger a los autores)
- Haz cada podcast como si fuera el primero o el ultimo: Se que es muy difícil pero para algún oyente será así, ese capitulo del podcast puede ser el primero tuyo que escuche o el ultimo.

- Haz un podcast de una duración adecuada al numero de participantes
- Define una periodicidad acorde a la duración del podcast y a tu tiempo libre
- Haz con tu podcast lo que te salga de las narices, que para eso es tuyo

Casi lo olvido, que voy a aprovechar para hacer un poco de publicidad antes de despedirme (spam spam spam), mi podcast es “El Podcast de Treki23” por si quieres escucharlo, que lo mismo en el 2130 (quien sabe cuando estás leyendo esto) no sigue activo, pero seguro que si buceas por internet encuentras los audios antiguos.



Autor: Fran Blanco
Profesión: Estudiante de Ingeniería Informática
Podcast: PlaySounds
Web: www.PlaySounds.es

De oyente a podcaster musical

¿Hacemos un trato?, Me contestas a una pregunta, si la respuesta es “Sí, es cierto, lo admito”, te cuento la evolución de un oyente de radio de noticias y musical, hasta ser un podcaster con cierto gusto por la música y como hace para que te tire cada vez un poquito más, pero si por el contrario tu respuesta es negativa, te invito a una caña y me cuentas las razones de tu respuesta, ¿tentador, verdad?, ahí va mi pregunta: ¿Has escuchado alguna vez la radio un minuto y no has parado de escucharla porque está la canción que te gusta o están tratando el tema que te interesa desde hace tanto?

Vale es cierto, la pregunta tenía trampa, el 99% habréis contestado que sí, el 1% restante, te vuelvo a reconsiderar la pregunta, ¿Cómo has llegado hasta aquí?

Si hay algo que me ha dado la radio, es aprendizaje, diversión, es decir, una forma de evadirte del mundo durante un ratillo y desarrollar la imaginación. La inexistencia de imágenes, hace que la voz o un sonido transmitan muchos detalles, aunque sean insignificantes, como por ejemplo, el estado de ánimo del locutor al mando de la radiofórmula o el fallo técnico de turno de una tertulia,

que produce que puedas oír declaraciones que no quieren que sean escuchadas por los oyentes.

No te sabría decir exactamente en que fecha empecé a ser un oyente activo, con esto me refiero a la participación en programas como por ejemplo, algún concurso o dando mi opinión de algún tema en alguna tertulia, siendo yo púber, siempre tienes gusto por hacer “cosas prohibidas” y con 13 o 14 años descubres un nuevo mundo, los programas de madrugada. Si crees que te diré que empecé con programas de ciencia y misterio como “La Rosa de los Vientos de Juan Antonio Cebrian” o “Milenio 3 “, estás totalmente equivocado, lo que mas me llamó la atención son programas sobre jóvenes, en los que se trataban temas de sexo, como “En tu casa, o en la mía” de 40 Principales, por su temática totalmente distinta a lo que podría escuchar con mis padres en un viaje o cuando voy a una tienda de ropa. Estos programas, solo tienen dos tipos de oyentes, los que directamente critican el programa, pero son tan hipócritas que acaban escuchándolo (véase algún caso muy cercano a mi), aunque sea por criticarlo en el trabajo o con el vecindario y por otro lado los curiosos, que quieren descubrir nuevos formatos en el dial o en este caso del sexo. Yo siempre he sido del pensamiento de estos últimos, los programas diferentes en la radio, tienen unos oyentes mas fieles que los programas normales, a lo que me podrías decir rápidamente, pues las mañanas de cualquier emisora generalista tiene millones de oyentes y en cada encuesta siguen estando ahí, pues si, es cierto, pero no es eso lo que estamos valorando ahora mismo, los oyentes de madrugada son especiales, se dejan guiar por sonidos, por historias impactantes (¡NO!, “*la Esteban*” no es impactante), es algo que los distingue al resto.

Y ahí estoy yo, ese receptor de sonidos y emociones encadenadas (véase también oyente), que empieza a unir ideas hasta llegar a plantearse la viabilidad de un programa de radio, en el que fuese yo quien llevase las riendas. Siempre he pensado que no tendría mucha madera para ser locutor de programas de debates, por lo que fui descubriendo otro medio, la radio musical. Llegado a este punto me hice la siguiente pregunta, ¿Qué tal si hago un programa en el que primen una voz cercana al oyente y abierto al público, amenizado con música?

Se dice que “un programa son sus oyentes”, siendo esto así, ¿por qué no le sacas una sonrisa, le haces mover el pie con el ritmo de la canción que pongas

y lo emocionas con la canción que le hayas dedicado?, con muy poco harás feliz a esa persona. ¡Piénsalo!, para un locutor no es más que dos cuñas y una canción que va asociada a una presentación, pero para el oyente, es una amistad, un amor, un momento especial... y en mi opinión, eso me llena más que un programa donde se pasen horas y horas hablando.

Los orígenes

Durante tres años estuve realizando programas musicales tanto para emisoras de radio por streaming, asociadas a un canal de IRC-Hispano, o por mi cuenta, con mi propia conexión a Internet y unos cuantos amigos escuchándome, mientras comentábamos la jugada por MSN, más tarde y gracias tanto a Juanma Ortega (Ex presentador del morning show de 40Principales), de quien conocí el formato podcast, como a Javi Pérez (Secretario de la Asociación Podcast, organizador de todo este cotarro, compañero de podcast y lo más importante, amigo), que me brindó la oportunidad de montar un podcast, que basamos en el ocio y la tecnología, pero que meses más tarde pensé que era la plataforma perfecta para dar cabida a la música, lo que siempre había hecho.

Os animo a que os vayáis con vuestro reproductor portátil a andar por las calles de vuestra ciudad o pueblo, con un poco de música, seguro que durante el trayecto se os ocurren decenas de ideas, una de ellas es la que le dio el toque a mi programa musical, no valía poner las mismas canciones que una radio musical al uso, ese formato es utilizado 24 horas al día por las grandes emisoras musicales de la FM, que por cierto, días más tarde, serán “tus compañeros de viaje” en el directorio de iTunes o iVoox y tendrás que luchar codo con codo con ellos.

Así que como PlaySounds estaba licenciado con Creative Commons, ¿por qué no seguimos la ruta marcada y buscamos música libre para el oyente o al creador de podcasts, con el fin de dar a conocer nuevos grupos?

Así nació Fórmula PlaySounds, un programa musical que en sus principios tenía 30 minutos de duración, pero que ha ido evolucionando, en duración, contenido, formas de contacto con el oyente y maneras de distribución (con la grabación mensual y en directo en Radio Podcastellano), pero que no ha cambiado un ápice su esencia, hacer radiofórmula con música libre en el mundo del podcasting, conceptos que quizás puedas pensar que sean opuestos, pero que se complementan muy bien.

¿Por qué podcast?

Basándome en la actualidad, me hubiese encantado haber descubierto el formato podcast antes, ya que tiene ventajas tanto para el oyente, como para ti que haces o quieres hacer un programa:

Para el oyente, el poder escucharlo en cualquier momento y lugar. Sabemos que en este mundo, donde estamos tan liados, cuando una cosa no funciona, acaba muriendo, tener un reproductor portátil o “la radio” de tu coche es un buen momento para escuchar los programas que te gustan, ya que son en esos trayectos cuando se necesita música que haga mas ameno el camino y evadirse un ratillo del mundo que nos rodea.

Para el creador del programa, el podcast te vale como copia de seguridad de ese programa, si quieres saber que lista de reproducción utilizaste y no repetir para el próximo, incluso te sirve para limar pequeños detalles del podcast. En mi caso, estuve durante una temporada sin emitir nada, porque todo se me hacia muy monótono, empezaba la emisión y siempre era lo mismo, en el caso en el que lo grabas, te escuchas y te criticas, estas haciendo un ejercicio de mejora de tu programa y del contenido, y te da ánimo para seguir sacando capítulos, que como experiencia personal, más tarde o más temprano tendrás recompensa, con esto no digo que sea económica, porque ya sabemos como está el tema, pero el correo de un oyente agradecido llena sobremanera, os lo aseguro.

El contenido

Ya tenemos los cimientos del programa y siguiendo con el símil, buscamos levantar el edificio de tu podcast musical, para ello creo que la materia prima más importante, es la música, todos sabemos los líos que existen con el tema de las licencias cerradas, así que me centraré en la música con licencias Creative Commons.

Es cierto, si eres nuevo en esto de la música libre, si te da por entrar en algunas de las paginas con música de este tipo, como Jamendo, pensarás a primeras... “Yo de aquí no saco un programa musical ni de coña”, y es verdad, eso ocurrirá los primeros días, pero el tiempo te quitará la razón y descubrirás que detrás de ese grupo con nombre desconocido, encontrarás melodías y letras que tienen mucho que aportar, y que quizás, sean mucho

más accesibles que los artistas mas comerciales (a ver si eres capaz de pedirle una entrevista a Shakira, cuando estás comenzando en esto...), es más, si no tienes problemas con los idiomas como el Inglés o Francés, la mayor parte de los grupos que hacen música libre, lo hacen o proceden de países con estas lenguas, con lo que podrás conseguir ese caché para tu programa. La idea es esta, tú traes un artista internacional al podcast, y a él le valdrá para darse a conocer por un país con lengua distinta a la suya. Ya sólo piénsalo como oyente... ¿A que mola que te traigan grupos de otros países para conocer su música, o simplemente, porque hayan tocado en un festival internacional al que siempre quisiste ir?

Otras de las formas que hacen más ameno tu programa, es incluir cuñas, indicativos o separadores que sean grabadas por amigos, familiares u oyentes en los que indiquen el lema de tu programa o cualquier otra cosa, que haga que no seas tú la única persona que habla. Recursos como la participación, mediante correo electrónico o redes sociales, será una forma óptima de mantener un contacto bidireccional, y que el oyente tenga una mejor opinión del programa.

Hay mucho escrito en el mundo radiofónico sobre la música, ¿Por qué no lo haces tú en la podcastfera, como podcaster u oyente?

Seguro que ganamos tod@s :D



Autor: Laura Romero
Profesión: Locutora, realizadora y guionista
Podcast: El Primer Sentido
Web: www.radioimaginamos.org

El podcast y la responsabilidad de la creatividad

Hace unos meses contactó conmigo Javi Pérez, el secretario de la Asociación Podcast, quien tuvo la amabilidad de informarme sobre el proyecto de este libro colaborativo: “Vamos a publicar un libro que reúna las historias de los podcasters de este país”, me dijo. ¡Estupendo, una propuesta que va conmigo! No podía negarme a participar ¡tengo cosas que contar!

Comenzaré con una pregunta que seguramente nos hemos hecho todos, ¿qué es el podcasting? ¿es un nuevo medio de comunicación? Por mi parte creo que es prudente precisar que el medio en sí es Internet y el podcasting una forma de comunicación a través de la red (como el blog). Pero dejemos las definiciones y las polémicas a un lado para centrarnos en lo importante de esta cuestión: nos encontramos ante un nuevo proceso comunicacional y en consecuencia, debemos pensar sobre él: ¿cómo debemos utilizarlo? ¿somos responsables de su futuro, su eficiencia y su calidad? ¿cumple con la misión de entretener, informar y educar? El presente artículo plantea una reflexión en torno al tratamiento que debemos hacer del podcasting como forma o medio de comunicación y a su vez propone una clave para su éxito: la responsabilidad de la creatividad.

Mi experiencia con el podcasting comenzó mientras trabajaba voluntariamente en una emisora local. La posibilidad de disponer de mi programa de radio en una web para que se escuchara y descargara libremente era una puerta abierta a la ampliación de la audiencia. Y la puerta se abrió, mi cara era un poema cuando de pronto un día me di cuenta de que mi programa se escuchaba en Venezuela. Así que seguí utilizando el podcasting como un servicio adicional para la difusión de los programas que realizaba en la radio analógica. Sin embargo actualmente esta dinámica la he invertido. Ahora produzco y publico un podcast que posteriormente es emitido como programa de radio en emisoras analógicas y online.

Cada vez son más los profesionales, aficionados y estudiantes, que se adentran en la mágica tarea de hacer radio en Internet gracias a las sencillas posibilidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías. Desde el nacimiento del blog y las emisoras online, la inquietud por comunicar a través de Internet crece a diario hasta el punto de amplificar la voz de cualquier persona que no necesite más que su propia voluntad, una idea y un sencillo equipo técnico. Este nuevo comunicador es el podcaster, un nuevo sujeto en el paisaje mediático, que nada tiene que envidiar a las grandes estrellas de la radio tradicional española. La investigadora y doctora en Ciencias de la Información Emma Rodero señala: “Mientras la sociedad de la información avanza, aparecen nuevos medios y la audiencia modifica sus hábitos, la radio continúa ofreciendo los mismos contenidos ofertados de la misma manera y con las mismas voces- estrella”.

Observemos pues la situación de la radiodifusión española. Estaremos todos de acuerdo en que el medio radiofónico está atravesando desde hace tiempo una crisis creativa. La radio ha sido engullida por el estrés informativo y nos encontramos en el dial con una guerra de magazines y macroespacios apenas distinguibles unos de otros (afortunadamente contamos con algunas valiosas excepciones). El profesor Ángel Faus habla de “la radio que han declarado muerta”, y sentencia que “hay mucha gente que habla por la radio y muy poca que hace radio al hablar”.

La televisión digital se ha establecido definitivamente en nuestro país mientras que no lo hace el DAB (Digital Audio Broadcasting). Es un proyecto que al parecer se ha dormido en un profundo sueño. La falta de regulación y los desacuerdos entre las compañías de comunicaciones móviles ha llevado a un ambiente de pesimismo respecto al futuro del DAB. Por si fuera poco, resulta

caro tener un receptor de radio digital en nuestro hogar. Ya la FM, iniciada en España a finales de los cincuenta, tardó más de 30 años en establecerse, y se trataba de una tecnología de bajo coste. Ante estas expectativas, la radio online ha tomado el relevo y resulta ser la red de redes el lugar donde ampliar la producción radiofónica con rentabilidad. De momento, las emisoras españolas optan por conservar su modelo tradicional e incorporan el podcasting en sus páginas web como un servicio que almacena los programas ya emitidos, pero no se embarcan en la apasionante tarea de crear contenidos únicos para la red, lo cual sería más interesante. El radiofonista y escritor Iván Tenorio, denomina a este tipo de podcast “espejos”.

“Los grandes medios no deberían limitarse únicamente a crear espejos, sino a desarrollar todos sus conocimientos y experiencia en la producción radiofónica a la adaptación y/o creación de nuevos contenidos podcast, pero desde la perspectiva de un nuevo lenguaje radiofónico sumado a las ventajas de las denominadas nuevas tecnologías.”

Los amantes de la radiodifusión (profesionales, aficionados, estudiosos y docentes) debemos defender el uso de las nuevas tecnologías con el fin de transformar la radio y denunciar la carencia de creatividad en un medio, que, precisamente y gracias a la ausencia de la imagen, invita a la imaginación a través de las numerosas posibilidades de su lenguaje. Adoptar esta postura no es nada fácil mientras trabajamos envueltos en la salvaje rutina productiva actual. Pero demos un enfoque optimista a la situación: el podcast como producción realizada para la red y no sólo como herramienta de difusión de contenidos propios de la radio convencional puede complementar y dinamizar el sector.

Internet ha sido la gran revolución de la comunicación. Es el medio que nos da una mayor autonomía. Podemos elegir lo que queremos ver, escuchar o leer cómodamente desde nuestro ordenador personal. Elegimos sin más. Ante la saturación informativa que nos ofrece la radio y la televisión y la oferta homogénea de contenidos, Internet muestra un amplio abanico de contrastes, formas, ideas, y por tanto, de contenidos especializados y de creatividad desbordante. Cuando hablamos de creatividad, hablamos de inventiva, de pensamiento original y de la generación de nuevos conceptos. Las nuevas tecnologías nos brindan la oportunidad de cuidar con sencillez los aspectos formales de un programa o pieza radiofónica (presentación, ambientación sonora, montaje, interpretación) así como los aspectos de contenido (temática, enfoque y guión).

“Es el momento de aprovechar el impulso tecnológico para provocar una renovación del producto radiofónico en su totalidad, desde los temas que abordan los programas y la aparición de nuevos géneros, pasando por un tratamiento formal más elaborado que, junto con un mejor aprovechamiento de los recursos del montaje y una mayor calidad en la presentación nos ofrezca un producto renovado, acorde con las mejoras tecnológicas” .

La especialización es uno de los secretos de éxito del podcasting, los temas a tratar son muy variopintos y concretos, de manera que la oferta es amplia y rica. Resulta ser una contraprogramación del espectro radial. Cuando un podcaster realiza un podcast, lo crea para contar acerca de aquello que es su pasión, e indudablemente, su capacidad de transmisión y su esfuerzo va ser mucho mayor que la del locutor que no disfruta de los deportes pero le toca encargarse de esa sección. En definitiva, estamos hablando de contenidos frescos, muy específicos, realizados por personas que son expertas o apasionadas en la materia, y que se publican con una periodicidad y con una duración más breve para la comodidad del oyente (pensemos que éste debe descargar el archivo, guardarlo en su reproductor y escucharlo mientras, por ejemplo, coge el metro para ir desde casa a su puesto de trabajo).

Y llegados a este punto, apliquemos estos nuevos retos de la radio a la producción de podcast. Tal y como afirma Ángel Faus “hay una sociedad nueva y un lenguaje nuevo en la sociedad que no tiene reflejo en los medios y menos en la radio. Hay nuevos núcleos de interés ausentes de la antena. Hay una nueva cultura; modos y manera nuevas [...]. Es hora de investigar, de preparar, de reprogramar, de reinventar.”

Cualquier persona puede crear un podcast, pero no debemos caer en el error de tomárnoslo a la ligera. Al final, la tecnología resulta ser lo que hacemos con ella. El podcasting forma parte de los medios de comunicación y por tanto, es una responsabilidad. La oferta cada vez es mayor y es inevitable que se establezca una serie de criterios de calidad con respecto a los tratamientos formales y de contenido de un podcast. Así pues, mimemos nuestra producción, seamos exigentes con lo que contamos (y con lo que escuchamos), sorprendamos a nuestra audiencia, hagamos del podcasting un arte, juguemos con el lenguaje sonoro y demostremos su gran capacidad de expresión.

En conclusión, seamos conscientes de que el cyberoyente que escoge nuestro podcast lo hace conscientemente y que estamos comprometidos con él, sin olvidarnos nunca de nuestra responsabilidad de reinención.



Autor: Juan Díaz Sánchez
Profesión: Licenciado en Periodismo
Podcast: Café y noche
Web: <http://cafeynoche.blogspot.com/>

Entre dos mundos

Dos años hace desde que comencé a grabar *Café y noche*, un podcast sobre poesía y comunicación en tiempos 2.0. Hasta ahora, mucho ha llovido en la podcastfera, bastante ha cambiado el panorama comunicativo y demasiado han progresado las tecnologías. Llegados a este punto, me pregunto si el podcasting es un mundo aparte o si podemos archivarlo de algún modo en el panorama de la comunicación de hoy. Frente a esta cuestión, muchas ideas pasan por mi cabeza y más difícil es obtener una respuesta clara.

Explicar qué es el podcasting, poco sentido tiene a estas alturas, pero sí es menester centrarse en la importancia o en el eco que está teniendo el mismo de cara a la galería de la comunicación actual; cada vez es, si cabe, más relevante para la vida de las empresas, pero, bajo mi punto de vista y por la experiencia - no mucha - que tengo al haber llevado los podcasts de dos empresas de peso, creo que aún hay un desconocimiento abismal sobre el funcionamiento que deben tener este tipo de programas. Aunque no todos los empresarios, sí hay muchos que saben que el público está interesado en este tipo de medio en la Red, pero tienden a buscar un formato similar al de las emisoras, cuando se supone que podcast y radio no son un mismo medio.

Cierto es que el sonido es el pilar base de ambos medios, que los efectos, las músicas y los silencios son los que dan color a los dos espacios, pero, al no estar llevados los podcasts en muchos casos por profesionales de la comunicación, sus autores se encaminan hacia formatos desconocidos que nada tienen que envidiar a los radiofónicos.

El debate está servido en la podcastfera: “no cometemos fallos”, “no somos tan endogámicos”, “buscamos nuestro propio camino”, “la podcastfera va a evolucionar mucho el año que viene”, “hay buenos programas en el podcasting hispano”, etc. A pesar de que estas son opiniones muy positivas, diversas son las existentes sobre el podcasting que se hace en España y variadas las percepciones que tienen los oyentes/ autores al respecto. Si he de añadir una más, diré que hay una evidencia clara de cómo el podcasting puede llegar a tener bastante peso en el escenario mediático y de por qué puede ser considerado un espacio al margen de otros: el importante valor de una comunidad que hace lo imposible, día a día, para sacarlo hacia delante, que, para explicar la detalles referidos a la temática que ofrece en sus programas, consulta fuentes, en muchos casos las contrasta y hace todo lo que está en su mano para que el podcasting tenga un gran peso en el medio de medios que es Internet.

Es posible que, al hablar de podcasting y radio, nos estemos refiriendo a dos mundos con sus características propias. No obstante, cabe señalar que ambos tienen similitudes y llegarán a ser igual de relevantes en la comunicación del futuro - no tengo la menor duda sobre ello -. En la actualidad, al podcasting le queda mucho camino por andar y bastante que aprender - habrá autores que coincidirán conmigo en dicho aspecto -, pero estoy seguro de cómo se está guiando a este nuevo medio por una buena senda y que, ciertamente, tiene la palabra, la de la comunicación que está por llegar.



Autor: Sebas Oliva
Profesión: Diseñador gráfico
Podcast: Achuecados, M y Tecno
Web: <http://www.sebastianoliva.es/mundano/>

¿Más rápido o más lejos? La importancia de una asociación

En algún lugar, en este mismo instante, alguien con escasos recursos, está grabando algo con la esperanza de que otra persona, en cualquier lugar, a cualquier hora, decida escucharlo.

Hay cierta sensación de aleatoriedad en estos procesos comunicativos pero de lo que estoy seguro es que esos paquetes de mensajes, al llegar al receptor, contienen mucho más que palabras. Contienen vínculos.

Algo personal

Lo que me sorprendió de los primeros podcasts a los que me suscribí era esa sensación de que estaba escuchando a un amigo mío, alguien cercano y que a menudo echo de menos. Y creo que esta es una característica destacable de lo que se ha venido a llamar la “podcastfera”, la cercanía que se establece entre emisor y receptor. Os invito a comprobarlo. Alguien que dedica parte de su tiempo a compartir trozos de su vida en archivos de ordenador muere por una respuesta de alguien al otro lado. Sin lugar a dudas, el feedback de los oyentes es lo que mantiene el podcast vivo.

En esta relación entre dos parece innecesaria la idea de agruparse en asociaciones. Y eso que fue una buena pregunta en su momento... ¿Por qué?. Bueno, para ser franco, la pregunta realmente fue ¿para qué una asociación?. Al fin y al cabo si yo quiero grabar un podcast nada me lo impide. Los canales para llegar a quien me quiera escuchar ahí están.

Y la respuesta a la pregunta también está en la misma podcastfera. En cualquier momento podemos oír múltiples voces opinando sobre el desarrollo del podcasting y esa inquietud viene del interés de la comunidad por reconocerse a si misma como grupo con entidad propia.

Aglutinantes

Una asociación es una propuesta. Es un vínculo también, un canal, una herramienta, una ayuda... y en muchas ocasiones, una opción, entre todos los que quieran. Pero sin personas no tiene sentido ya que su fuerza radica en el conjunto. Ahí está el horizonte. Y la socorrida idea de “la necesidad de hacer algo” cobra especial fuerza al contemplar las posibilidades de ese conjunto, cada vez más amplio, de personas con ganas de conocer, transmitir, escuchar, compartir... a través del podcasting.

Empezar por conocernos puede ser un buen inicio, y en eso estamos desde la Asociación Podcast. ¿Cómo es de diversa la podcastfera? ¿Son todos podcasters amateurs y esto es una moda pasajera? ¿Sólo hay podcasts de series y de apple? ¿Para ser podcaster no puedes emitir tu podcast en radios? ¿Sabe mi madre lo que es un podcast?... Ops! Aquí tenemos trabajo que hacer.

¿Y los oyentes? Esa es nuestra gran obsesión. Empezando por enfocar gran parte de las Jornadas de Podcasting a quien no conoce qué es un podcast o apoyando proyectos como RadioPodcastellano que permite escuchar podcasts, via streaming, desde cualquier lugar sin necesidad de suscripción. Estos dos proyectos ya son realidades, mientras van entrando ideas nuevas o que se habían quedado en el tintero por no tener momento para salir.

Lo que encontrarás en la asociación es gente haciendo cosas relacionadas con el podcasting, encantados de que entres en el equipo para construir. Para una carrera corta o para una maratón, cada cual escoje su trozo, pero el resultado es global.

Todos somos oyentes, todos buscamos contenidos en forma de historias, información, diversión, entretenimiento. Y todos tenemos algo que contar, aunque sólo sea una vez.

Venga podcatcher, ven! <http://asociacionpodcast.es>



Autor: Pablo Castellanos

Podcast: Gravina82

Web: <http://www.gravina82.com>

El humor en los podcasts

Gravina 82 nació como un proyecto entre dos humanistas y un diseñador gráfico donde el diseñador no diseña y los humanistas hacen de todo menos ser humanistas. Cansados de que conversaciones graciosas y absurdas se limitasen solo a quedadas y botellonas y azuzados por amigos y conocidos decidimos grabar nuestras opiniones sobre series, situaciones de la vida y nuestra particular forma de pensar.

Hasta que encontramos nuestro camino, por el Podcast han pasado comentarios de noticias curiosas, series de los ochenta, entrevistas a personajes históricos, concursos de canciones, parodias con personajes propios, guías de supervivencia, cuentos y una larga lista de payasadas que surgían sin planificación.

Arturo y Juanda se conocen desde pequeños y el tercero en discordia, Pablo conoció a estos dos en la época del instituto, ocho años de amistad dan para que se conozcan a la perfección y la complicidad en el podcast sea absoluta.

Pablo inició a sus compañeros en el mundo del podcasting y fue el precur-

sor de la idea, encargado de la creación de la pagina y de la búsqueda de la mayoría de contenidos, por su parte Arturo lleva toda la parte grafica, aspecto de la pagina, diseño del logotipo y portada de los episodios, es la parte mas creativa del podcast, una pequeña caja de sorpresas que nunca sabes por donde va a salir. No menos importante es Juanda nuestro diseñador grafico el cual entro un poco mas tarde al podcast y al que muchos acusan de no participar, tenemos que decir que cada intervención de Juanda hace que el surrealismo del podcast se eleve al infinito y entremos en estado catatónico.

Probablemente hacer un podcast de humor resulte un tema de lo mas difícil. La mayoría de la gente piensa que eres muy gracioso por esas ocurrencias que tienes o por tu capacidad de improvisación. El humor es algo muy subjetivo que tiene que ver con los ambientes donde te mueves, tu educación, el trabajo que realizas o tus aficiones. Debido a todo esto es imposible que un chiste o una broma guste a todo el mundo, por lo tanto siempre habrá alguna nota discordante.

Otro tema es el de preparar los contenidos, cuando hablas de noticias, cine o tecnología, te informas sobre el tema que vas a tratar, te lo estudias y das tu interpretación, en un podcast donde el contenido es puramente humorístico, puedes volverte loco para intentar sacar material para el programa, siempre buscas en Internet, cosas curiosas que te hagan gracia o cosas de las que puedes sacar un tema, pero esto no se queda ahí. Cuando sacas contenido original, esto resulta aun mas difícil ya que si quieres recrear una situación divertida o absurda tienes que pensar el contenido, pero no siempre lo que tienes en la cabeza sale a la luz tal y como lo tenias pensado, de hecho suele darse el caso de que algo que tu crees que ha salido flojo, a la gente le encante, o por el contrario algo en lo que has trabajado mucho pase casi desapercibido, de ahí volvemos a la subjetividad del humor y la dificultad de poder llegar a todos por igual.

Podemos hacer humor de cualquier cosa pero es muy importante saber a quien va dirigido ese contenido, no es lo mismo hacer un monologo tipo “Club de la Comedia” que hacer chistes fuertes tipo “Padre de Familia” o “Little Britain”. Si bien es cierto que cada miembro de Gravina 82 tiene fuentes de inspiración diferentes desde “Muchachada Nui”, la propia “Little Britain”, “Goma espuma”, las películas de los Hermanos Marx o cualquier serie de nuestra infancia.

Desde mi corta experiencia en esto del humor te voy a dar unos consejos que a nosotros en Gravina82 nos dan buen resultado, aunque como todo, depende de tu estilo y de tu forma de ser.

El formato podcast te permite al igual que en la radio, jugar con la imaginación del oyente, esto resulta ser un papel importantísimo a la hora de crear ambiente, es muy importante recrear una escenografía por medio de sonidos que envuelvan a la escena y disponer de algunos efectos sonoros sin abusar ya que como todo, en demasía resulta muy pesado.

El sketch cuanto mas corto y directo, mejor funciona, el secreto es lanzar un chiste que deje descolocado al oyente y antes de que pueda pensar en que ha pasado, empiece un nuevo contenido. Por el contrario, estirar demasiado un chiste acaba por estropear la gracia. Otra formula consistiría en lanzar una broma al principio del podcast e ir nombrándola en ciertas ocasiones, esto seria un chiste recurrente.

Una forma de enganchar al oyente es crear palabras propias, un vocabulario que se utilice en el podcast y con el cual los oyentes se identifiquen, palabras que utilizan después en su vida diaria y el resto de sus amistades no comprendan.

El humor por “contraste” si se me permite la expresión, da muy buenos resultados, podríamos explicarlo de manera muy sencilla, consiste en que una parte del sketch sea la parte seria y dura y la otra sea la antítesis, creando una situación absurda que resulta divertida. Respecto a esto ultimo, el humor absurdo también da muy buenos resultados y en el ambiente del podcast suele funcionar realmente bien ya que de nuevo jugamos con la imaginación del oyente.

Para que os hagáis una idea de todo esto y de cómo funcionamos nosotros en el podcast os voy hablar de nuestro “metodo” de trabajo, si es que puede llamarse así.

Al ser un podcast quincenal da tiempo de buscar contenido variado por Internet, cada noticia, cada Web o cada reseña de los oyentes puede ser motivo de análisis, de hecho podemos sacar algo gracioso de una cosa tan simple como una guía de cómo sobrevivir a los huracanes.

Cuando grabamos proponemos los temas de los que vamos a hablar y , aunque parezca mentira, en secciones como las noticias chorras, guías de supervivencia o rincón sexual, no es mas que una conversación entre los tres realizando los comentarios que haríamos normalmente, aunque mucha gente piensa que es un papel, puedo asegurar de que no es así.

Por otra parte los monográficos y los Mortimer si requieren mas trabajo ya que debemos pensar un tema sobre el que hacerlos, normalmente se hacen sobre algo de lo que hablamos en el episodio, y se suelen grabar en una toma. Después al editar se colocan efectos, se quitan las partes menos graciosas y se pone la música.

Lo mas complicado sin duda es la parte de las maquinas del tiempo ya que tenemos que quedar con una persona ajena al podcast y hay que coincidir con los horarios, la persona en cuestión se prepara unas 10 preguntas sobre algún personaje y siempre pedimos que no se haga ningún papel, el entrevistador debe ser el mismo porque es como mejor queda. La parte contraria algunas veces tiene preparadas las respuestas pero en su mayoría salen tal cual de la boca de Arturo ya que posee una capacidad de improvisación fantástica y una forma de asociar ideas que hoy día sigo sin comprender.

Por ultimo pero no menos importante hay que crear un vinculo con los oyentes, cuando empiezas un podcast lo empiezas por el mero gusto de grabar pero poco a poco se va convirtiendo en una relación intensa con los oyentes y eso hay que cuidarlo, una de las grandes ventajas que tienen los podcast de humor es la gran participación de los oyentes, con audiocorreo y bromas, nosotros probablemente tengamos a uno de los públicos mas activos a este respecto de modo que tratamos de cuidarlo mucho, para esto realizamos concursos donde pueden ganar camisetas del podcast o mascotas aunque mas de una vez el entusiasmo de los oyentes nos desborde. Del mismo modo hay que crear una comunidad, en nuestro caso siempre ha sido muy fácil ya que dentro del circulo en el que nos movemos hay mucha camaradería, sobre todo después de desvirtualizarnos en el EBE 2009, siempre que se quiere mandar una promo o hacer algún tipo de colaboración todos los podcast nos unimos y apoyamos al que lo necesite, esta parte puede ser lo mejor de hacer un podcast, ya que conoces a gente con tus mismas inquietudes que sin esto no hubieras conocido.

Por último y más importante es rodearte de amigos con los que tengas química, ya que durante el podcast cada uno mostrara su personalidad. Cuando uno se conoce sabe como actuar para sacar el máximo partido de la situación. Si es cierto que muchas bromas se preparan, sobretodo sin son sketches, la mayoría de las bromas o palabras que surgen en cualquier episodio, no tienen guión alguno, eso ya depende de los propios componentes del podcast.

Mantener la frescura sin caer en lo repetitivo es algo muy difícil, en Gravina 82 siempre intentamos sacar contenidos nuevos y la duración de estos la marcan los oyentes con su participación y sus comentarios, muchas veces las cosas surgen espontáneamente y otras son los propios oyentes los que nos mandan contenido, de modo que si vemos que es realmente bueno lo hacemos. Podríamos decir que Gravina 82 tiene muchos guionistas que trabajan para nosotros de forma gratuita y solo por que les gusta lo que hacemos esto nos da una idea de la implicación que tienes nuestros oyentes con el podcast.

Para todos los que leyendo esto pensáis que os gustaría hacer un podcast, queremos daros animo y deciros que adelante, los comienzos son, en algunos casos difíciles, pero con dedicación todo se consigue. Respecto a esto os quiero contar una anécdota sobre el episodio piloto de nuestro podcast. Este episodio duraba una media hora aproximadamente donde hablábamos sobre la serie Herman haciendo un analisis de esta y donde también hablábamos de nuestros recuerdos de cuando éramos pequeños, sacábamos el tema de “porque los niños saludan a los aviones”, donde Arturo hizo un monologo y desgraciadamente de todo esto solo se salvo 5 minutos ya que Audacity nos jugo una mala pasada y estropeo todo el audio. Aun así salvamos este contenido y lo mandamos a dos podcasts amigos para ver que opinaban, cuando nos contestaron dándonos ánimos nos emocionamos y volvimos a grabar pero de nuevo el maldito ordenador nos estropeo el contenido dejándonos con tres minutos escasos.

Una vez que lo solucionamos ya estábamos los tres y conseguimos sacar el episodio 1, una de nuestras primeras ilusiones fue salir por primera vez en Podzapp cuando el corte que sacaron era de nuestro piloto, aquel que nos lo hizo pasar tan mal fue nuestra presentación en la podcastfera. Otro momento muy especial fue cuando recibimos nuestro primer correo o cuando nos dijeron que nos escuchaban desde Washington. Saber que algo que haces con toda la ilusión desde tu casa con unos amigos hace que gente de muy lejos se ria contigo y compartas tus mismas experiencias es algo realmente extraordinario

y hace que cada día tengamos mas ganas de seguir haciendo reir a la gente con nuestro podcast.

Así que ya sabéis, lo importante es pasarlo bien, encontrar vuestro estilo propio y todo lo demás vendrá solo. El humor esta en todas partes y quien se toma la vida con humor hace que esta sea un poquito mejor.

El podcasting os puede abrir un nuevo mundo de posibilidades, de gente por conocer y de nuevas experiencias.

Reíros hasta de vosotros mismos, sed buenos y a comer cosas ricas.



Autor: Raimon Lafuente y Tomàs Manzanares
Podcast: Mossegalapoma
Web: <http://mossegalapoma.cat>

Guión de un podcast: participación de los oyentes

Las experiencias aquí descritas forman parte de lo que como oyente y productor de podcasts de he experimentado.

Al existir podcast de diferentes naturalezas, también existen distintos métodos de planificación y de ordenación sobre los temas a tratar a lo largo de un capítulo (básicamente cada persona tiene su método). La mayoría de los podcast, son formados por equipos que de forma individual o conjunta, trabajan y se preparan sobre temas de interés propios para así poderlos expresar mejor. Además en muchos casos, el hecho de compartir dicha información con el resto de los miembros, facilita la discusión y charla sobre temas polémicos o de preferencia.

Como hemos dicho este proceso es muy habitual, no solo en podcasts sino que en la mayoría de proyectos, trabajos, empresas, etc... se siguen procedimientos de planificación.

No obstante, no es tan habitual que los oyentes participen activamente en el proceso de elaboración de temas de debate, ideas o recomendaciones.

Participación habitual o pasiva

El comportamiento habitual de un oyente es: escuchar un podcast (o más de uno) en su reproductor favorito y luego esperar al siguiente capítulo (semanal, quincenal...). Des de todos los programas, se intenta incentivar al oyente a participar en el entorno del programa. Como hemos dicho, muchos oyentes hacen comentarios en el blog del programa, aún así sigue siendo una participación pasiva.

Des de algunos podcast (como por ejemplo Kafelog, www.kafelog.com) se ha fomentado la participación de los oyentes sobre los podcast de forma planificada.

Es decir mediante estrategias varias: sorteos, preguntas, retos... se incentiva a la participación de los oyentes pasivos.

En estos casos se incentiva al oyente a dar su opinión sobre un tema mediante correo electrónico, aunque también mediante otros canales: audio (audiocorreos), video (videocorreos).

Aún así, la participación de los oyentes siempre es de forma posterior, es decir se convoca a los oyentes a participar para el siguiente podcast o sino para una fecha determinada.

Participación activa

Des de los programas de radio, televisión y también podcasting, se busca conocer la opinión del espectador. En muchos casos los emails de los oyentes habituales o pasivos, sirven para ayudar a focalizar temas de interés, pero como ya hemos dicho, en el mejor de los casos son comentarios esporádicos.

Para conseguir ese objetivo, programas como por ejemplo Mossegalapoma (mossegalapoma.cat), intentan fomentar la participación de la masa de oyentes de forma activa.

Los inicios de dicha participación se produjeron en forma de propuestas: se pedía mediante un formulario (o correo electrónico) que los usuarios recomendaran películas, series, libros, experiencias, viajes o cualquier interés que tuvieran.

De esta forma el guión del podcast cambiaba y ya eran los propios oyentes activos los que en pequeña medida (al principio era una sección final del podcast) proponían de forma previa un hilo a diferencia de los oyentes pasivos.

Es decir los oyentes activos no reaccionaban a un tema propuesto, sino que proponían sus propios temas. El éxito de dicho experimento, fomentó que se tratara de mejorar la interacción y la intervención del oyente.

El siguiente paso fue (con la ayuda de Google) compartir de forma pública, los guiones que el equipo realizaba. Conocemos por los distintos podcast españoles que la gente se organiza con distintas herramientas, en nuestro caso Google Wave (ahora muerto). La novedad que se introdujo fue abrir dicho Google Wave a los oyentes, de forma que podían aportar ideas de forma estructurada u opinar sobre los temas que se iban a debatir en los siguientes programas.

El éxito en el programa fue tal, que incluso alguno de los oyentes apareció en el podcast como invitado.

La experiencia hasta ahora, nos ha demostrado que el hecho de incluir los oyentes como parte activa en la elaboración del guión, favorece la aceptación global de los programas. De hecho al final cualquier persona puede convertirse en un participante del programa si tiene algo interesante que decir o aportar.

Una vez alcanzado este estadio, la madurez del cual cuesta adquirir y se requerirá de un esfuerzo no solo por parte de la masa de seguidores, sino también por parte del equipo de podcasting. La fidelidad de los oyentes será mucho más elevada, pero también lo será su exigencia.

Nota: el hecho de usar Google Wave fomentó la participación y el debate incluso de forma prematura al programa. Existen una gran cantidad de tecnologías y productos que permiten el trabajo colaborativo en la red: wikis, Google Docs, incluso twitter, no existe una herramienta de uso perfecto, cada uno debe encontrar la que más se adapte a sus necesidades.

Participación Proactiva

Hemos conseguido que los oyentes participen de forma previa mediante la apertura del guión y la posibilidad de participaciones puntuales. Pero ahora

toca llegar al último estadio de participación de la masa de seguidores. Hasta ahora, el último punto que hemos adquirido en la producción y dirección de los podcast (en nuestro caso, el de mossegalapoma).

La apertura del podcast de forma total a la gente que lo desee es el último paso que hasta ahora hemos logrado. Para ello se requiere de recursos técnicos un poco más elaborados que los que un podcast convencional posee, aún así, es posible para la mayoría de programas.

Se trata “simplemente” de dar la posibilidad a la masa de gente de intervenir en el podcast. Es decir, de convertir un programa de pocas personas, en un programa en que un número innumerable de gente puede aportar i participar on-line.

Gracias a los avances tecnológicos y a la “social media” con la posibilidad que ofrece Skype, podemos crear una conferencia de la gente que escucha el podcast. Esto permite que escuchen el podcast en tiempo real y además que en un momento dado puedan participar (usuarios proactivos). Si se hace el paso previo, los usuarios activos evolucionarán de forma natural a usuarios proactivos y la participación de la gente enriquecerá el podcast.

Conclusiones

Hasta ahora hemos convertido un programa de un grupo de gente que habla de sus temas, en un foro común de debate entre diferente gente, aficionados o profesionales. A partir de ahí, las mejoras sociales o técnicas que se puedan incorporar a los programas del podcast nos enseñaran hacia donde se mueve el mundo del podcasting.

Este proceso nos ha demostrado, que las herramientas no tienen un uso definido por su diseñador, sino por la gente que las usa día a día e inventa formas para aprovecharlas al máximo para sus fines, de lo cual el podcasting es un claro ejemplo.



Autor: Daniel Rodríguez Jerez

Podcast:Teleadictos Podcast

Web: <http://teleadictospodcast.blogspot.com/>

La revolución del podcast amateur

En los últimos tiempos se ha dado un auge importante en el podcasting español, el número de podcast ha crecido de manera notable y dicho crecimiento ha venido de la mano del podcasting amateur. Para el que escribe, la revolución del podcasting amateur supone la revolución del podcasting en general ya que, en España, el podcasting comercial tristemente no pasa de anecdótico, a diferencia de otros países como Estados Unidos donde el podcasting con ánimo de lucro viene existiendo desde hace varios años con bastante buena fortuna.

Lo que en España llamamos “podcast comercial” son, en su mayor parte, programas de radio que se distribuyen utilizando los mismos canales que los podcasts amateur pero cuyas similitudes con estos terminan ahí. Considero que este tipo de podcasts no está contribuyendo, al menos de forma notoria, a la revolución del podcasting en nuestro país. Difícilmente verán a los locutores de la SER, de la COPE o de cualquier otra emisora promocionar el podcasting, de hecho, estoy convencido de que muchos de ellos no saben que sus programas se difunden empleando este sistema y, posiblemente, otros tantos no sepan ni qué es eso de “podcast”. Emplean este sistema de difusión simplemente para tener la posibilidad de llegar a más oyentes y aumentar así los beneficios por

publicidad, pero lo que ellos ofrecen sigue siendo un programa de radio, en diferido, pero un programa de radio al fin y al cabo.

Si bien es cierto que dentro de la podcastera amateur española, de un tiempo a esta parte, se están emprendiendo iniciativas para profesionalizar el podcasting amateur y atraer patrocinadores, aún nos encontramos a años luz de otros países donde los podcasters pueden dejar de ser aficionados, pasar a ser profesionales y ganarse la vida con el podcasting. No profundizaré más en el tema de la comercialización de los podcasts porque imagino que otros compañeros más cualificados e informados que yo en el asunto lo explicarán detalladamente a lo largo de este libro.

Dicho todo esto, pasemos ya a analizar el podcasting amateur que, al fin y al cabo, es el objeto de este capítulo.

Se ha comparado mucho el auge de los podcast amateur con el que tuvo lugar con los blogs o bitácoras hace unos años pero, en mi opinión, la podcastera española aún es pequeña como para compararse al fenómeno de los blogs. Lo que sí es cierto es que podemos encontrar similitudes importantes entre los blogs y los podcasts pues ambos medios proporcionan a la gente de a pie una forma de expresión multitudinaria y libre mediante la cual plasmar sus ideas, sus conocimientos o sus vivencias.

El podcasting tiene entre una de sus grandes bazas a favor, la portabilidad. Se puede escuchar un podcast en cualquier momento y lugar bien sea con un ordenador, un reproductor de música, un teléfono móvil o cualquier otro tipo de dispositivo que reproduzca archivos mp3. Los blogs no pueden competir con eso pues leer blogs en cualquier momento y lugar es más complicado y, sobre todo, menos cómodo.

A su favor los blogs tienen la sencillez de publicación. Llevar a cabo un podcast implica la necesidad de utilizar hardware y software que puede resultar complicado para algunas personas, mientras que el blog dispone de herramientas de publicación muy sencillas, que no requieren grandes conocimientos informáticos, y que lo ponen al alcance de cualquiera. Esta sencillez posiblemente sea la explicación más plausible a las preguntas de por qué una persona normal y corriente se decanta antes por hacer un blog que un podcast, y a por qué la cantidad de blogs existentes supera con mucho a la de podcast.

Es frecuente que cuando alguien nos pregunta “¿Qué es un podcast?” le respondamos con aquella socorrida a la par que difusa definición de “es como un programa de radio, pero por Internet”. Esta definición, pese a que un servidor ha llegado a emplearla en alguna ocasión, no deja de ser un tanto capciosa, una explicación simplista en la que relacionamos algo que nuestro interlocutor desconoce, el podcasting, con algo que sí conoce, la radio, buscando con ello atraer su atención o, sencillamente, que no se espante y nos mire como si fuéramos bichos raros. Opino que esta definición peca de inexacta y que da una imagen distorsionada de lo que hacemos, con lo que tal vez es hora de plantearnos la elaboración de una definición que nos represente y nos desvincule de la radio, pues considero que tenemos muchas ventajas sobre esta que son obvias cuando decimos eso de “es como un programa de radio, pero por Internet”.

¿Cuál es pues la diferencia entre programa de radio y podcast? Seguramente todo derive de ese carácter amateur que, como decía al principio, domina en la podcastfera española. Un programa de radio o podcast comercial, se hace teniendo como objetivo la obtención de beneficios económicos y, por tanto, todos los aspectos de ese programa apuntan siempre a esa meta. Se escoge la temática que resulta más atractiva para el grupo más amplio de gente, se contratan locutores determinados porque gustan más al público objetivo del programa, se establecen los horarios de publicación o emisión en base a los horarios del público al que se pretende dirigir el programa, el estilo de la locución cambia según la audiencia del programa, etc. Es decir, nada es aleatorio, nada queda a la improvisación y todo el programa de radio se realiza pensando en satisfacer a los oyentes y, principalmente, con la intención de aumentar la audiencia para que eso se vea traducido en un beneficio económico.

El podcaster amateur realiza su labor simplemente porque quiere, porque le gusta. No obtiene nada a parte de la satisfacción personal por el hecho de realizar su podcast y esto, en mi opinión, resulta extremadamente liberador.

El hecho de que no haya ningún objetivo más allá de la autorrealización le permite al podcaster hacer un programa que es completamente a su gusto, porque lo que busca es expresarse, y no un rendimiento económico.

El carácter amateur que actualmente tiene el podcasting en España posibilita que los autores puedan establecer todos los aspectos del podcast como mejor les parezca. Uno puede escoger la frecuencia de publicación y la duración que

mejor se adecue a su disponibilidad, puede escoger entre hacerlo en solitario o en grupo, puede establecer la temática que realmente le gusta aunque esta sea minoritaria, puede expresarse en un tono formal o más coloquialmente, y tiene una libertad de expresión mucho mayor que la que pueda haber en un programa de radio. El hecho de que el podcaster amateur tenga la potestad para decidir sobre todos los aspectos del podcast y hacer el programa que quiere hacer y como quiere hacerlo, creo que es una enorme ventaja sobre la radio convencional y nos presenta como un medio de comunicación libre, coloquial y cercano, aspectos todos ellos que, en mi opinión, el oyente detecta y agradece.

Otra diferencia existente entre programas de radio (o podcast comercial, si se prefiere) y el podcast amateur podemos encontrarla en lo que comúnmente se denomina como “la guerra de audiencias”. Es completamente impensable que en un programa de radio se haga publicidad de programas de la competencia porque, como apuntaba antes, su objetivo es acaparar la mayor audiencia posible para maximizar el beneficio. Sin embargo, al podcaster amateur le da igual tener 10 o 10.000 oyentes, porque no pretende obtener nada de ellos más allá de una cierta retroalimentación en forma de e-mails, comentarios en el blog, audiocorreos, etc.

En los podcasts amateurs es frecuente el hecho de promocionar a otros podcasts pues no existe la competitividad. Todos somos aficionados, hacemos esto porque nos gusta y nuestro objetivo es disfrutar con ello, no competir entre nosotros, de ahí que sea frecuente el hecho de que los podcasters se brinden apoyo mutuamente, no ya únicamente en el terreno de la promoción sino también prestándose ayuda en aspectos técnicos, colaboraciones, etc.

En lo que respecta a este último punto, se ha acusado a la podcastera de endogámica, de que estamos todos en todos los podcasts a todas horas, o, en su defecto, hablamos de otros podcasters continuamente, y seguramente es cierto, pero cabe recordar que esto no deja de ser una afición para nosotros y que gracias a ella estamos conociendo gente estupenda y, por qué no, haciendo buenos amigos, de ahí que nos guste colaborar con otros podcasters frecuentemente.

No obstante, creo que la crítica constructiva ha calado en la comunidad de podcaster y que vamos a hacer un esfuerzo por frenar esta tendencia a la endogamia pues, aunque hacemos podcasts porque nos gusta y nos divierte, no hacemos oídos sordos a la opinión de los oyentes, que al fin y al cabo son las

personas para las que grabamos el podcast y con las cuales queremos establecer un intercambio de conocimientos y de experiencias.

La inexistencia de competitividad ha dado como resultado un cierto hermanamiento dentro de la comunidad podcaster y fruto de ese buen ambiente ha sido posible la puesta en marcha de proyectos colectivos tan interesantes como la Asociación Podcast, que aunará los esfuerzos de podcasters y oyentes en pos de la difusión del podcasting en España; las Jornadas de Podcasting, un foro de encuentro anual donde podcasters y oyentes pueden intercambiar opiniones y conocimientos; Radio Podcastellano, que emite podcast ininterrumpidamente; o este mismo libro en el que podcasters y oyentes hemos querido plasmar nuestras impresiones sobre el estado actual del podcasting en nuestro país. En definitiva, creo que el carácter de hobby, de afición, que tiene actualmente el podcasting en España propicia que impere el buen ambiente en la comunidad, mientras que si tuviésemos que competir unos con otros para quitarnos la audiencia todo este tipo de iniciativas serían muy complicadas de llevar a cabo.

En resumen, el crecimiento, tanto en oyentes como en podcasters, que está experimentando esta comunidad, pienso que viene de la mano de los podcasters amateurs que son quienes están tomando como suyo el deber de promocionar y fomentar el uso de este nuevo medio de comunicación y son quienes están desarrollando e impulsando proyectos para ello.

A día de hoy, aún somos un medio que está en pañales, pese a que tenemos un ritmo de crecimiento muy bueno, aún quedan temáticas por cubrir, aún hay que dar a conocer lo que es el podcasting en sí mismo sin vincularlo a la radio, todavía hay mucho público potencial que no nos conoce y pienso que debemos seguir perfeccionando el medio para conseguir un producto de calidad antes de poder pensar en profesionalizarnos.

Aún así, llegado el momento en el que la podcastera sea un medio de primera calidad y esté lista para profesionalizarse, cada podcaster deberá plantearse hasta que punto está dispuesto a ceder una parte de la libertad creativa total de la que gozamos actualmente a cambio de una comercialización de su podcast y de la obtención de unos réditos económicos. Mientras tanto, disfrutemos de este momento de auge y expansión en el que estamos inmersos, aprendamos, mejoremos y sigamos construyendo entre todos esta maravillosa comunidad que estamos creando.



Autor: Fran J. Saavedra

Profesión: Periodista

Podcast: Maratón Podcastblog

Web: <http://www.maratonpodcast.com>

Maratón Podcastblog, una excitante experiencia en torno a los podcasts colaborativos

Resulta complicado expresar con palabras e intentar resumir en unas cuantas líneas las experiencias que hemos vivido a través de las 5 ediciones del Maratón Podcastblog, una aventura que comenzó como una locura y con el transcurso de las ediciones se ha convertido en una referencia en el mundo del podcasting colaborativo.

Todo comenzó en 2006, año en el que el podcasting, al menos en España, empezaba a dar sus primeros pasos en serio. Por aquellas fechas los pioneros nos reuníamos en torno a conferencias de audio con sistemas como Skype e intentábamos resolver entre nosotros los múltiples inconvenientes que todavía había que resolver. Grabar un podcast y ponerlo a disposición de toda la comunidad suponía en los comienzos una verdadera odisea para cualquiera. Habíamos entrado en un campo absolutamente virgen y tanto las posibilidades como la dificultad eran patentes. Eran tiempos en los que no todos los servidores admitían ficheros de audio para descargar porque el ancho de banda constituía un reto para todos y albergar los archivos de audio de un podcast era demasiado gravoso para los servidores por el ingente consumo de ancho de banda que se requería.

El uso de la hoy popular sindicación, el RSS, estaba todavía en pañales y lo que nos ofrecen ahora mismo mil y un sistemas, en aquellos tiempos requería en muchas ocasiones programarlo casi a mano.

La emisión de audio también representaba algunas incógnitas porque por aquel entonces, las entidades de gestión de derechos pretendían poner coto a cualquiera que se dedicara a utilizar música o contenidos con copyright. La alternativa la ofrecía la música copyleft, pero por aquel entonces todavía era algo incipiente y encontrar música de este tipo también requería de una búsqueda compleja.

Para utilizar una metáfora que sirva, era algo así como unos cuantos buscadores de oro que llegaban a un lugar donde sabían que existía el metal, pero que carecían de todas las herramientas e incluso de las carreteras y caminos para distribuirlo.

Lo primero fue construir el camino, después las carreteras, más tarde hacer uso de los picos y llas palas y por último el sistema de extracción. El entusiasmo de todos hizo todo mucho más fácil.

Aquellas conferencias que manteníamos en los comienzos algunos podcasters nos animaron a organizar algo más grande que nos uniera a todos en un evento y, por qué no, también para que sirviera de llamada y de banderín de enganche para que muchos más amigos se unieran al mundo del podcasting.

En ésas estábamos cuando llegó el Mundial de Fútbol de Alemania que se disputó en 2006 en los meses de verano. Desde Washington los amigos de Los Blogueros pretendían hacer una cobertura del mundial con algún tipo de seguimiento a través del podcasting. Nosotros por nuestra parte también estábamos organizando algo similar y una cosa llevó a otra y decidimos unir fuerzas y organizamos Las Tertulias Podcasteras del Mundial que consistían en debates con diferentes contertulios que, desde diferentes países se dedicaban a comentar la jornada y a dar su opinión sobre lo que iba aconteciendo en los terrenos de juego.

Las tertulias fueron un éxito de colaboración y de audiencia y nos animaron a no esperar otros cuatro años para organizar algo similar. Un mes después cubrimos con el mismo sistema el Mundobasket de Japón y después seguimos

organizando semanalmente una tertulia que bautizamos como Tertulias Podcasteras de Actualidad.

El Maratón fue el paso siguiente y casi sin medios técnicos, comenzamos una aventura un sábado a las 12 de la mañana que se prolongó por más de 14 horas en su primera edición.

Personas de todo el mundo se fueron uniendo para colaborar como tertulianos, presentadores, técnicos, operadores de streaming y editores y con el concurso de un montón de amigos pudimos completar algo que horas antes de su comienzo se nos antojaba casi imposible.

Fueron 14 horas de emisión ininterrumpida en directo con charlas, tertulias y debates que se iban sucediendo sólo interrumpidas por promociones de otros podcast y algún que otro tema Creative Commons.

La experiencia fue tan enriquecedora que nos animó a seguir adelante y todos quedamos en organizar una segunda edición.

Ahora mismo, y a cinco años vista de aquel primer maratón, parece algo más fácil de lo que realmente fue. Pero en los finales del año 2006, el audio en los ordenadores, aunque ya había avanzado un largo camino, todavía presentaba muchos retos a los podcasters, a las grabaciones de conferencias y a la unificación de sistemas operativos.

Para aquel primer maratón era necesario contar con un mínimo de tres personas por tertulia que se encargaran de todo el aspecto técnico. Un operador de streaming, un grabador y un anfitrión de la sala era lo mínimo que se necesitaba.

También las conexiones dejaban mucho que desear y teníamos que hacer verdaderas maravillas para mantener vivo el directo. No había problemas y los que iban surgiendo se iban resolviendo con la ayuda de todos sobre la marcha.

Y si a todas estas dificultades le añadimos la que nos impusimos todos desde un principio de realizar todo de principio a fin con herramientas y software que estuvieran disponibles para todos de forma gratuita, para no limitar a nadie la participación.

Ya te puedes imaginar el reto que suponía en un momento en el que los reproductores flash estaban en pañales o en muchos casos ni siquiera existían, que escuchar el streaming ya era una odisea según el sistema operativo que se tuviera y que la diferencia de ancho de banda de un país a otro dificultaba enormemente la participación de algunas personas.

Pero conscientes de lo que se nos avecinaba nos pusimos manos a la obra y conseguimos reunir a varios cientos de personas que participaron activamente en la construcción de todo el entramado.

Recuerdo con cariño aquellos chats interminables en los que se agrupaban los participantes de una tertulia, los que ya estaban preparados para la siguiente y aquellos que disfrutaban de una conversación de texto en la que se sucedieron los momentos antológicos.

En esos momentos no era raro mantener 7, 8, e incluso 10 chats privados simultáneamente con los que llegaban para participar o se encontraban con algún problema de última hora. Y todo ello mientras estábamos en directo en medio de una tertulia o estábamos ya preparando la siguiente.

En esa primera experiencia no contábamos con herramientas como Twitter que hubieran sido nuestra salvación para resolver algunas carencias y tuvimos que crear a mano algo similar que llamamos Histórico, en el que en tiempo real se iban contando en forma de texto lo que estaba ocurriendo en ese momento en el Maratón.

El Histórico lo llevaba una persona, pero recuerdo que a lo largo de la sesión completa de aquel primer Maratón, fueron más de 6 las que se fueron turnando para contar en tiempo real lo que se estaba viviendo.

Aquel Histórico y los primeros chats generales con más de 300 personas los seguimos guardando como oro en paño y como verdaderas reliquias de nuestra primera vez.

Hablando del sonido directo, el streaming, para aquella primera ocasión contamos con un canal bastante limitado y que habitualmente se utilizaba para grabar y emitir podcast. Desde los primeros momentos nos dimos cuenta que el aluvión de oyentes conseguiría tirarlo abajo en más de una ocasión y estába-

mos obligados a ponerlo en marcha cada poco tiempo y a refrescarlo para que pudiera seguir llevando a cabo su cometido.

Ahora contamos con varios canales de streaming, algunos de ellos muy potentes que rara vez se colapsan. Recuerdo en el último maratón haberlo encendido y tras 18 horas de funcionamiento seguir tan fresco y sin ningún corte.

Siguiendo con la idea inicial y a partir del tercer maratón quisimos profundizar todavía más en las herramientas y nos fijamos otros dos retos nuevos: conseguir que todas las herramientas que se usaran fueran de código abierto y buscar el modo de que los diferentes sistemas de conferencias de audio pudieran interactuar entre sí.

En lo primero conseguimos el pleno y desde el tercer Maratón ya es posible seguirnos a través de señales de streaming P2P y en lo segundo todavía seguimos trabajando para conseguirlo, aunque las últimas liberalizaciones de códigos de algunas firmas de software y de telefonía de Voz sobre IP, nos están acercando enormemente al objetivo.

Aunque suene algo surrealista, uno de los mayores quebraderos de cabeza que tuvimos en las primeras ediciones fue el de la medición del tiempo y el establecimiento de un horario unificado. Sobre el papel parecía muy sencillo, pero conforme fuimos avanzando nos encontramos con el grave problema de convocar a una hora determinada a varias personas con husos horarios diferentes. Pekín, Los Ángeles, Buenos Aires, Madrid, Las Palmas de G. C. Roma, Berlin, Washington, Málaga, Cádiz o Almería eran algunos de los puntos geográficos que tenían que interactuar de forma simultánea para conexiones, enlaces, grabaciones, etc. Además la primera edición la comenzamos en pleno horario de verano y en Europa y algunos países, precisamente retrasaban una hora por esas fechas. Fue absolutamente de locos, pero con la ayuda de todos lo conseguimos.

No quiero nombrar a nadie porque el artículo se me iría en agradecimientos y serían varios cientos las personas que habría que nombrar, por ello habré observado que no estoy dando nombres para no cometer el gravísimo error de dejarme a alguien por el camino.

Pero no quiero dejar de mencionar una curiosa anécdota que sucedió durante la tarde del primer maratón. Karma Peiró, peridista de La Vanguardia por aquella época quería cubrir el evento y coincidió que se encontraba en Gran Canaria y que también le apetecía participar en alguna tertulia.

Me llamó por fono y me dijo que no tenía forma de conectarse, de modo que la invité a venir a mi casa para que pudiera participar y ver en directo todo el cotarro.

Me vio tan liado y tan absorto en todo el engranaje del Maratón que tuvo que ser ella la que se acercara a la cocina a prepararme algunos sandwiches. Desde aquel momento siempre lo recordamos. Afortunadamente y gracias a ella, pude llevarme algo a la boca ese día.

La sucesión de sucesos se sucedían tan sucesivamente, que diría el clásico, que cuando terminaba de resolver una situación surgían dos o tres más y nunca encontraba el momento para levantarme del ordenador.

Todos disfrutamos mucho con lo que habíamos logrado y nos emplazamos para la segunda edición, una tercera, una cuarta y ahora una quinta, aunque estamos seguros que no será la última. y seguiremos adelante.

Desde el primer maratón hasta la última edición, hemos aprendido mucho y hemos aprendido de nuestros errores para conseguir una emisión más amena, más interesante y mucho más dinámica.

En todas las ediciones anteriores habían surgido problemas por la incompañencia por diversos motivos de algunos participantes que nos descolgaba por momentos la parrilla y nos obligaba a mover todo el contenido.

El prolongar durante tantas horas los maratones (la segunda edición y la tercera llegaron a superar las 40 horas) obligaba a los coordinadores a realizar turnos maratonianos para mantener en pie la programación y en ocasiones había incluso deserciones por agotamiento.

Todo ello recomendó hacer algo mucho más práctico.

Al margen de que ahora mismo sólo es necesaria una sólo persona para mantener el aspecto técnico de una tertulia en directo, decidimos grabar algunas de las tertulias para emitirlas durante el maratón y cubrir esas horas complicadas en las que el cansancio empieza a hacer mella.

Desde la cuarta edición estamos desarrollando este sistema y nos está permitiendo mucha más libertad de movimientos, porque de este modo, mientras se están emitiendo algunas tertulias grabadas, se pueden seguir grabando otras de forma simultánea.

Las gigantescas conferencias y chats de Skype que llegaban al límite de usuarios en más de una ocasión constituían el centro del maratón y verdadera sala de máquinas de todo el sistema.

El problema era la limitación, que aunque grande era insuficiente. Por ello desde la edición anterior decidimos utilizar Twitter para ello. Una herramienta que se ha convertido en fundamental para el Maratón.

Como balance general de las ediciones que hemos conseguido sacar adelante podemos asegurar que los sistemas técnicos van mejorando a un ritmo endiablado. Quizás en el día a día no nos damos cuenta, de año a año se nota muchísimo. Lo que considerábamos casi una quimera hace 5 años, ahora mismo se ha convertido en algo sencillito e incluso automático.

El hecho de haber participado en un evento colaborativo tan complejo, da una idea de lo que se puede hacer uniendo fuerzas, compartiendo intereses y tirando todos juntos de un mismo carro.

Estos días estamos ya ultimando los detalles de la V Edición del Maratón Podcastblog y hemos incorporado algunas novedades, aunque en lo básico la estructura será la misma que en las anteriores.

Quizás una de las recomendaciones que nos llegaban con más frecuencia era la de buscar temas más específicos para las tertulias y huir de la generalidad. De este modo, clásicos como Periodismo 2.0, Blogs o Podcast han ido sustituyéndose por debates mucho más concretos.

Para las primeras ediciones sí que tenían su razón de ser, pero en estos momentos hemos descubierto que en un ámbito como el de Internet, Podcast, blogs o el Periodismo digital evolucionan tan deprisa que no tengan nada que ver los blogs que visitábamos o creábamos en el año 2006 y los que se están mostrando en la actualidad. Lo mismo podría decirse de los podcast o de los nuevos medios online. Estos últimos arrastran una crisis profunda al igual que sus hermanos tradicionales y los editores ya consolidados, así como los emergentes en el periodismo online, buscan la tecla adecuada para poder darse a conocer y lo que es más importante, mantenerse vivos a pesar de la marea en contra.

En este sentido y por deformación profesional, soy periodista, se nos ha ocurrido plantear tres tertulias en torno a los medios de comunicación. En la primera intentaremos analizar el presente y el futuro de los medios, en la segunda la crisis profunda que atraviesas y en la tercera intentaremos acercarnos al fenómeno que ha supuesto el caso Wikileaks, un portal de filtraciones que ha dejado algo descolocados a medios ya consagrados.

Cambiando de ámbito y casi desde la primera edición seguiremos buscando respuestas a la pregunta de por qué en castellano no surgen verdaderas herramientas, sistemas o páginas de referencia que puedan competir con las decenas o cientos que marcan la pauta en habla inglesa.

Siempre se ha dicho que empresas como Google o Yahoo, difícilmente podrían haber llegado a donde están desde la Internet hispana, algo que nos ha sorprendido a muchos, teniendo en cuenta que desde hace ya unos cuantos años los emprendedores, inversores y capital social humano y económico en nuestro idioma sigue creciendo y significándose como una de las comunidades más importantes de la Red.

Son sólo ejemplos de lo que estamos buscando en esta V edición y en las posteriores que esperamos sean muchas más. Quizás por la novedad y en empuje inicial buscábamos más seguir batiendo récords de participación y de emisión y se había sacrificado algo el contenido. A partir de ahora buscaremos mucho más la calidad de las intervenciones al margen de que los futuros maratones tengan una duración algo más limitada.

Ahora mismo no puedo aventurar sobre el futuro del Maratón Podcastblog. La semilla está plantada y fuertemente enraizada y sólo cabe esperar que siga dando sus frutos cada año. Los temas para debatir son casi infinitos e incluso los intereses de unos y otros van cambiando cada año, pero lo que sí es seguro es que desde el año 2005 hemos creado un lugar libre e independiente para el debate y la tertulia en el que siempre son bien recibidos todos, vengan de donde vengan o piensen del modo que pienses, siempre que se respete a los demás.

Y tú ¿a qué esperas? Si todavía no has participado, seguro que en el momento que lees estas líneas estamos a punto de comenzar un nuevo Maratón o incluso ya estamos preparando el siguiente. En cualquier caso, ya sabes donde puedes encontrarnos. <http://www.maratonpodcast.com>



Autor: Ariadna Gasso
Profesión: Diseñadora gráfica
Podcast: Podzapp
Web: <http://www.podzapp.com/>

Podcasting vs Familia

Bueno, si habéis empezado leyendo el título del artículo (que sería lo lógico), voy a empezar diciendo que realmente no es una lucha, no es un “Vs” real.

Como la mayoría de los que vais a leer este libro, soy una persona inquieta, siempre he estado relacionada de una o de otra manera con la tecnología, no soy una de esas personas que todo lo saben en cuanto a gadgets y tal (ya quisiera yo), pero sí que siempre ha sido un mundo que me ha apasionado.

Desde mi primer ordenador, un Commodore 64, a mi primer móvil un Motorola de esos tochos... a la actualidad. Me fascina todo lo que tenga botones como dice mi familia... Así que sin más... me presento. Me llamo Ariadna, estoy casada desde el 99, en el 2003 tuve una pareja de mellizos (@betdeari y @ericdeari), soy diseñadora gráfica y vivo en un pueblo de las afueras de Barcelona.

Y ahora sí... os cuento mi historia del Podcasting vs Familia. Esta no ha sido la primera vez que tengo que oír la frase de: “Ah si, esas cosas raras que haces tú”, ciertamente no lo ha sido, han habido muchas otras cosas “raras” en

mi vida relacionadas con el mundo de internet... Desde la simple navegación cuando casi nadie tenía internet en casa, hasta el “desvirtualizar” a gente de algunos blogs temáticos que solía visitar hace años, que por cierto... Algun@s hoy en día, son grandísimos amigos de toda mi familia...

La cosa “rara” por referencia empezó cuando entré en Second Life, hará cosa de unos 4 años, dónde conocí a muchísima gente, pero en especial a mi actual compañero de podcast, MarioG. Que sí que es una persona realmente inquieta... empezamos a “trabajar virtualmente” juntos en vario proyectos, hasta que un día me pasó un podcast para escuchar “Kafelog” y me dijo...

Mario: ¿que te parece?

Ari: Pues bien, pero... ¿porqué me pasas esto?

Mario: Porque quiero hacer un podcast

Ari: ¿ein? ¿Quieres hacer uno de esos? Ufff... pues que te vaya muy bien..

Mario: ¿te animas?

Ari: No, no, yo no sabría hacer eso

La realidad es que tardé creo que fueron, 2 podcasts en tener una pequeña sección en su podcast “Podzapp”, que llamamos “Nos vemos en los bares” y ahí empezó todo..

Siempre he sido una persona que me emociono mucho con las cosas que me pasan, siempre digo que las vivo al 200%, con lo que empecé a hablarles a toda mi familia y a todo mi entorno, de los Podcast, que si escucha este, que si escucha el otro, que si hoy hemos grabado, y un largo etc de conversaciones que lógicamente... muchos ni entienden de lo que les hablo, pero me ven tan alucinada, que lo disfrutan conmigo..

Ahora bien lo bueno... ¿como compaginar, el trabajo, la familia, los amigos con la vida 2.0?

Bueno... yo no me voy a quejar, porque reconozco que lo tengo bastante fácil, los niños van al cole de 9 a 17h, horas que aprovecho para trabajar y para que nos vamos a engañar, muchas veces también con mis “cosas 2.0”, es la ventaja de trabajar para uno mismo y trabajar en el mismo sitio dónde tienes tu ocio (llamemos ocio a todo el entorno de este mundillo)

La cosa se complica, a medida que vas entrando en este mundo, dónde vas conociendo a gente, gente que acaban siendo amigos, otros que no tanto, por supuesto... A lo que le vas dedicando cada día más y más horas... Y ahí está el kid de la cuestión... saber combinar los dos mundos, el 1.0 y el 2.0.

Yo lo he tenido bastante fácil, ya que como he dicho antes, siempre he hablado a todo mi alrededor de las cosas que hago, por lo que, cuando he ido a algún evento, alguna kedada o similares, no se ha hecho extraño, es más... incluso he llegado a mezclar los dos mundo (cosa que no funcionó muy bien, todo sea dicho).

Creo que la clave para combinar mi vida con el podcasting, ha sido hacerles partícipes de ello... Digamos que empecé yo solita... y poco a poco he ido "metiendo" a los niños, pareja, amigos en esto.

No es una tarea fácil, ya que tampoco están muy predispuestos, pero hoy por hoy, tengo que decir que me enorgullece que mis niños tengan su propio podcast, en el que graban con un amigo que vino del 2.0 y ahora van locos por verse, encontrarse y jugar.. y como añadido... grabar su podcast.

Sí que es cierto, que te vas metiendo en cosas, cada vez más, y que cada vez le dedicas más tiempo, pero es tiempo que das a algo que te gusta, a un mundo que disfrutas, y quizá lo que más cuesta de entender a nivel familiar, que esto es como el que va a entrenar a fútbol, o sale en bici, o cualquier deporte o afición que necesite de tus horas. El Podcasting, al menos al nivel que yo lo estoy haciendo, es mi hobby, es mi deporte o mi ocio. El día que no sea así, lógicamente, no me compensará estar las horas que estoy dedicándole a ello. Pero de momento, llevo desde enero de 2009 y tengo que reconocer que es un mundo que cada vez me apasiona más.

Y en definitiva... digamos que es un mundo apasionante, en el que si tengo que poner una balanza... siempre se decantará, con diferencia, para el lado positivo. Hasta la fecha, nada más que me he llevado satisfacciones.

Conocer a gente como la que he conocido, gente que en la actualidad comparte mi día a día, gente a la que ya no solo hablamos de podcasts, sino que ha pasado a un nivel personal absoluto.

¿Quién me diría a mí, hace algo más de dos años, que iría por ahí dando talleres de “Como hacer un podcast” o “La Magia del Podcasting”?, que hablaría sin parar delante de gente que no conozco de nada, y que lo mejor de todo... a raíz de esos talleres... ¡conseguir que alguien se haga su propio podcast! Nunca habría imaginado la satisfacción que es esto. Incluso, hacer un taller en un Casal de Verano, dónde vamos a enseñar a unos 60 niños y niñas de 9 a 12 años a hacer un podcast...

Sí, la verdad es que sí ha valido mucho la pena... Y hoy por hoy, reconozco que me encanta compartir este mundo con mi alrededor, con mi familia, con mis amigos y todo mi entorno.

Bloque Tecnológico



Autor: Roberto Pastor Ortiz
Profesión: Programador
Podcast: Kafelog
Web: <http://www.kafelog.com>

Aspectos técnicos del Podcasting

Ya has tomado una determinación, quieres hacer un podcast.

Mi enhorabuena, lo creas o no, no todo el mundo tiene la iniciativa para tomar esa decisión simplemente por la montaña de dudas que rodean al podcasting, en cuya cima podemos encumbrar a las dudas técnicas, las que se resumen en una sola pregunta ¿qué equipo necesito para grabar un podcast?.

Otra cuestión que preocupa a los futuros podcasters es la cantidad de dinero que necesita ser invertida para sacar un podcast decente. Bueno, pues ya te adelanto que esa cantidad parte directamente desde 0, es decir, puedes grabar un podcast sin invertir un sólo euro en ello. Aunque si lo deseas puedes desembolsar cuanto dineroquieras en pos de conseguir una calidad técnica mejor, pero sólo eso, calidad técnica, el contenido tiene que surgir de ti.

De un plumazo te diré que para grabar un podcast necesitas un ordenador, un micrófono y una conexión a Internet. Sí, acabo de decir que no hace falta desembolsar ni un solo euro para producir un podcast, pero creo que estoy en lo cierto en que al menos dos de esos elementos, a falta de un micrófono, ya se

encuentran en la comodidad de tu hogar, sobre todo si estás interesado en el mundo del podcasting.

En las siguientes páginas voy a explicarte a grandes rasgos, pero con cierta profundidad, el equipo técnico necesario para poder grabar, editar y publicar un podcast en Internet, y verás que no se necesita una gran inversión para conseguirlo. ¿Vamos?

El Micrófono

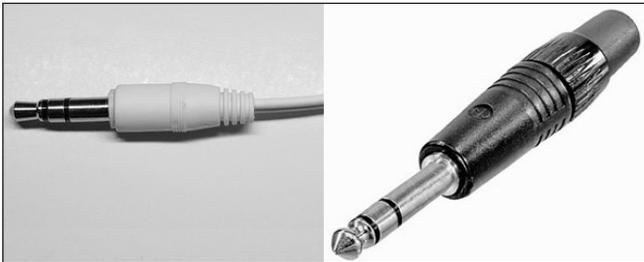
Antes incluso de buscar un ordenador en el que poder hacer la grabación y la edición del podcast, es importante elegir el tipo de micrófono que vas a usar en la grabación. Actualmente puedes encontrar los clásicos micrófonos de pie que se plantan junto al ordenador y que normalmente se usan en los programas de videoconferencias como Skype y similares. Aunque también es cierto que este tipo de micrófonos están desapareciendo, cediendo el mercado a los auriculares con micrófono, también conocidos como Headphones o más comúnmente cascos, como los llamaremos a partir de ahora.

El precio de estos cascos van desde lo más irrisorio a lo más serio. Es decir, puedes encontrar cascos por valor de dos euros y otros cuyo precio ascienda hasta rozar los cien euros. Por supuesto, y por experiencia propia, recomiendo la primera opción no sólo por el bajo coste, sino también porque la calidad de audio que graba ese tipo de micrófonos es un buen punto de partida para cualquier podcaster.

El hecho de recomendar cascos para grabar el audio es muy sencilla. En un podcast lo que deseamos es grabar únicamente la voz del podcaster, por lo que un casco, en el que el micro se encuentra próximo a la boca, ayudará a captar la voz mejor y, más importante aún, reducirá enormemente el ruido del ambiente (coches que pasan por la calle, taladradoras a horas intempestivas, etc.). En este punto me gustaría recomendarte que, si vas a comprar un micrófono para poder grabar un podcast, este debe ser unidireccional, es decir, que sólo capta el sonido en una única dirección, aislándose del ruido de los alrededores. Piensa en un/a reportero/a entrevistando a alguien en televisión, no podrás oír la voz del entrevistado a no ser que el/la reportero/a apunte con el micrófono directamente a la boca del entrevistado, centrando la atención en lo que importa, la conversación.

Es imperativo que te alejes de los micrófonos omnidireccionales, que justamente hacen lo contrario que los micrófonos unidireccionales, captar todo el audio alrededor de sí mismo. Un ejemplo de este tipo de micrófonos es el que suele ir integrado en los ordenadores portátiles. Existen podcasts que utilizan este tipo de micrófonos para sus sesiones de grabación, pero personalmente no consiguen sacar el mejor audio y en ocasiones provocan que no se entienda claramente a los podcasters, ya sea por lejanía al micrófono o por interferencia de ruidos ajenos.

Todos los cascos se conectan de la misma manera a nuestro ordenador, a través de una clavija de 3'5 milímetros, también conocida como Mini-Jack, conectada a la entrada de micrófono del ordenador. En estas clavijas podemos ver a simple vista una serie de muescas que recorren todo el cilindro metálico que las conforman. Si sólo vemos una muesca, entonces ese micrófono captará el sonido en mono, mientras que si cuenta con dos muescas lo hará en estéreo. Simplificando, la calidad de sonido que grabemos con un micrófono estéreo es mejor que la que podemos obtener con un micrófono mono de características similares.



Izq: Conector de 3'5 mm o Mini- Jack - Der: Conector de 6'5 mm o Jack

Si eres más ambicioso y quieres tener una calidad de sonido superior a la que se puede obtener con unos cascos, puedes optar por la otra opción más recomendable, aunque también bastante más cara, la mesa de mezclas. Existen diversos modelos de diversas marcas en lo que se refiere a mesas de mezclas, pero el precio más barato que puedes encontrar entre ellas rondará los cien euros. Es el caso de Podcastudio, una iniciativa de la empresa Behringer que decidió comercializar un pack consistente en un micrófono, una mesa de mezclas y el cableado necesario para conectar la mesa a nuestro ordenador. Su precio supera los mencionados cien euros pero personalmente creo que es la

mejor opción a elegir entre todas las posibles si no somos duchos en el mundo de las mesas de mezclas.

A todo esto, ¿qué es una mesa de mezclas? Pues se trata de un dispositivo que realiza la mezcla del audio que recibe a través de los distintos canales de entrada, en los que se pueden conectar micrófonos u otros dispositivos de audio como reproductores de MP3. Tras realizar la mezcla, la mesa sacará el resultado por su salida y está entrará en nuestro ordenador, donde la podremos tratar en nuestro software de grabación de audio.

Evidentemente el tipo de conexiones cambia aquí, empezando por los micrófonos. Estos no tienen nada que ver con los cascos, sino que son micrófonos convencionales, como los que usaría cualquier cantante. Su conexión a la mesa de mezclas se hace a través de un conector de 6'5 milímetros, también conocido como conector Jack. Desde la mesa a nuestro ordenador podemos encontrar diversos sistemas de conexión, como Mini-Jack (que debe conectarse a la entrada de línea de nuestro ordenador en vez de a la entrada de micrófono), conexión USB o Firewire (como la usada por las cámaras de vídeo).



La mesa de mezclas modelo Behringer Xenyx 802

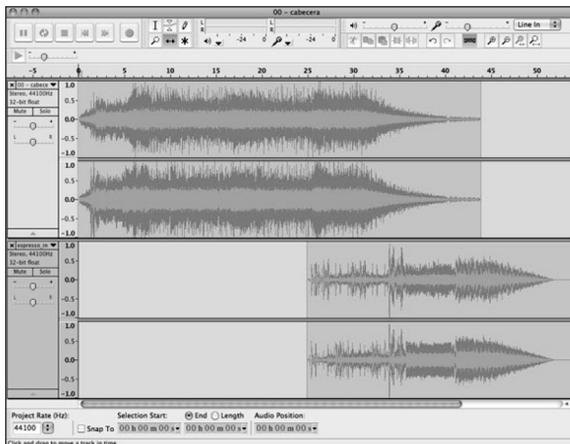
Mi consejo personal es que dejes la mesa de mezclas como última opción y sólo acudas a ella si no consigues una calidad de audio decente con unos cascos o si deseas mejorarla una vez que ya estés asentado y cómodo con la grabación y edición del podcast. ¿Que cómo editas el podcast? Pues me alegra que me hagas esa pregunta.

El Software de grabación

Aquí no quiero darte un curso acelerado de cómo se edita un podcast. Para ello lo mejor es la experiencia que se adquiere grabando una y otra vez y descubriendo las partes que deseamos corregir y la manera para corregirlas. Aquí no hay ninguna fórmula mágica ni una serie de pasos establecida de antemano por gurús del podcasting venidos de tierras lejanas. Lo fantástico del podcasting es que cada podcaster tiene su manera de grabar y editar su audio, la cual seguramente nacerá en las rutinas aprendidas de otros, pero paulatinamente y conforme adquieras soltura, tienes que cambiar tu flujo de trabajo en la edición de la forma que mejor te convenga. Y sobre todo, nunca te cierres a aprender nuevos trucos y técnicas.

Aclarado esto, voy a recomendarte los dos programas de edición de sonido que personalmente considero mejores. El primero funciona bajo todas las plataformas de ordenador existentes, mientras que el segundo sólo podremos encontrar en los ordenadores de Apple, los cuales van ganando terreno en el mercado día a día.

Audacity



Audacity es el programa más recomendable a la hora de editar un podcast. Y es que de primeras se trata de una programa totalmente gratuito que puedes

descargarlo desde su página web (<http://audacity.sourceforge.net>). Además se trata de un programa multiplataforma, lo que viene a significar que tienes una versión para el sistema operativo Windows, otra para Mac y otra para Linux, siendo las tres exactamente iguales, por lo que haré ningún tipo de distinción entre las tres.

Una gran ventaja de Audacity es su sencillez de manejo. A simple vista puedes ver los controles principales de grabación y edición, los cuales son muy intuitivos y fáciles de manejar. Esto no quiere decir que el programa sea sólo para novatos. Conforme avances en el manejo de Audacity, descubrirás que tiene muchas más opciones de las que parece, como por ejemplo los numerosos efectos y filtros de audio, con los que puedes añadir ecos, reverberaciones, fade-in, fade-out, eliminar ruidos, normalizar y un largo etcétera.

Audacity es una herramienta muy extendida en el mundo del podcast, lo cual es otra gran ventaja gracias a la gran comunidad que hay detrás de este programa. Siempre que tengas una duda con respecto a la edición de audio con Audacity, puedes encontrar rápidamente la respuesta en Internet sin mucho esfuerzo.

Garageband



El software de grabación preferido por los usuarios de Mac. Esto es completamente comprensible ya que Garageband ya se encuentra instalado cuando compras un ordenador de Apple, ahorrándote la búsqueda de cualquier otro

software de grabación y edición de audio. Aparte se trata de una muy buena herramienta que, si comparamos con la mencionada Audacity, tiene bastantes puntos a favor aunque otros pocos en contra.

Al ser un producto de Apple, su integración con el sistema es total, así Garageband se puede conectar a tu biblioteca de iTunes (el software de reproducción de música por excelencia en Mac) para que puedas incluir música en tus grabaciones. Por otro lado Garageband dispone de una buena cantidad de sonidos, efectos y samples musicales que puedes incluir en tu podcast simplemente pinchando y arrastrando en la zona de trabajo, la cual es la gran ventaja de este programa, ya que ofrece un manejo en la edición realmente ágil.

A pesar de ello, debo decir que hay algunos aspectos que se echan en falta en Garageband, como son un filtro de ruido mejor implementado y un sistema para implantar los efectos de sonido (ecos, etc.) de una manera más versátil, de lo cual Audacity ya dispone.

Consejos para conseguir una buena calidad de audio

Una vez conocidos los elementos que se necesitan para grabar un podcast sólo queda grabar, grabar y grabar, ¿el qué? Cualquier cosa, lo que sea con tal de realizar cuantas pruebas sean necesarias para familiarizarte con tu micrófono y con el manejo del software que has elegido.

Lo único que te puedo aportar de más son unos pequeños consejos que deberías tener en cuenta a la hora de grabar y editar tu podcast. Teniendo como base estos consejos, tardarás muy poco en tener un podcast con un sonido claro, algo que es muy importante.

- Elimina el ruido: antes de grabar asegúrate de estar lo más aislado posible de fuentes de ruido externas. Cierra ventanas y puertas, si te interrumpen en mitad de la grabación deténla y elimina el momento de la interrupción de la parte que lleves grabada. Si tu micrófono es barato, procura no proyectar tu propia respiración directamente sobre él ya que esta se grabará. Puedes evitar esto añadiendo una espuma de protección al micrófono. Por último, aplica filtros de eliminación de ruido para deshacerte de la molesta estática, un ruido de fondo que se graba casi siempre y que resulta muy molesto si no se elimina.

- Elimina los silencios: si te quedas en blanco en mitad de la grabación, no dejes de grabar, simplemente para y termina la frase en el momento que la tengas clara. Posteriormente, en el proceso de edición, elimina estos silencios que se han producido. Esto sirve tanto para este caso como para otros, por ejemplo una conversación en la que haya un largo espacio entre una pregunta y respuesta, silencios incómodos, silencios para atender una interrupción externa si no puedes detener la grabación, etcétera.

- Normaliza el audio: el concepto de normalizar el audio simplemente es el hecho de nivelar el audio de tal forma que sean igual de audibles un grito que un susurro, de esta forma no dejarás sordo al oyente y no le forzarás a subir el volumen del podcast para oír un comentario en voz baja. Para hacer esto recomiendo un software que aplica automáticamente un filtro que normaliza de una manera increíble el audio. El programa se llama Levelator (<http://www.conversationsnetwork.org/levelator>), es totalmente gratuito y se puede encontrar para Windows, Mac y Linux.

- Calidad de exportación: una vez hayas terminado la edición del podcast, sólo te restará exportarlo a un archivo de audio (normalmente MP3) para que pueda ser escuchado en cualquier ordenador y reproductor de audio portátil. La exportación es muy importante ya que determinará el tamaño del fichero de audio, el cual repercutirá en el tiempo que tardará una persona en descargar nuestro podcast. Para conseguir una relación calidad de audio / tamaño de fichero óptima, es recomendable que ajustes el bitrate en las opciones de exportación a una frecuencia de 96 kbps. Para que tengas una idea, un CD de música tiene una calidad aproximada de 192 kbps, lo cual sería exagerado para un podcast, sobre todo si hay mucha voz y poca música.

Conclusiones

Producir un podcast desde la comodidad de tu hogar es barato, y es algo que debes tener muy claro. El dinero a desembolsar en pos de conseguir un podcast con una buena calidad de sonido lo marcas tú mismo, pero como has podido comprobar, no es necesario gastarse más dinero del estrictamente necesario para tener a tu disposición las herramientas que te convertirán en todo un podcaster.



Autor: Javi F. Lago
Podcast: Remove Before Flight
Web: <http://rbf.com.es/>

¿Que pueden hacer con mi podcast? Derechos de autor en la podcastfera

El concepto de “derechos de autor” se suele relacionar erróneamente con cobro de cánones abusivos y otras prácticas que no son demasiado bien vistas por la sociedad. Pero la realidad es que los derechos de autor no tienen nada que ver con esas prácticas. Son mucho más que eso. Por ejemplo, las licencias Creative Commons existen gracias a que los derechos de autor existen. Esto significa que los derechos de autor, bien utilizados y bien entendidos, son una herramienta útil para el podcaster, y no tienen nada que ver con el uso rancio y retorcido que algunas entidades hacen de esos derechos.

El concepto de “derechos de autor” se suele relacionar erróneamente con cobro de cánones abusivos y otras prácticas que no son demasiado bien vistas por la sociedad. Pero la realidad es que los derechos de autor no tienen nada que ver con esas prácticas. Son mucho más que eso. Por ejemplo, las licencias Creative Commons existen gracias a que los derechos de autor existen. Esto significa que los derechos de autor, bien utilizados y bien entendidos, son una herramienta útil para el podcaster, y no tienen nada que ver con el uso rancio y retorcido que algunas entidades hacen de esos derechos.

Los derechos de autor son lo que impide que por ejemplo, otra persona o una empresa coja nuestro trabajo y lo utilice para sus propios fines sin consultarnos nada, pero también nos permiten ceder esos derechos a quien nos plazca para que hagan con nuestra obra lo que quieran, sin que por ello tengan problemas legales. Es decir, los derechos de autor, lejos de ser una herramienta restrictiva, otorgan al creador la libertad de decidir que es lo que se puede o no se puede hacer con su obra.

En primer lugar deberíamos tener claro el concepto de los derechos de autor y desterrar algunos mitos equivocados sobre ellos. Por ejemplo, ¿Debemos registrarnos en la SGAE para tener derechos de autor? La respuesta es NO. La ley otorga derechos a los autores desde el mismo momento en que crean su obra. Es decir, si puedes demostrar que la obra es tuya, ya sea con los archivos digitales originales o de la manera que sea oportuna, eres el autor y tienes tus derechos. Eso sí... si tenemos algún problema de que nos plagien, siempre es más fácil si nuestra obra está inscrita en el registro de la propiedad intelectual (que depende del ministerio de cultura, no la SGAE) o en alguna empresa privada de registro intelectual (que existen). Esto nos permitiría certificar la autenticidad de la obra y certificar fácilmente que somos los autores. Aunque no sea necesaria dicha inscripción, facilita las cosas.

Pero veamos en que consisten exactamente los derechos de autor. En realidad son un conjunto de derechos, cada uno de los cuales se refiere a unos temas concretos.

El Derecho Moral

En primer lugar tenemos lo que se llama el derecho moral. Esto es un derecho que tiene el autor de ser reconocido como tal. Es más, el autor tiene derecho a ser reconocido de la manera que él decida, ya sea mediante su nombre, o si lo desea, ser autor de manera anónima o mediante un pseudónimo o apodo.

El derecho moral es un derecho irrenunciable. Eso significa que el autor no puede renunciar a la autoría de una obra una vez realizada. Aunque esto no es muy útil para los podcasters, si lo es en otros campos, donde la firma de un contrato donde se especifique una renuncia a la autoría, será considerado como un contrato ilegal. Por ejemplo, los famosos libros escritos por algún famoso, que en realidad no están escritos por ellos sino por otro autor que no aparece

en ninguna parte, son ilegales. Porque una cosa es vender un libro y otra tu propia autoría.

Pero lo que el derecho moral nos otorga por ley, no acaba ahí. Además de ser reconocidos como autores, el derecho moral también nos permite decidir si queremos que la obra se divulgue o no, y de que forma. Tenemos también derecho de retirar la obra o también de actualizarla o de modificarla. Y también nos permite exigir la integridad de la obra. Por ejemplo, si se cita una creación nuestra, pero solo las partes que interesan de manera que cambie su significado, como autores podemos exigir que se respete la integridad de lo que nosotros hemos creado.

Los Derechos de Explotación

Tenemos también lo que se llaman derechos de explotación. Estos derechos sirven para que el autor decida cómo quiere que su obra sea publicada o utilizada. El autor además puede decidir si quiere o no recibir una compensación económica por la cesión de dichos derechos (es lo que sucede, por ejemplo al ceder los derechos a una editorial). Pero por supuesto, el autor también puede renunciar a cobrar por la cesión y en ese caso la obra es gratuita.

El derecho de transformación. Es el derecho del autor de decidir cómo y cuando se puede alterar su obra o que esta sea usada para crear otra obra, cosa que se conoce como obra derivada.

El derecho de reproducción es básicamente un derecho de utilización. Es decir, el autor puede decidir quien puede usar y para qué puede usarse su obra. Por ejemplo, podríamos escribir un artículo y permitir su uso no comercial.

También tenemos el derecho de distribución que viene a ser que el autor decide cómo y cuando se puede distribuir su obra... entendiendo distribución como la creación de múltiples copias que irán a parar a muchos usuarios finales. Una distribución es por ejemplo la venta de un libro o de un CD o cuando un oyente se descarga un podcast con el itunes.

Parecido, pero no igual, es el derecho de comunicación pública, que es la puesta a disposición del público de una o pocas copias que estarán al alcance de mucha gente. Hay a veces confusión entre éste derecho y el anterior, pero

en realidad es muy fácil distinguirlos. Imaginemos que pintamos un cuadro. Hacer mil copias de este cuadro y regalarlas, es una distribución. En cambio colgar un solo cuadro en la Puerta del Sol a la vista de todo el que pase, es una comunicación pública. Es decir, es una comunicación pública cuando permito que la gente tenga acceso a la obra pero ellos no se quedan con una copia. Eso es cuando se emite una canción por la radio, cuando se emite algo por televisión o se emite un podcast por streaming.

Cabe destacar que estos derechos de explotación no se consideran nunca cedidos a no ser que el autor especifique lo contrario. Es decir, si alguien hace una fotografía o escribe un texto, si el autor no dice nada, yo no puedo decir que “se supone que puedo usarlo”. Solamente si el autor dice que me permite usarlo, podré hacerlo sin tener problemas.

El autor puede decidir, para su obra, cómo y cuándo se aplican cualquiera de éstos derechos. Por ejemplo, un podcaster podría decidir que su audio se pueda escuchar en streaming (comunicación pública) pero no se pueda descargar (Distribución). O también puede decidir que cualquiera pueda descargar, escuchar, distribuir, comunicar públicamente como quiera, pero no para usos comerciales. Todo eso son lo que se llaman límites de los derechos.

Los límites de los derechos.

Además de disponer de los derechos morales y de explotación un autor puede limitar esos derechos. Esas limitaciones pueden ser geográficas, temporales, por medios, por número de copias, o cualquier otra cosa a criterio del autor.

Por ejemplo, un podcaster puede decidir que su podcast sea de libre distribución solo en España (limitación geográfica) o que solo esté disponible durante un mes (limitación temporal). Otra cosa es que sea técnicamente posible, claro. Este tipo de límites geográficos son complicados de implementar en internet, pero muy habituales en medios más tradicionales.

O también un podcaster podría decidir que su podcast se puede distribuir de cualquier manera, pero no permita la comunicación pública a través de la radio tradicional.

El conjunto de derechos junto con las limitaciones de esos derechos, es lo que se llama una licencia de uso o cesión de derechos. Y el qué derechos cede y con qué limitaciones, es una decisión que recae exclusivamente en el autor.

Las licencias

Tal como hemos comentado, una licencia no es más que un conjunto de los derechos de autor junto con las limitaciones que el autor decida. Eso da como resultado una licencia que especifica lo que el autor permite o no permite hacer con su obra.

No existe una manera concreta de redactar una licencia, es algo totalmente libre, sin embargo sí existen unos modelos predefinidos como por ejemplo las licencias Creative Commons, de las que hablaremos dentro de poco.

La manera de redactar una licencia puede ser algo tan sencillo como “Se permite todo el uso no comercial” hasta ser tan compleja como un contrato de varias páginas.

Un ejemplo de licencia para un podcast se podría redactar pensando uno por uno en cada derecho e ir estipulando sus límites. Veamos... imaginemos que Juan García ha creado un podcast y desea redactar una licencia.

Ejemplo de Licencia: el autor debe ser reconocido y figurar como Juan García, debiendo constar también la página web. No se permite alteración alguna del podcast ni la creación de obras derivadas del mismo. Cualquiera es libre de utilizar este podcast para fines no comerciales, dentro de España. Se permite el uso fuera de España, pero siempre que el autor sea avisado de esa utilización. Durante el primer mes solo se permite la descarga a través de la web del autor. Pasado ese mes, se permite la descarga desde cualquier página web o cualquier otro soporte (CD, memorias, etc). Se permite la distribución por streaming, pero no la comunicación a través de radio tradicional, cosa que necesitará del permiso expreso del autor. El autor renuncia expresamente al cobro de cualquier compensación por la utilización del podcast en los casos contemplados en esta licencia.

Como podéis observar, esta licencia no es más que un repaso de los derechos antes expuestos, uno por uno y citando los límites que hemos decidido

poner a cada uno. Nada más. Esta licencia es perfectamente legal y válida, aunque es imprescindible que no pueda ser malinterpretada o que no tenga contradicciones. Es por ello que si necesitamos licencias complejas, que contemplan muchos medios, muchas limitaciones y compensaciones económicas de cierta importancia, es conveniente que un abogado especialista las revise... ya que si no están impecables, tenemos mucho que perder.

Las Licencias Creative Commons

Es muy conocida la expresión “La licencia creative commons me da derecho a...”. Es más, hay gente que está convencida de que las licencias Creative Commons son lo opuesto a los “derechos de autor” tradicionales. La realidad es que técnicamente, una licencia creative commons no “da derecho” a nada... quien da el derecho es la ley de propiedad intelectual. La licencia Creative Commons solo es una manera de poner por escrito lo que la ley de propiedad intelectual estipula, porque es una licencia. Y la licencia creative commons tiene la misma validez legal que una licencia que nosotros mismos redactemos.

Es decir, las creative commons son una manera preestablecida, clara, legal, y fácil de redactar una licencia de cesión de derechos de autor sin necesidad de un abogado, y son legalmente válidas porque están dentro de lo que la ley de propiedad intelectual permite. Es decir, el poder de las Creative Commons emana de la Ley de la Propiedad Intelectual.

Y son una herramienta estupenda, ya que son tremendamente cómodas para el público general. Tienen la ventaja de que no hace falta ser un experto en leyes para utilizarlas. La parte negativa es que no contemplan todas las posibilidades, ni todos los derechos. Por ejemplo, si quisiéramos permitir el uso comercial, pero solo para un determinado sector, una licencia Creative Commons se nos quedaría “coja”, porque no están pensadas para eso.

Básicamente una licencia Creative Commons nos permite decidir sobre el derecho moral (reconocimiento del autor) sobre el derecho de reproducción (si queremos o no que se use y si es uso comercial o no) y sobre el derecho de transformación (si permitimos modificaciones u obras derivadas o no). Pero eso es todo. Con una creative commons no puedo, por ejemplo, decir que no permito el uso comercial el primer año, pero sí a partir del segundo.

O por ejemplo, con una creative commons no puedo ceder algo en exclusiva a alguien, por ejemplo, decidir que un podcast pueda ser exclusivo para una web determinada durante un año y luego, pasado ese año, pase a ser de libre distribución (esto es muy habitual en el mundo comercial).

Pero eso son usos más profesionales o semiprofesionales. En cambio, un podcaster o blogger amateur tiene más que suficiente con una licencia Creative Commons, ya que cubre sus derechos básicos sin tener que leerse la ley de propiedad intelectual.

Pero recordad, los derechos no emanan de las licencias Creative Commons, sino de la ley. Las licencias sólo son una manera de dar forma a esa ley para casos concretos. Lo reitero porque no sería la primera vez que leo o escucho comentarios a favor de las Creative Commons y en contra de los derechos de autor... discusión que es totalmente absurda.

Obra Colectiva y Obra en Colaboración

Otro concepto que da lugar a polémicas es el de obra colectiva y en colaboración. Por supuesto, si nosotros somos los autores de un podcast y no contamos con ninguna ayuda, no hay duda de que somos los únicos autores. Pero... ¿que sucede cuando no es así?

En el caso de que los autores sean varios, existen dos fórmulas legales para repartir los derechos de autor. Uno muy clásico es el concepto de Obra en colaboración o más coloquialmente llamado obra colaborativa. Otro es el concepto de Obra Colectiva. Ninguna es mejor que la otra, son simplemente maneras diferentes de encarar un trabajo en equipo.

Obra En Colaboración

Una obra en colaboración es aquella en la que cada autor aporta su parte al total. Cada autor es el propietario de su propia parte y decide cómo ésta parte es publicada. El autor además puede utilizar su aportación para otra obra propia, siempre que no entre en competencia con la obra principal. En caso de que existan remuneraciones, cada autor recibiría su parte proporcional.

Un aspecto importante de las obras en colaboración, es que la licencia de utilización de la obra es decisión de todos los autores que participan en ella. Es decir, la obra se licencia de mutuo acuerdo entre todos.

Éste mismo artículo en este libro es un buen ejemplo. Este es el libro colaborativo del podcasting. Eso significa que éste artículo que estás leyendo es obra mía, tengo derecho a ser reconocido como autor del mismo, a exigir su integridad y todas esas cosas de las que estamos hablando. Y cada autor de cada artículo, igual. Pero pensemos en una cosa... ¿que sucede si una vez publicado cambio de opinión y decido, como autor que soy, a retirar mi obra? Ah... es por eso que existe la ley. Un aspecto muy importante de las obras en colaboración, es que aunque el autor sigue siendo el autor de su parte a todos los efectos, una vez publicada la obra no puede retirar su parte, porque eso afectaría no solo a su parte, sino a la obra entera y por tanto, a los demás autores. Los derechos de un autor que colabora en una obra de éste tipo, acaban donde comienzan los derechos de los demás autores.

Sin embargo, si una vez publicado este libro, yo decidiera mejorar, ampliar o recortar este artículo, es mi derecho como autor, y en la próxima edición o versión de éste libro de podcasting, se recogerán éstos cambios.

La Obra Colectiva

En una obra Colectiva, la obra se realiza por iniciativa de una sola persona o entidad. Los autores que aportan cada uno su parte, tienen derechos morales, por supuesto.

En algunas obras comerciales, el concepto de obra colectiva se ha utilizado como excusa para no pagar las reediciones, traducciones o similares. Aunque siempre hay gente dispuesta a “pervertir” todo, no tiene por qué ser así, ya que una obra colectiva no necesariamente significa eso. Al contrario que en la Obra En Colaboración, en que la remuneración se reparte en partes proporcionales, en las obras colectivas la remuneración es algo que se pacta con la persona o entidad que encargan la obra. Es por ello que que un abuso en este aspecto deriva siempre de un error a la hora de negociar las condiciones. Sí, es duro, pero cuando en una obra colectiva te han vendido la moto... la culpa suele ser de uno mismo, aunque moleste reconocerlo.

De todas maneras, el aspecto principal de las obras colectivas, es que la decisión sobre la licencia de utilización, es decir, la cesión de derechos y límites, no recae en el conjunto de autores, sino en la persona o entidad que ha tenido la iniciativa de hacer la obra.

Y un aspecto muy importante sobre esto... si te encargan una parte de una obra en la que hay más autores (lo que se conoce como “encargo”) a no ser que exista un contrato que especifique lo contrario, legalmente es una Obra Colectiva, no una obra en colaboración.

La pregunta que ahora asaltarán a más de uno es ¿y mi podcast en el que participamos cinco personas, que es mejor, colaborativo o colectivo? Bien, la respuesta es que ninguno es mejor ni peor. Una obra en colaboración es más fácil cuando los autores son serios, responsables y honestos. Si por el contrario tenemos un podcast con debates polémicos con gente que habla una cosa y luego se arrepiente, siempre es mejor hacerlo como obra colectiva. También, si la licencia de uso es sencilla, podemos usar una obra en colaboración. Si por el contrario tenemos que se publica en diferentes medios como radios, blogs, etc y queremos rapidez de reacción para negociar con el medio que publica, siempre es mejor una obra colectiva, es más rápida de gestionar.

Hay ventajas e inconvenientes. Por poner un ejemplo, si nos reunimos diez personas para hacer un podcast puede parecer que la obra en colaboración es lo ideal... pero... ¿y si me da por decidir un logo? en el caso de la obra colectiva, decido el logo y punto. Pero en el caso de la obra en colaboración, nos tendremos que poner de acuerdo los diez.

Es decir, ni las condiciones de las obras colectivas son abusivas ni tampoco las obras en colaboración son la panacea y la cura de todos los males. Cualquier cosa se puede torcer o puede ser una experiencia enriquecedora. Es cosa de cada uno conseguir un acuerdo entre los autores y unos derechos de autor honestos, transparentes y válidos para todos, sea colectiva o en colaboración.

La gratuidad de una obra

A muchos os resultará curioso que no hemos mencionado para nada todavía la gratuidad de la obra. ¿pero no era el Creative Commons para obras gratuitas? ¿las obras colaborativas no son gratuitas?

Pues... no necesariamente, al menos no en concepto. La gratuidad o no de una obra es decisión del autor. En el caso de las licencias Creative Commons, el autor cede el uso a cambio de nada, con lo cual toda obra con licencia Creative Commons es gratuita... pero cuidado, es gratuita siempre que se use tal y como especifica la licencia. Por ejemplo, si cedo un podcast mediante una licencia Creative Commons, pero especifico un uso no comercial... ¿que sucede si alguien quiere usarlo comercialmente? Pues que en ese caso, la licencia Creative Commons no tiene validez, y por tanto, podré llegar a un acuerdo comercial con esa persona para que a cambio de una compensación, pueda hacer un uso comercial de mi obra. Fácil ¿no?

En el caso de una obra en colaboración u obra colaborativa... lo mismo. Que sean varios autores con derechos proporcionales y decididos entre todos es una cosa... que éstos decidan o no cobrar es otra. Es decir, la gratuidad de una obra no tiene absolutamente nada que ver con si es colaborativa o colectiva.

Una reflexión final

Así pues y para acabar éste artículo, diré que cuando me pidieron que redactara éste artículo, creí que era una buena oportunidad para que los podcasters, lejos de estar “en contra de los derechos de autor”, supieran lo que son en realidad esos derechos y cómo usarlos de manera transparente y abierta, ya sea mediante sus propias licencias o mediante Creative Commons.

Los derechos de autor no son necesariamente lo que algunas entidades con intereses oscuros quieren hacernos creer. Los derechos de autor son una herramienta al servicio de los autores, y si los autores quieren que su público disfrute de sus obras gratuitamente y sin restricciones, ninguna supuesta entidad que pretende defendernos de nosotros mismos puede ponerse en medio.

Los derechos de autor, tal como están actualmente en la ley, defienden a los autores, no a terceras partes con intereses poco claros. El mensaje que tenía en mente al escribir este artículo, es que la ley no está para fastidiar al usuario final, sino para dar derecho al autor de hacer con su obra lo que le plazca... y eso incluye regalarla. No hablaré del infame canon, porque si os leéis la ley de la propiedad intelectual, veréis que en ninguna parte dice que se tenga que cobrar preventivamente porque un disco duro pueda ser usado para copiar nada. Eso

es una aplicación parcial, absurda y retorcida de una ley que está para proteger al autor, no para hacer la vida imposible a nadie.

El presente libro colaborativo es descargable de manera gratuita, hasta en una red P2P, y nadie puede impedirlo, ni siquiera la SGAE, porque la ley nos da ese derecho. El lema de éste libro es “Tu tienes la palabra”... y con la ley en la mano, esa palabra es nuestra y por ello decidimos regalarla. Nosotros decidimos, y no alguien en un despacho de la Calle Fernando VI de Madrid.

Ahora, vosotros decidís cómo queréis hacer llegar vuestra palabra a vuestros oyentes.



Autor: Rafael Osuna
Podcast: Cabreados, El Podcast
Web: <http://www.elultimoblog.com/>

El podcast salvó a la estrella de la radio

Allá por 1920, en la ciudad norteamericana de Pittsburgh tuvo lugar un acontecimiento que iba a quedar marcado en la historia. Al menos en la historia de la radio. Y es que ese año, el mismo año en que nacían personalidades del calibre de Isaac Asimov, Miguel Delibes o Federico Fellini, el año en el que el crimen organizado se ponía las botas en Estados Unidos gracias a la recientemente impuesta Ley Seca, ese año apareció la primera emisora de radio comercial: la “KDKA”.

La “KDKA” fue la primera emisora de radio. Su aparición en Pittsburgh hizo cambiar de una manera radical la manera en la que las familias ocupaban sus ratos de ocio, la manera en la que eran informadas, la manera en la que escuchaban música y, en definitiva, hizo cambiar de manera radical la forma en la que la gente vivía sus vidas.

Con algunos años de diferencia con respecto a Estados Unidos, en 1924 se inició las emisiones de varias emisoras de radio en nuestro país con Radio Ibérica a la cabeza. En la España de Primo de Rivera, por primera vez se pudo acceder a las noticias sin tener que esperar a que las trajera el periódico mucho

tiempo después de haber sucedido. Era la primera vez que no era necesario salir de casa para estar informado. Con ese aparato de radio que, poco a poco, fue haciéndose sitio en el centro de los salones de las principales casas españolas, se podía saber lo que acontecía casi al instante. Y es que las primeras emisiones consistían en noticieros (“diarios hablados”, como eran conocidos por aquel entonces) aunque, poco a poco, la temática se fue ampliando y aparecieron espacios musicales, culturales y, posteriormente, retransmisiones deportivas y taurinas. Todo esto llevó a que las familias (y los vecinos de éstas que no podían permitirse comprar una radio pero visitaban a los poseedores del aparato con mucha más frecuencia que antes) se agolpasen al rededor de estos nuevos reyes del hogar para acceder a contenidos que anteriormente les estaban vetados. ¿Cómo, de no ser gracias a la radio, iba a poder una persona de Cáceres acceder a los partidos de la liga española de fútbol que empezaron a jugarse en 1928?

A partir de entonces, nadie pudo destronar a la radio como centro neurálgico de todos los hogares españoles, como punto de encuentro para la familia, como centro de información y de ocio. Parecía que ese reinado iba a ser indefinido hasta que, allá por 1956, desembarcó en España algo que había revolucionado a los americanos poco tiempo antes: la televisión. Sin embargo, la televisión era un aparato mucho más caro, al que no todo el mundo podía acceder, y que además requería que se instalase una antena especial en la casa. Algo caro y complicado. Por eso, algunos no le vieron mucho futuro. Sobretudo teniendo en cuenta que la radio se encontraba en pleno esplendor. Radionovelas como la de “Ama Rosa” en 1959 eran acontecimientos nacionales que detenían el país y que hacían que no pareciese que la radio fuese a ser batida por la reciente llegada de la televisión. La radio no moriría nunca.

Y, no, la televisión no consiguió hacer desaparecer a la radio aunque, como todos sabemos, la primera sí que le quitó el puesto en el centro del salón a la segunda que, a partir de ese momento, fue perdiendo cada vez más y más público. No hasta unos niveles preocupantes, pero sí de manera progresiva. La radio siempre ha tenido sus fieles, posiblemente gracias a los grandes profesionales que ha tenido. Grandes comunicadores que han conseguido que en determinados casos, incluso hoy en día, las emisoras de radio todavía sigan siendo un negocio rentable.

Sin embargo, desde la aparición de la televisión, se puede decir sin temor a equivocarse que la radio no ha sabido seguirle la estela al invento con imágenes. La televisión ha ido renovándose gracias a novedades tecnológicas como el color, el sonido estéreo o, más recientemente, la televisión digital terrestre. La radio, por el contrario, a excepción de la utilización de la banda de FM, no ha aportado ningún avance tecnológico significativo que la haya renovado de cara al público. Aunque sigue manteniendo una audiencia fiel, son muchos los que la identifican como un medio caduco.

No obstante, la radio sigue teniendo algo que atrae a mucha gente. Y no sólo como oyentes sino que también ha sido visto como un medio ideal para expresar las opiniones de cualquiera. Así nacieron las radios libres. Emisoras que, de una manera alegal inundaban las ondas sonoras de las principales ciudades. Emisoras que no contaban con grandes medios (bastaba con un par de micros, una mesa de mezclas un equipo medianamente potente y una antena bien situada), que no tenían una cobertura geográfica muy grande, pero que disponían de un conjunto de personas con ganas de comunicar. Y es que, mientras haya gente con ganas de hablar y ser escuchada, es muy difícil que la radio desaparezca.

Pero las radios libres también tenían sus días contados. Fueron varios los factores que las hicieron desaparecer hasta cifras casi insignificantes: esa poca cobertura que hacía que el número de oyentes fuese muy pequeño, la aparición de otros medios de distracción para el público potencial (como el consumo de cine en casa gracias a vídeos primero y DVDs después o, sobretodo, internet), o la persecución por parte de organismos oficiales que pedían que para emitir se contase con una licencia. Licencias que era muy difícil obtener y que, si se conseguían, solían ser muy costosas.

Por lo tanto, nos encontramos con una radio que cada vez pierde más oyentes (por culpa de la televisión y, luego, internet), que no evolucionan tecnológicamente y que no permite el acceso a los aficionados. Ante esta situación, a mitad de los años 90 empieza a surgir un fenómeno que se vio como la solución a todos estos problemas: las radios por internet. Estas nuevas radios resolvían varios de los problemas que existían con la radio tal y como se conocía hasta ese momento: no había que pagar licencias, la cobertura no se restringía a un radio de unos pocos centenares de metros y cualquiera podía montar su propia emisora. Y es que muchas de estas emisoras de radio no eran más que

un micrófono conectado a un ordenador personal. Se había democratizado la posibilidad de hacer radio.

Sin embargo, la gran revolución no llegó hasta el año 2004. Es ese año, primero en Estado Unidos y posteriormente en otros países, cuando aparecieron los podcasts. Así, el 18 de octubre de 2004 se publica el primer podcast en español, el número 1 de Comunicando, el podcast del Maestro José Antonio Gelado. Se puede decir que es este formato, el del podcasting, y no el de la radio por internet, el que congrega todas las ventajas de la radio y evita todos sus inconvenientes. Al contrario de lo que ocurría con las radios por internet, el podcast te permite escuchar tu programa favorito en cualquier sitio y en cualquier momento. Con la radio por internet tenías que permanecer al lado del ordenador para escuchar el programa a la hora en la que era emitido.

La movilidad y la libertad de horarios son dos grandes bazas de los podcasts que, junto a otras, como la posibilidad de elegir los contenidos a escuchar, han hecho de este medio la evolución ideal de la radio. La radio no ofreció ninguna innovación tecnológica en más de 70 años y, de repente, se encontró con un lavado de cara radical, una modernización instantánea. Con el podcasting, se puede decir que había nacido la “radio 2.0”.

Y es que son muchos los que quieren ver al podcasting como algo completamente distinto a la radio. Yo no soy de esa opinión. Yo creo que el podcasting es la evolución natural de la radio. La evolución que no pudo tener en mucho tiempo y que le ha llegado ahora de golpe. Los más puristas defienden que el podcasting es amateur y los podcast de radios comerciales “no son podcasts”. Sin embargo, opiniones de este tipo nos llevarían, por analogía, a decir que las radios libres no eran radios por no tener fines comerciales.

Mi opinión es que la evolución de la radio, de como la conocíamos hace unos años al formato podcast, se ha llevado a cabo inicialmente por parte de los aficionados que querían “hacer radio” sin limitaciones y pudiendo ofrecerle ese producto a unos oyentes que tampoco tuviesen ninguna limitación (de programación, horario, ubicación, etc.).

Esta evolución tecnológica de la radio que iniciaron los aficionados fue posteriormente seguida por las empresas que ostentaban licencias de radiodifusión. Así, ahora mismo, todas las principales radios comerciales se han

apuntado al podcasting al descubrir la evidencia de que era la evolución tecnológica natural.

Por eso, sin lugar a dudas, se puede decir que el podcast salvó a la estrella de la radio.



Autor: Emilio Cano
Podcast: Emilcar Podcast
Web: <http://www.emilcar.es>

Estructura interna de un podcast

Introducción

¿Qué estructura tiene un programa de radio? Es algo que realmente nadie se cuestiona. Los programas de radio son lo que son y varían en función de su temática. Así podemos ver que los programas centrados en deporte tienen una estructura parecida, con sus conexiones con corresponsales, repaso de los marcadores etc. Asimismo, los programas de crónica social suelen tener en algún momento una mesa redonda de tertulios que comentan con ironía la actualidad del corazón.

¿Y qué estructura tiene o debe tener un podcast? La propia naturaleza del medio lo hace más anárquico y libre de fórmulas estrictas, pero precisamente por eso se encuentra en una contradicción. Como medio de comunicación novedoso y joven, el podcast debe ofrecer referencias al oyente, “puntos de control” por así decirlo, para que nadie se pierda durante la audición de un podcast.

La naturaleza libre y gratuita de los podcasts juega en cierta manera en su contra a la hora de su difusión y de la valoración de su calidad. El mercado

tiende a pensar que lo que es gratis no tiene valor; si a esa percepción le añadimos las características técnicas que van aparejadas a un podcast amateur, tenemos ante nosotros una combinación negativa difícil de superar.

El oyente se ha bajado algo que es gratis, que no entiende muy bien, donde unos locutores hablan sin sentido, saltando de un tema a otro y con continuas referencias a cosas que han pasado en otros programas. “Claro, si es gratis” puede ser el último pensamiento del nuevo oyente antes de darle al botón “Borrar suscripción al podcast”.

Por todo ello, e independientemente del carácter del podcast, una estructura clara puede dar el toque de profesionalidad suficiente para mantener la atención del nuevo oyente. Aunque estemos haciendo un podcast en clave de humor, o sobre una temática muy específica, si nuestro podcast está claramente definido y vamos guiando casi de la mano al oyente, la calidad de nuestro trabajo quedará en evidencia ante él, sin verse camuflada entre confusiones o estructuras poco claras.

Necesidad de una estructura mínima

El podcasting es libre y como tal los podcasts pueden ser muy diferentes entre sí, más allá de la temática. Por ejemplo, mi podcast emilcar.es comienza con un breve comentario sobre la actualidad de Apple; luego continua con el tema del podcast, que se desarrolla más ampliamente; a continuación viene la sección de switchers y la historia maquera, para terminar con la sección de Internet y la despedida.

Pero no todos los podcasts tienen por qué ser “encajables” en una rígida estructura de secciones. Un podcast puede simplemente ser un debate animado entre sus componentes, sin partes concretas ni mayor división que los temas que vayan surgiendo, que un día pueden ser 3 y otro día pueden ser 5. ¿Qué hacer un podcast de estas características?

Una de las partes fundamentales de un podcast es la relación con los oyentes, lo que se ha dado en llamar el feedback. Esto no es algo que surja espontáneamente sino que tiene que ser el propio podcaster el que estimule estas relaciones con los oyentes. Incluso el podcast más loco y caótico tiene que encontrar un momento para decirle a los oyentes cual es la forma de contacto,

bien sea por email, twitter, facebook u otros métodos. Este simple hecho ya está realmente dándole una estructura al podcast: principio y saludo - contenido - formas de contacto. Puede parecer que entre esta estructura básica y no tener estructura alguna no hay diferencia, pero de cara al oyente novato en verdad la hay, y mucha.

La sensación de estar perdido es una de las sensaciones que más negativamente influye en la experiencia de un usuario, y sin duda nuestros oyentes son usuarios del podcast. Esta sensación se puede acentuar en un podcast, dado que el usuario lo escucha cuando lo desea y la audición completa se puede alargar por varios días.

Cuando Apple estaba planificando la actualización 2.0 del iOS, el sistema operativo del iPhone, se encontraron con un problema; el usuario podía tener instaladas más aplicaciones de las que cabían en la pantalla principal e iban a necesitar pantallas adicionales. La obsesión de los ingenieros de Apple era que el usuario no se perdiera, que supiera siempre exactamente en qué punto del software se encontraba. Por ello diseñaron ese sistema de puntos iluminados o apagados que indica al usuario en qué pantalla del iPhone se encuentra.

Unas secciones mínimas en nuestro podcast actuarán como esos puntos iluminados de la pantalla de inicio del iPhone, ayudando siempre a nuestro oyente a saber en qué momento del podcast se encuentra.

Donde poner cada cosa

Cada capítulo de nuestro podcast tiene al menos un oyente que es nuevo. Los oyentes habituales saben el programa que están escuchando y saben perfectamente cual es el tema que tratamos y cómo lo hacemos. Un oyente nuevo puede tener quizá menos incluso de un 10% de esa información. Por todo ello, es siempre ideal hacer una presentación rápida del podcast al principio. 00podcast hace esto de manera brillante en cada capítulo:

- Buenos días, buenas tardes y buenas noches (es un podcast y tú decides cuando lo escuchas)
- Esto es 00podcast episodio 0090 (nombre del podcast y capítulo)
- Mi nombre es Gerardo (presentación de los podcasters)
- Mi nombre es Tomeu

- Y en la parte técnica como siempre, nuestro amigo y compañero Jesús
- Vamos con el sumario (comienzo del podcast)

Esta presentación desde mi punto de vista tendría una nota de 9'5. Pierde medio punto porque para ser perfecta debería decir “Esto es 00podcast, un podcast de cine”. Bien cierto es que por poca información que tenga el nuevo oyente, al menos debe saber que se ha bajado un podcast de cine, pero no está de más aportar toda la información necesaria.

No menos importante que el saludo inicial es la despedida. A este respecto cabe señalar el podcast Kafelog, que repite en la despedida la presentación inicial de los tres podcasters y en su caso concreto tiene una tremenda utilidad. Es habitual que en un podcast de grupo (tres o más podcasters) el oyente se sienta confundido durante los primeros capítulos al no poder identificar las voces con los nombres. Con su despedida, Kafelog está subrayando la personalidad de cada uno de sus tres componentes y haciéndolas evidentes ante el nuevo oyente.

Como ya hemos mencionado anteriormente, explicar las formas de contacto es imprescindible si queremos mantener una relación fluida con los oyentes. ¿Cuándo deberíamos anunciar esta información? No son pocos los podcasts que anuncian las vías de contacto después del saludo inicial, pero se trata a mi juicio de un error. Facilitando los datos de contacto cumplimos una doble misión: por un lado informativa, aportar el dato en sí; por otro lado estimulante, “convencer” al oyente de que se ponga en contacto con nosotros. Si hacemos esta llamada antes de comenzar realmente el podcast, el estímulo va a caer en saco roto para el nuevo oyente, que de momento no ha decidido todavía si le gusta el podcast, así que mucho menos va a tomar nota de una dirección de e-mail para ponerse en contacto con un desconocido sobre un tema también por el momento desconocido. El antiguo oyente seguramente ya conozca esos datos de sobra y estará deseando que termine dicho anuncio para que lleguen pronto los contenidos del podcast.

Resulta mucho más efectivo, una vez que termina el podcast y antes del saludo final, anunciar las vías de contacto. Es entonces más posible que el oyente, consolidado o nuevo, sienta el impulso de ponerse en contacto con nosotros incluso inmediatamente, toda vez que tiene frescos en su mente los contenidos que acabamos de presentarle.

Una vez conseguido el feedback deseado con los oyentes, es habitual que estos manden emails e incluso audiocorreos, los cuales pueden ser incluidos en el propio podcast para ser respondidos. Esta estrategia es más efectiva cuanto más regular sea el podcast, para evitar la acumulación de respuestas pendientes demasiado antiguas. Esta sección dedicada a los oyentes suele ocupar con frecuencia los primeros momentos del podcast, cosa que considero un error de cara sobre todo al oyente nuevo. Cuando escuchamos un podcast por primera vez, estamos deseando conocer sus contenidos y el estilo que tiene el podcaster de presentarlos. Si en vez de eso nos encontramos con 20 minutos de respuestas a temas anteriores y bromas privadas, es muy posible que no pasemos de este punto y dejemos de escuchar el podcast. La sección de oyentes, sin duda debería ir al final de cada podcast, antes del saludo final.

Algunos podcast no sólo ponen esta sección de oyentes al principio, sino que lo hacen por un motivo concreto y defienden su elección. En este sentido el podcast Necesito un arma ha manifestado en diversas ocasiones que esta sección ubicada al comienzo de su podcast les sirve como una especie de “calentamiento” vocal y mental de cara a desarrollar más tarde el verdadero contenido del capítulo.

Estructura técnica ¿mp3 o m4a?

El formato MP3 se ha convertido en el estándar de audio en Internet y el podcasting no queda excluido de esta influencia. Dicho formato es popular y manejable por todo el mundo y cuenta con la ventaja de que su mera mención ya hace que el usuario sepa que el contenido de dicho archivo está en audio. Sin embargo de cara al podcasting, existe un formato más interesante: el M4A.

Antes de continuar hablando sobre el M4A vamos a explicar el por qué querríamos usarlo, y ese porqué tiene un nombre: *enhaced* podcast. Un *enhaced* podcast es un archivo de audio que incluye información sobre las secciones del mismo, incluyendo imágenes e hipervínculos. De esta manera, en un reproductor de audio que soporte este formato, un oyente puede ir directamente a la sección que le interesa del podcast que está escuchando. Un archivo MP3 no puede contener dicha información, así que si queremos hacer del nuestro un *enhaced* podcast, tenemos que recurrir al formato M4A.

Tanto los enhaced podcasts como el formato M4a han sido divulgados enormemente por Apple y su plataforma de ordenadores Mac. Este respaldo ha hecho que formatos de audio como el OGG que también soportan capítulos y otra información, hayan quedado relegados al olvido. En cada Mac existe un programa de creación de audio llamado GarageBand que, entre otras cosas, nos permite crear fácilmente enhaced podcasts. Es por ello que la mayoría de podcasts que tienen estas características han sido creados en un Mac e incluso tratan de asuntos relacionados con Apple. Sin embargo esto no es exclusivo de la plataforma Mac, ya que, aparte de algunas soluciones un tanto “caseras”, los usuarios de Windows cuentan con un programa llamado Profcast, que aunque pensado inicialmente para crear podcasts a partir de presentaciones de Keynote o PowerPoint, puede ser un recurso para crear también enhaced podcasts sin estar necesariamente vinculados a una presentación.

Leído lo anterior, pudiera parecer que el formato M4A para enhaced podcasts no tiene más que ventajas. Nada más lejos de la realidad. Aparte de la necesidad de adquirir software propietario para su uso, el formato M4A dotará a nuestro podcast de mucha menos universalidad que el formato MP3. Cualquier ordenador, reproductor portátil, teléfono, PDA e incluso reproductor de DVD, pueden reproducir un archivo MP3. Fácilmente podemos conseguir un código en flash o javascript para presentar directamente el podcast en MP3 para su audición directa en nuestra web, sin ser necesaria su descarga. El archivo M4A carece de este soporte universal, si bien es cierto que, al igual que el MP3, puede reproducirse en cualquier iPod o iPhone, dispositivos estos que copan un porcentaje elevadísimo del mercado de reproductores de audio portátiles.

Una vez más el contenido de nuestro podcast puede ayudarnos a decidir qué formato vamos a usar. Economía for dummies es un podcast semanal que habla sobre economía; su público objetivo es literalmente cualquier persona interesada en adentrarse en el mundo de la economía. Por ello para este podcast el formato ideal es el MP3, que por su universalidad no va a ser un inconveniente para su difusión. Con toda seguridad, este podcast tendría muchos menos oyentes si se hubiera decantado por el formato M4A.

En el otro lado, Macniacos es un podcast para los maniacos de Apple. Su público objetivo se nutre de usuarios actuales y quizá futuros de los productos de la empresa de Cupertino. Es de suponer que dichos oyentes tendrán un Mac (al menos) o como poco un iPod (o varios). El uso de los capítulos es especial-

mente útil en este podcast, de más de dos horas de duración, y el empleo del formato MP3 no procuraría más oyentes en absoluto.

Consejo para ti, principiante

El problema de ser un novato en el mundo del podcasting es que, aunque hayas escuchado muchos podcasts antes, todavía no tienes un criterio definido sobre lo que tú mismo quieres hacer respecto al formato de tu podcast. Serán si duda la temática elegida y tu propia experiencia los que determinen el formato que le darás a tu podcast, pero mientras ese momento de iluminación llega, aquí tienes un consejo claro y contundente.

Haz un podcast que dure entre 45 y 60 minutos, empezando por un saludo inicial donde comentes la temática del podcast y te presentes a ti mismo; a continuación detalla rápidamente los temas a tratar y entra directamente en la materia; al acabar comenta las formas de contacto y anima a los oyentes a usarlas. Para terminar despídete, quizá volviendo a repetir tu nombre y el del podcast.

Conclusión

Debemos dotar a nuestro podcast de una estructura. Como “padres” que somos de nuestro podcast, es una obligación nuestra inexcusable dotarle de los parámetros mínimos necesarios para que cumpla con energía su objetivo: llegar al oyente y transmitirle sus contenidos. Cualquier estructura vale, siempre que exista como tal: desde un podcast sencillo en MP3 con saludo inicial, debate y despedida, hasta el más complejo de los programas, grabado en M4A con siete secciones con sus imágenes e hipervínculos correspondientes. Tenemos que dedicarle un poco de tiempo a la estructura de cada capítulo; no dejemos que un envoltorio descuidado aleje a los oyentes de los fantásticos contenidos de nuestro podcast.



Autor: José Juan Sánchez García
Profesión: Infografía y diseñador gráfico
Podcast: Radio Podcastellano
Web: <http://radio.podcastellano.org>

Ideas que nacen y crecen

Las ideas a veces no sabes de donde nacen, como vienen o por qué una noche te despiertas y sabes que algo es posible y que ha de hacerse. Ésta es la historia de una idea que pasó de ser algo insignificante a un proyecto con un futuro más que prometedor.

Primero he de presentarme, soy José Juan más conocido como FunFrock y aunque usted no lo crea, no soy podcaster. Soy un amante de la radio y de los podcasts, siguiendo éstos desde el mismo momento en que empezaron a popularizarse. Se de las limitaciones que tiene un podcast, al igual que se cuál es su potencial. Sus limitaciones son claras: necesita de un ordenador, internet, un programa que descargue podcast y suscribirte a ellos. Y no todo el mundo tiene esto o sabe desenvolverse bien.

Pero, también se que tienen un potencial ilimitado, tanto como lo tenían las antiguas radios piratas pero con la inestimable ayuda de internet. En los podcast te puedes encontrar cualquier cosa, desde programas de ciencia y tecnología, hasta programas tan específicos que su emisión en una radio convencional sería descartada de inmediato.

La idea era clara, montar una radio basada exclusivamente en podcasts, que se emitiera de forma continua y en permanente actualización. ¿Pero quién era yo, un absoluto desconocido en el mundo del podcasting, para proponer algo así?. Pues aun siendo una persona que no tiene podcast propio, conoce este mundo tan bien que he llevado el podcast a radios locales, las cuales han visto como esta tecnología hacía que sus programas llegaran a un mayor público. Incluso me dedico a realizar el podcast de un programa de radio, que se emite en un horario pésimo en una de las grandes radios españolas.

Pero en el otoño de 2009 ocurrió algo interesante, se realizaron las IV Jornadas de Podcasting en Murcia, así que decidí viajar con una idea que rondaba en mi cabeza más de 6 meses pero que, al ser un extraño entre la comunidad, tenía miedo de llevarla a cabo. Por eso, aprovechando ese evento y conociendo el buen ambiente que allí había, decidí exponerla a uno de los grandes, a José Antonio Gelado, quien apoyó el proyecto desde el principio y al que expreso mi enorme gratitud.

Una vez finalizada las jornadas, esa pequeña pero imperiosa idea empezó a cobrar fuerza y a tener vida propia. Había que dotarla de personalidad, espíritu, cuerpo y energía. Una vez madurada, debía de empezar a ver el mundo.

Y eso ocurrió durante noviembre de 2009, un mes de trabajo duro y muy intenso. Un ejercicio de prueba y error, de documentación y consulta, pero sobre todo del apoyo de personas que no conocía y que ofrecieron parte de su tiempo en la creación y mejora de este proyecto. He de expresar mi agradecimiento a mucha gente, pero sobre todo a Javi Pérez y a Frank Blanco, quienes me ayudaron desde el principio y aun hoy sigo pidiéndoles consulta u opinión.

La radio había que definirse ¿Cómo se emitirán los podcast? ¿Cómo se sabría lo que estaría emitiéndose? ¿Cómo administrarla? ¿Podemos usar las redes sociales? Cientos de preguntas iban y venían, la idea ya adolescente y por eso se rebelaba contra un servidor con fuerza desmedida. Muchas ideas cayeron por el camino, tales como conocer la lista de reproducción son incógnitas que a día de hoy no tienen respuesta, pero ganaron otras como la automatización y la utilización de las redes sociales. La radio se convertiría en un usuario de twitter muy activo.

Y fue precisamente el 18 de noviembre de 2009, cuando un tipo extraño, con su idea extraña, dio a luz una radio extraña, una radio basada en podcasts. En ese momento, los podcasters podrían aprovecharse de una tecnología conocida por nuestros abuelos, por una costumbre tan arraigada para nosotros como: “ir a escuchar la radio”.

Es por eso por lo que nació Radio Podcastellano, para que fuera fácil de presentar a personas que no tienen tanto acceso a la tecnología como nosotros. Para que podamos decir “tenemos una radio sólo para nosotros”. Radio Podcastellano nació para ayudar a los podcast y formar parte de esta comunidad.

Y esa radio que empezó como mero transmisor de podcast dio un giro inesperado, animó a algunos podcasters a atreverse con el directo. Los primeros fueron los chicos de Leex, seguidos por Podzapp, pasando por la retransmisión de las Keynote de Apple, la fórmula musical Playsounds que se emite mes tras mes o el seguimiento de jornadas, charlas y eventos que pueden ser interesantes para la comunidad.

Existe todavía mucho que caminar para esta joven criatura, camino que se irá descubriendo, a veces para bien a veces para mal, pero que ayudarán a que Radio Podcatellano sea un medio de difusión del podcasting más allá de internet, que haga que todos los podcast sean tan familiares para el público en general que acaben diciendo “vamos a ir a escuchar un podcast”.



Autor: Carlos R. Sogorb Torregrosa
Profesión: Responsable Comercial
Web: <http://csogorb.tumblr.com>

Podcasting: de afición a modelo de negocio

Este libro nos muestra como con los podcasts se puede entretener, divertir, formar, compartir, aprender. También nos enseña las diferencias de producción y difusión entre los podcasts y los medios tradicionales.

A pesar de estas diferencias, los podcasts amateurs y los medios de comunicación tradicionales jamás han estado tan unidos. No es ningún secreto (ni una estrategia temporal) el hecho de que los medios tradicionales permitan la descarga de sus contenidos a demanda. Las nuevas audiencias escuchan y ven lo que quieren cuando quieren. Los medios se han dado cuenta de esta máxima y no están dispuestos a quedarse atrás, ya que saben que pueden perder clientes en favor de otras opciones de contenidos “a la carta” o “bajo demanda”.

Desde su surgimiento en 2004, el podcasting se ha convertido en una interesante innovación en la distribución de contenidos audiovisuales. Cuesta poco producirlo, permite la distribución y recepción automatizada y personalizada. Además su reproducción en diversos equipos es sencilla por su elevada portabilidad.

Los medios han intentado, con relativo éxito de momento, aprovechar su tirón de “marca” y la fidelidad de su audiencia, así como su contacto con los anunciantes, para colocar sus programas utilizando el formato podcast a la vista de todo el mundo, a través de archivos ubicados en sus webs o de medios suministrados por terceros (Itunes, Ivoox, Imagenio, Ono, etc.). Además gracias a este sistema, han conseguido eliminar la barrera espacio-temporal que a veces les lastraba. Hoy en día, se puede acceder a cualquier programa, a cualquier hora y en cualquier lugar del planeta. En breve no se competirá ni por franja horaria ni por localización geográfica, sino por número de usuarios únicos. Del mismo modo, la integración de contenidos con las redes sociales permite un suculento feedback y promoción directa de dichos contenidos. El único problema que están encontrando de momento es la competencia (con otros medios reconocidos y nuevos medios originarios de la red) y la, de momento, dificultad para rentabilizar los nuevos medios. No existe un modelo claro de rentabilización del negocio y los anunciantes aun prefieren fórmulas convencionales con grandes audiencias.

No obstante el negocio del podcasting es muy distinto, no sólo hay que aportar contenidos de calidad (para que cuando los anunciantes lleguen tengan a su disposición un modelo claro de negocio), sino también se pueden aprovechar las ventajas de este tipo de formato para conseguir nuevas formas de rentabilidad.

La pregunta que muchos se harán tras lo dicho anteriormente es, ¿podría convertirse el podcasting en una profesión? ¿se puede vivir de los podcasts?

Tradicionalmente había dos maneras de vivir de los contenidos: 1) Mediante la inclusión de publicidad, 2) Mediante el cobro por acceso a contenidos que interesaran al usuario (música, películas, libros, etc), pero con la aparición del podcasting eso ha cambiado mucho.

Los podcasts como tal o el audio y video bajo demanda permiten una comercialización muy superior a la de los medios tradicionales y se han de plantear como un tipo de negocio totalmente distinto, más cercanos al Social Media que a las opciones de rentabilidad tradicional (inclusión de publicidad). Mucha gente seguirá hablando de la publicidad en los podcasts para la rentabilización de los mismos, pero esa es una visión muy limitada de las muchas opciones que permite este nuevo medio.

La radio en streaming por ondas hertzianas morirá en poco tiempo, la televisión tardará un poco más pero terminará haciéndolo del mismo modo. Todos los contenidos de audio y video se distribuirán bajo demanda y afrontémoslo, ningún podcaster podrá aspirar a poco más que convertirse en un mero trabajador de cualquier cadena de distribución audiovisual. Los podcasters no tienen que robarle negocio a los medios ya que el podcast es más versátil y competitivo, lo que los podcasts tienen que hacer es crear un nuevo modelo de negocio desde un punto de vista creativo y pensando en la profesionalización.

Y de nuevo, surge la pregunta ¿que ha de hacer un podcaster para vivir del podcasting?

Llegados a este punto hay que diferenciar entre los podcasts corporativos, los podcasts patrocinados, los podcasts con publicidad y los podcasts con contenidos de pago.

Los podcasts corporativos

Las empresas, independientemente de su tamaño, pueden aprovechar el podcasting de muchas formas: formación, transmisión de valores corporativos, comunicaciones internas, comunicaciones regulares o puntuales a clientes (newsletters sonoras) o incluso recursos de inteligencia colectiva. Además de ser un recurso incomparable como registro de backup o difusión de reuniones o conferencias. Comunicarte con tus clientes y empleados es más rápido y sencillo que nunca.

PURINA ha incluido unos podcasts en su web con consejos para cuidar a las mascotas. Veterinarios, cuidadores y oyentes cuentan sus experiencias sobre el cuidado de las mascotas.

KRAFT y NESTLE ofrece recetas en formato podcast para atraer nuevos clientes. Además, puedes enviar tus propias recetas (en texto o audio) y las incorporan a su podcast.

PRAXIS LANGUAGE tiene varios podcasts de enseñanza de idiomas. Estos podcasts sirven como puerta de acceso a otros servicios (de pago) que también ofrece la consultora.

VODAFONE o TELEFÓNICA (a nivel mundial) tienen varios podcasts a nivel interno para transmisión de valores corporativos, análisis de resultados para accionistas, comunicaciones de producto y formación.

Muchas las empresas que utilizan el podcasting como medio de comunicación por sus contrastadas virtudes tanto de distribución y disponibilidad como de innovación y credibilidad. Normalmente estos servicios de podcasting se realizan a través de empresas dedicadas a la producción de Podcasts Corporativos o empresas dedicadas al Social Media que ofrezcan servicios de podcasting corporativo.

Las primeras no existen todavía en España pero no tardaremos a verlas en breve. El portfolio de estas empresas de podcasting iría desde la producción de una newsletter multimedia, a post-producción y distribución de comunicaciones internas, pasando por organización y adaptación del archivo bibliográfico y pasarlo a archivo multimedia. Pero no tenemos porque quedarnos ahí: ¿si el podcasting es versátil y en un nuevo medio de comunicación en si mismo, porque vamos a adaptarnos a estructuras establecidas? Se abren muchas posibilidades de negocio para los podcasters con más iniciativa y creatividad dentro del Podcasting Corporativo.

Los podcasts corporativos tienen un primer handicap que no todos los podcasters están dispuestos a asumir. Nuestra creatividad y nuestras dotes se ponen a disposición de una (o varias) empresas. No obstante, como modelo de negocio, quizá sea la más profesional de todas las modalidades de podcasting y sin duda la de mayor recorrido.

Los beneficios para las empresas de podcasting son muy claros: infraestructura “relativamente” barata, automatizar los procesos al máximo y mano de obra que serían los propios podcasters.

Los beneficios para los clientes de estas empresas también: posibilidades casi ilimitadas de distribución, aumento de la credibilidad ante los clientes, mayor fidelización de los mismos, etc.

Veamos algunos posibles ejemplos de proyectos para empresas de Podcasting Corporativo:

Ejemplo 1 - Empresa “IDEALISTA.COM”:

Idealista es el portal inmobiliario líder en España. Regularmente emite una newsletter y permite programar alarmas (por correo electrónico) cuando aparece una casa que se adapta a tus gustos o necesidades.

El link que se manda por correo electrónico al cliente dirige a una web con las fotos de la casa y cierta información sobre la misma en formato texto.

Como los publirreportajes de antaño, programar una serie de imágenes con un audio que reproduzca el texto, es infinitamente más amigable y atractivo para el usuario que tener que leer, por no hablar de la credibilidad que la voz infiere a unas imágenes y un texto inmóviles.

¿Interesaría a la dirección de Idealista un proyecto de que esas mismas newsletters en vez de llevar a links web lleven a links multimedia? ¿Podría el link que se enviara por email llevar a un archivo multimedia en un servidor (propio de la empresa o externo)? Iríamos viendo fotos de un piso mientras una voz nos va hablando de las características del mismo o incluso podríamos ver videos (en 2D y 3D) del inmueble en cuestión. Todo ello con una producción muy sencilla y una distribución mucho más ligera.

Ejemplo 2 - Empresa “ELCORTEINGLES”:

Probablemente la mayor cadena de distribución de España. Una empresa que diera soluciones de Podcasting Corporativo podría ofrecerles una renovación del sistema de formación (a través un reproductor multimedia portátil suministrado a cada vendedor, con una serie de cursos de producto en formato audio o video en vez de obligarlos a leer). Mejora de las comunicaciones internas via reproductores multimedia, links de acceso móvil o incluso MMS: todos los vendedores con información actualizada de forma instantánea y disponible cuando sea necesaria mediante enlaces a archivos disponibles via wifi o gprs en los teléfonos/reproductores de dichos vendedores.

Del mismo modo, las newsletters que se enviaran a los clientes serían mucho más enriquecedoras para el cliente final, por no hablar del halo de innovación que proyectarían, si estuvieran realizadas en formatos multimedia (audio o video). ¿Querría ser el Corte Inglés el referente nacional no sólo en servicio al cliente sino también en innovación y comunicación a sus clientes?

Los podcasts patrocinados

Hoy en día, las empresas tienen cada vez más difícil llegar al público, hay demasiada información circulando por ahí y demasiada publicidad llegando a través de demasiados medios de comunicación.

Ahora bien, ¿que lleva años desarrollando Google y ha sido su principal baza para quedarse con el mercado de publicidad 2.0? ADSENSE no es más que ofrecer publicidad relacional. Si yo busco comprar coche no me aparece publicidad de joyerías ni de floristerías, me aparece publicidad de coches y de venta de los mismos.

A mucha gente le extrañaría que en un podcast sobre medicina y salud apareciera publicidad de Kentucky Fried Chicken o de Bollería Martínez, pero a nadie le extrañaría oír “Bollería Salud, la nueva bollería de Martínez sin grasas saturadas y libre de azúcares”.

Cualquier podcast es susceptible de patrocinio, sólo hay que buscar el patrocinador adecuado. Un podcast de humor puede buscar patrocinio en Paramount Comedy o en cualquier otra productora de contenidos audiovisuales. Un podcast de cocina, puede hacer lo propio en una marca de enseres o una distribuidora de comidas. Un podcast de medicina o salud en laboratorios farmacéuticos.

Johnson & Johnson patrocinó un podcast titulado “Download with Heather & Jonelle” donde dos jóvenes hablaban de sus quehaceres diarios, de sus problemas e inquietudes. Durante la emisión del podcast, las chicas mencionaron que les patrocinaba la marca de lentes de contacto Acuvue, y lo mucho que había mejorado su vida desde que dejaron las gafas por las lentes de contacto. A través de ese patrocinio, la visibilidad de la marca Acuvue entre los adolescentes creció más de un 300%.

Gracias a ese éxito, otras marcas como Whirlpool o General empezaron a patrocinar podcasts en los que pudieran insertar publicidad relacional.

Podcasts con publicidad

La inversión en publicidad está experimentando un desplazamiento de los canales tradicionales a los nuevos medios de comunicación. Según Bussiness Week, los anunciantes se gastarán en torno a 400 millones de dolares en publicidad en los podcasts en 2011 frente a los 80 millones que había presupuestados en 2010. El único problema que existe de momento es convencer a los anunciantes de que los podcasts tienen el perfil de audiencia que ellos desean.

Beneficios de la publicidad en los podcasts:

- Los podcasts tienen una audiencia muy segmentada pero muy fiel.
- Los podcasters son generadores de opinión de sus seguidores.
- La publicidad contextual y relacional, si es creativa, resultará poco intrusiva para el oyente.
- Permite un feedback rápido y fácil de un producto o una promoción lo cual refuerza la asimilación del mismo.

La publicidad en bloques es menos efectiva en los podcasts ya que puede cortar el ritmo del mismo. Una buena publicidad contextual suele ser lo ideal. Además, hay que recordar al oyente que la publicidad es necesaria para el mantenimiento del podcast, este hecho suele generar empatía hacia el producto o la promoción publicitada.

La calidad del audio y los contenidos y la responsabilidad y creatividad del podcaster, son también aspectos que sin duda cualquier empresa valorará antes de incluir publicidad en un podcast.

Campañas o promociones especiales para el podcast, serán una herramienta de medición clara del impacto de la publicidad en dicho podcast y han de utilizarse como herramienta para la consecución de nuevos clientes, por lo que es importante medirlas correctamente y compararlas con las herramientas de medición habituales de cualquier podcast (nº de descargas, monitorización de escuchas, etc).

La principal diferencia entre un podcast patrocinado y un podcast con publicidad es que el primero tendría una única marca de referencia por cada episodio y el segundo podría tener varias marcas comerciales por episodio.

Podcasts con contenidos de pago

Este tipo de podcast es idóneo para la formación avanzada así como para acceso a información exclusiva, servicio técnico, etc. También es particularmente interesante para los contenidos para adultos (contactos, servicios).

Hay varias empresas de asesoramiento financiero (ninguna en España de momento), que distribuyen diariamente reports y scoring de empresas, así como noticias financieras en formato podcast.

Ya hemos mencionado grandes consultoras de formación como PRAXIS LANGUAGE, que tienen acceso a contenidos premium de formación así como cursos dirigidos a empresas o profesionales que se distribuyen en formato podcast.

En España hay gente que ya está avanzando rápidamente en este tipo de podcasting. Un ejemplo que destaca por encima de los demás es BERTO PENA, que ha desarrollado “CENTRO ERES PRODUCTIVO” todo un negocio alrededor de la productividad con contenidos de acceso libre, contenidos de suscripción de pago e incluso un canal Premium para servicios de asistencia y formación avanzada para ejecutivos y directivos.

Lo importante en este tipo de podcast es la credibilidad y el dominio absoluto del contenido que se ofrece. La gente que paga por un contenido espera que la calidad, la exclusividad o la rentabilidad del mismo merezca la pena.

Ahora que hemos hablado de algunas de las posibilidades del negocio del podcasting, vamos a hablar un poco de como estructurar dicho negocio: los generadores de contenido y las comercializadoras de contenido.

Las habilidades necesarias para planificar un podcast rentable, las necesarias para la realización del mismo y las necesarias para comercializarlo o venderlo no son las mismas en ningún caso.

Las empresas generadoras de contenido deberían tener un departamento de grabación, un departamento de edición y uno de distribución. En los podcasts amateurs normalmente esos 3 trabajos suelen ser realizados por la misma persona. El podcaster graba, edita y cuelga el podcast. Para que una empresa de contenidos sea rentable, debe empezar por segmentar dichos trabajos para favorecer la profesionalización y la automatización de los procesos. Estas empresas deben trabajar sobre todo en mejorar la calidad del podcast, tanto en búsqueda y metabolización de contenidos como en calidad técnica.

Pero saber producir un podcast no significa que sea vendible, ni que el podcaster sepa venderlo de la forma óptima. Ahí es donde entran las comercializadoras o gestoras de contenido. Hacer prospecciones para proponer la producción de contenidos específicos, depuración y mejora de los contenidos de acuerdo con las demandas del mercado, búsqueda de clientes objetivo (según los contenidos en cartera), análisis y rentabilización de los productos vendidos o facturación y cobro, son algunas de las funciones de estas empresas. Ellas serían las encargadas de catalizar la relación entre clientes y empresas de contenido. Iniciativas como Publipodcast o Podcastsl han sido interesantes, pero han intentado que podcasters amateurs compitieran con medios de comunicación profesionales. Para que triunfe el modelo profesional de podcasting hace falta una mayor continuidad y profesionalización de futuras iniciativas.

Las comercializadoras de podcasts deberían empezar intentando conseguir podcasts corporativos o patrocinados, para conseguir atraer a empresas que más adelante se convertirían en anunciantes. Las empresas son muy recelosas a la hora de invertir en publicidad minoritaria, y acciones de mucha visibilidad y con resultados inmediatos son más efectivas a la hora de movilizarlas a un gasto superior en nuevas vías de comunicación. Lo importante en cualquier caso es conseguir que el cliente confíe en nosotros y en nuestro producto. Una vez conseguida la confianza del cliente, es más fácil convencerle de que existen nuevas vías de inversión en publicidad.

Las empresas generadoras de contenido y las empresas comercializadoras deberían ir siempre de la mano, incluso sería interesante aplicar el modelo de negocio de las productoras de contenidos audiovisuales como Gestmusic o Endemol donde hay un departamento de producción, uno de comercialización, uno de cobros, etc.

Conclusiones

Es un hecho constatado que los podcasts, por lo específico de su público, por su segmentación y actividad de sus oyentes, es idóneo para las empresas como medio de comunicación con sus clientes externos e internos. La publicidad llega de forma más directa a la audiencia y además se trata de un medio óptimo para la publicidad relacional.

Cada vez más, las emisiones tradicionales irán perdiendo audiencia que se pasarán a los contenidos bajo demanda. Nuevos dispositivos de acceso a contenidos como los smartphones, tablets, radios y televisiones conectadas a internet ayudarán a este fin.

Eso sí, cualquiera de las modalidades de podcast “profesional” necesitará al menos una estructura clara y definida, un buen guión, buena planificación de los tiempos, una producción muy cuidada y unas buenas herramientas de análisis post-distribución.

Para el podcaster que quiera convertirse en profesional del podcasting comercial la fórmula está clara: elegir una temática concreta de la cual tengamos nociones y sobre la que estemos dispuestos a investigar e innovar, estructurar y planificar claramente los objetivos que pretendemos lograr con nuestro podcast y el público objetivo al que queremos llegar, realizar una selección de contenidos de calidad, realizar un podcast con la mejor calidad posible con todas las herramientas de producción y postproducción que estén a nuestro alcance. Cuando ya tengamos todo esto, sólo restaría contactar con empresas que comercialicen productos o servicios relacionados con la temática del podcast y hacerles partícipes del proyecto con la mayor información posible para que sean capaces de captar las posibilidades del proyecto.

Aquellos que estén más interesados en las posibilidades del podcasting corporativo, deberán empezar a pensar que pueden aportar a sus clientes para que experimenten interés en esta nueva forma de comunicación a sus clientes y empleados.

Pero, en todos los casos la máxima será la misma: cuanto más ameno y entretenido sea un podcast (sin dejar de ser profesional), más probabilidades tendrá de triunfar tanto comercialmente como en número de oyentes.

Hay muchas posibilidades abiertas hoy en día para conseguir vivir del podcasting, y muchas nuevas que vendrán, sólo hay que tener ilusión y transmitir la energía y pasión. Y de esto, los podcasters tienen a raudales.



Autor: Bernardo Barrena
Profesión: Bibliotecónomo y Documentalista
Podcast: Codexcat
Web: <http://codexcast.com/>

Producción de un podcast

Escribir un artículo sobre el podcasting y colaborar en un libro sobre el podcasting son dos cosas distintas. Los tiempos, el tono, las palabras... Saber nadar en el río no te faculta para cruzar a nado el Canal de la Mancha. Por favor, no permitas que nada de lo que diga te aparte del objetivo final de este capítulo: conseguir que hagas un podcast (si es que todavía no lo has hecho).

Producir un podcast no consiste solamente en programas de grabación y alojamiento; es mucho más que eso. Todo eso que hay de más, definirá el tipo de audiencia que tendremos en nuestro programa; también su cantidad. No esperes que un capítulo dedicado a la vida de Lady Gaga tenga el mismo número de fans que uno dedicado a contar aventuras de gatitos.

Los gatitos siempre ganan.

No es de extrañar que los programas sobre tecnología abunden tanto en el mundo de los podcast, puesto que el hecho de crear un podcast ya indica cierto apego por la tecnología. Internet, software y videojuegos triunfan más que cualquier otro tema, a excepción de la música.

Fijate en los blogs que lees a diario ¿No dan todos ellos las mismas noticias? Si Steve Jobs se pone borde con los periodistas a causa de los problemas de cobertura en su iPhone, aparecerá en Gizmondo y en Engadget, En Xataka y en Gizmología, En Reddit y en Digg, en Slashdot y Barrapunto. Todos los blogs sobre tecnología comentan las mismas noticias. Todos los podcast sobre tecnología hablan de lo mismo.

¿Qué impulsa a un lector a preferir uno u otro? ¿Cuál es la diferencia entre podcasts sobre un mismo género? ¿Qué impulsa a los oyentes a bajarse unos programas y otros no?

El estilo

Mis compañeros en esta pequeña aventura os mostrarán con creces cómo se hace un podcast, así que este capítulo se centrará en trucos, problemas y estilos. Todas esas cosas que uno va aprendiendo a medida que realiza un podcast, y que te pueden servir si quieres comenzar a grabar.

Las normas apestan

Antes de subirme al púlpito, recuerda que hablamos de trucos, no de dogmas. Todos estos consejos, todas estas recomendaciones, no forman parte de una tesis, ni tienen valor académico. Son pequeños puntos que te ayudarán a trazar el mapa. Comprobarás que, en infinidad de ocasiones, se puede aconsejar una cosa y la contraria.

Sigue los consejos.
Rómpelos.

Dedica un número de tu programa a comentar lo ridículo que te parece escribir un capítulo aconsejando lo que se puede hacer y lo que no.

Primeros pasos

Requisito básico para crear un podcast: querer hacerlo. Pensarás en todo tipo de razones para no llevarlo a cabo. Cien, cien mil argumentos para evitar que tu voz se escuche en la red. Ha sido todo un detalle que hayas planificado la negación con tanto mimo.

Porque ahora no harás ningún caso.

Si quieres hacer un podcast, tienes vía libre. Si quieres tener cuidado con lo que grabas, tienes vía libre --hablaremos de ello dentro de unas líneas-- pero las pegas se acaban ahí. Ponte a grabar, hazlo ya.

Temática

No vamos a clasificar los programas en función de su temática; no es el objetivo de este capítulo. Sin embargo, hay dos grandes grupos, dos maneras de orientar un podcast: centrarse en un único tema, o realizar un programa multidisciplinar. ¿Cual escogerás?.

Ese momento es, quizá, el más importante de todos. A la hora de escoger uno o varios temas para tu podcast, debes tener en cuenta dos cosas:

- Tu nivel de conocimientos sobre el tema
- El nivel de profundidad

Cuando hablamos de nivel de conocimientos, no nos referimos a ello como un requisito para hablar o no hablar de un tema, la cosa no va por ahí. Lo que si hemos de decidir, es el nivel de especialización con el que vamos a hablar del tema. ¿Lees libros o escribes críticas sobre ellos para alguna revista? ¿Te gustan los saltamontes o eres un entomólogo consagrado?

Me gusta el cine, pero no soy un experto en camarografía o fotografía. Puedo criticar una película en función de mis gustos, de su ritmo narrativo, de la originalidad de su argumento... Pero si me lanzo a comentar la calidad de las tomas u otros aspectos relativos a la factura técnica, tal vez me esté columpiando más de lo necesario.

El nivel de profundidad también es un aspecto que debes considerar. Hablar de programas informáticos a nivel de usuario requiere menos especialización que explicar cómo montar una red wifi con cinta aislante, cinco espumaderas y un iPad.

Hace tiempo, postulé que el nivel de especialización de un podcast era inversamente proporcional al nivel de oyentes que conseguiríamos. Esa teoría

demonstró funcionar sólo a medias. Graba un podcast sobre política y actualidad; luego graba un podcast sobre Dragones y Mazmorras.

Hay quien habla de esto con el término “calidad de oyentes”. No me gusta nada porque, para empezar, los oyentes no son peras, o melocotones (al menos, no de momento). Así pues, creo que es más adecuado hablar de intereses concretos.

Estructura y periodicidad

Una de las leyes inalterables de un podcast es la que vincula a estos dos aspectos. Porque estructura y periodicidad van juntas siempre. De hecho, la estructura de un podcast determinará la periodicidad del mismo.

Si grabas un podcast diario, es muy difícil que puedas meter en él 5 secciones distintas, especialmente si los temas están poco relacionados entre sí. Puede que tengas que recurrir a un podcast semanal, mensual o quincenal. También el caso contrario, si vas a hacer un podcast de mayor duración, una buena idea es que lo estructures un poco más.

O no

Puedes olvidarte de la estructura, si quieres que la idea resulte más fresca. Al final, todo depende del estilo de cada uno.

Colaborar en un libro sobre el podcasting es divertido, puedes aconsejar al lector cosas que no haces jamás. Ejemplo: respetar la periodicidad del podcast y no dejar que le salgan telarañas. La regularidad atrae oyentes. Esta es una decisión relativamente importante, ya que afecta directamente a la audiencia. Debes pensar detenidamente si lo vas a mantener a rajatabla o serás más relajado en ese aspecto.

Quizá no estés completamente seguro de poder mantener el ritmo. En ese caso, es mejor ser sincero con tus oyentes y comunicárselo. Puede ser muy frustrante para tu audiencia no encontrar nada el día que, en teoría, sacas un nuevo capítulo.

Si buscas realizar un podcast profesional, cumplir la periodicidad es importante para el oyente y el anunciante. Si tienes un podcast sin ánimo de lucro o con una orientación más amateur, no es de importancia capital.

Pero actualiza el podcast, ¡maldita sea!

Antes de comenzar con la sección de grabación y edición, hemos de hablar de una herramienta vital para los podcasters, que se puede convertir en un arma de doble filo si no se maneja con cuidado: el podcast número cero.

Si esto fuera un audiolibro, aquí se oiría música de terror.

Entendemos por podcast número cero a la presentación de un podcaster. Una prueba real, accesible y descargable de nuestro podcast. Ventajas de esta grabación de prueba:

- Presentar el programa sin atarnos a la estructura.
- Nos permitirá comprobar si todo funciona bien antes del primer programa.
- Nos permitirá comprobar cómo se escucha nuestra voz al micrófono
- Nos permitira recabar las primeras ideas u opiniones

El Podcast 0 tiene un inconveniente: quedarse atascado en él. Como oyente, no hay nada que de más rabia que ver como muchos podcast o proyectos de podcast se quedan estancados en el número cero. Algo así como apostar por un caballo que no se presenta al inicio de la carrera.

Si no quieres ser otra desgraciada víctima de la maldición del número cero, planifica el podcast de prueba, de tal forma que el número uno le siga a los pocos días. Un buen método es hacer el podcast numero 0 cuando ya tienes todos los contenidos para el podcast nº 1 listos, de esa manera, no te quedarás colgado.

Si quieres lanzarte de cabeza al mundo del podcasting, mantén el ritmo y no bajes la guardia hasta, al menos, cinco números consecutivos.

O no

Con todo esto también puedes jugar. Empieza todo en el podcast número 10, y explica que es para evitar abandonar el programa antes de tiempo. ¡Dos pájaros de un tiro!

Grabación de audio

Mi programa favorito para grabar un podcast era Audacity. Hablo en pasado porque me compré un Mac y no volví a serle infiel a Garageband, el que, a mi parecer, es el mejor programa para grabar un podcast de forma no profesional. Ello no quiere decir que sea el único, o que Windows no tenga alternativas mejores. De hecho, en el sistema operativo de Microsoft y en Linux manda otro programa: manda Audacity.

¡Tanto botón!

Para que te hagas una idea, yo tardé dos horas en comenzar a hacer uso efectivo de este programa, allá por el 2005. Y eso que hasta entonces jamás había hecho tratamiento de audio de ninguna clase. Jamás había mezclado música, jamás había grabado voz. Fue tan sencillo que hasta me dio miedo.

Audacity es un programa muy dinámico. Si quieres hacer una edición simple de un programa, puedes hacerla. Si te quieres complicar la vía, añadir montones de efectos y montarte un megamix impresionate, también puedes. No estamos aquí para describir el funcionamiento general de este programa, pero todo lo que comentaremos acerca de edición de audio está específicamente pensado para Audacity, aunque también funciona en garageBand, con algunas variaciones.

¡Ese ruido!

Por muy buen micrófono que tengas, y a no ser que te halles en una sala insonorizada a la hora de realizar la grabación, tendrás que lidiar con el ruido. Como siempre, están los típicos ruidos espontáneos: una puerta que se abre, un objeto que se cae, un estornudo. Y luego está otra clase de ruido, más persistente y necio.

No dispare al grillo

Un grillo es un sonido persistente que tenemos con nosotros durante toda la grabación. Un cable que provoca interferencias, el sonido de una maquina.... Es muy difícil lidiar con ese tipo de ruido. Si el grillo es fácil de eliminar (cambiar el cable, cambiar el ordenador) se acabaron nuestros problemas. Si es más difícil...

¿Qué hacer, pues, con un ruido que se infiltra en nuestro programa de forma tal que no lo podemos eliminar?

Utilízalo en tu beneficio.

Javier Romero, del podcast Soliloquios, tenía un ventilador especialmente ruidoso. Al no poder eliminarlo, se convirtió en la seña de identidad de su podcast. A tal extremo llegó, que cuando al fin pudo filtrar el ruido, grabó el sonido de su viejo ventilador para ponerlo de fondo. Y así, un grillo fue estratégicamente aprovechado y transformado en un efecto de sonido, en lugar de una distorsión del mismo. Y así nació el ventilador de Romero, toda una leyenda del podcasting.

Un silencio incómodo

Grillos aparte, los ruidos “accidentales”, son de fácil solución utilizando la herramienta de eliminación de ruido que viene con Audacity. En general, eliminar este tipo de ruido es la cosa más sencilla del mundo.

¡Pero no lo elimines todo!

Imagina que estás grabando. Dices una frase y, para enfatizar, te quedas callado. El silencio que sigue al habla no es total; el eco, la respiración y el ruido que puedas hacer en el proceso están siendo registrados. La habilidad de un interlocutor no depende solamente del mensaje, sino de los sonidos que llegan con él. Editar el sonido de tal forma que se borren todos los efectos de ambiente es un error. Cuando tu voz desaparece, al oyente no le queda nada en lo que apoyarse; se asoma al vacío. Sin embargo, si en vez de eso oye una respiración acompasada, el ruido de un vaso o el sonido de un ventilador, el efecto del silencio sí es efectivo.

Manipulación del sonido

- Cuando repasamos la grabación, nos damos cuenta de algunas incorrecciones, errores, imprecisiones o que hemos soltado un pedazo de insulto como un templo. Eso en el caso de que no te guste insertar el fiel taco en un podcast.
- Cuando nos enfrentamos a un fragmento de audio que no deseamos ver en el producto final, tenemos dos opciones: eliminar la secuencia o alterarla.

La primera opción es la más sencilla: borramos la frase que, por incorrección o inconveniencia, no nos interesa que figure en el podcast. Tiene como ventaja que la cadencia no se verá afectada, no hay cambios en el tono de voz y, si se hace bien, apenas puede notarse. Generalmente, suele ser la opción más adecuada, ya que no introducimos ninguna expresión con distinto tono.

La segunda opción consiste en alterar una o dos palabras de la sentencia. Este método puede “cantar” un poco más en el producto final, pero nos puede salvar en caso de no tener tiempo para realizar una grabación específica.

Sonido de fondo

En mis años de universitario, dos programas de radio marcaron mis horas ante el ordenador, apurando trabajos de última hora: Historias y La Rosa de los Vientos.

Historias lo presentaba Juan José Plans, y ofrecía los mejores relatos de terror y ciencia ficción a la improbable hora de las 3 de la mañana de un domingo. En Historias, los efectos sonoros y el aumento o descenso dramático del volumen jugaba un papel fundamental. Y a mi aquello me encantaba.

La Rosa de los Vientos fue, de forma indirecta, la madrina de mi podcast, el Codexcast. Su banda sonora estaba extraída de una gran película: El Inglés que subió una colina pero bajó una montaña. Te recomiendo ambos, la película y el programa.

Recuerdo a su director, Juan Antonio Cebrián, dar la bienvenida a los oyentes a su programa, seguido de la sintonía. Y yo siempre quise hacer eso, siem-

pre. Me gustaría decir que la razón por la que comencé a grabar fue más noble, pero dar consejos requiere honestidad.

En la radio, un sonido se eleva o se atenúa dependiendo de que el presentador del programa hable o no hable. Es algo que da mucho juego, ya que le proporciona más vida a un podcast. Garageband puede realizarlo de forma sencilla, y Audacity cuenta con la herramienta de envolvente, que tiene un efecto similar.

Cambios en el tono de voz.

Graba cada sección de una pieza. Si la dejas a medias para otro día, el cambio de voz se notará.

Si el podcast es monotemático, o sólo tiene una sección, se nos plantea un problema interesante. Puede que lo mejor sea grabar del tirón, aunque canse un poco. En mi caso, suelo grabar los podcast en sesiones intensivas de dos o tres días. Es mejor, porque así no hay grandes cambios.

No grabes recién levantad@ o después de una siesta. ¡Jamás! El tono de voz está grave. Lo mejor suele ser dejar pasar un poco el día o hacer algún ensayo con la voz antes de ponerse.

Mi guión es mejor que el tuyo

Casi todos los podcast tienen guión, más o menos detallado. El guión puede definirse como el esquema que seguimos los podcasters para dotar al programa de una cierta coherencia o estructura.

O no

Si quieres hacer un podcast que no tenga estructura, o solo quieres improvisar, ¡no lo necesitas para nada!

Podemos establecer una clasificación de los guiones por su nivel de exhaustividad. No hay tipos, hay grados de precisión. Guiones que apenas contienen los nombres de las secciones, guiones que tienen marcados hasta los chistes o las notas en apariencia improvisadas. Elige lo que quieras.

Una buena idea es comenzar con cosas más o menos prefijadas; luego, a medida que vayas publicando programas, puedes soltarte más, improvisar más... Ni siquiera tendrás que esforzarte; con el tiempo, pasará.

Gestos

Si comienzas leyendo parte de los guiones, gesticula. Aunque estés delante de la pantalla, gesticula. Imagina que estás hablando con alguien, y lo tienes delante. Imagina qué caras pondría, cómo reaccionaría. Eso te ayudará, porque la voz será menos mecánica; habrá más cambios, más inflexiones. Quedará un poco más natural.

En este rollo de capítulo hay tres consejos fundamentales, y este es uno de ellos, así que no te olvides de gesticular.

Promoción, colaboración y libertad de Expresión.

A no ser que te llames Nicole Kidman o Brad Pitt, los oyentes no aparecerán de la nada. Cada día nacen nuevos blogs y podcast. No puedes esperar que los visitantes vengan así como así.

En las televisiones siempre vemos cómo nos intentan colar un pelpatatas con GPS o una cubitera con Messenger incorporado. ¿Por qué acabamos comprándolos? porque dirigen todos sus esfuerzos a explicarnos por qué nos puede gustar tener estos objetos en casa.

Con el podcasting pasa lo mismo, pero no intentamos estafar a nadie. Para lanzar tu podcast al estrellato, vamos a fijarnos en tres aspectos.

¡Sintonía!

Como ya he comentado en mi extensa biografía universitaria de dos líneas, elegir la sintonía de tu programa es uno de los momentos críticos y más satisfactorios de toda la operación. Si la intro es buena, la sensación permanece. Si escuchan tu podcast por primera vez, es una manera de empezar con buen pie.

Tipos de entrada

- Hay programas que introducen la voz antes que la melodía
- Hay programas que introducen la voz y además tienen una cuña
- Hay programas que reproducen música y voz al mismo tiempo.
- Y luego está <http://gamingsteve.com/> Cuando la escuches, sabrás por qué tiene una categoría para él solo.

Personaliza tu entrada. Cuanto más, mejor. Si eres músico, compón algo específico. Si conoces a alguien que lo es, humíllate ante él o ella para que te haga una intro. O si no, consulta algún sitio de música libre, coge la canción que quieras y utilízala.

¡Cuidado! (Beware!)

En el momento que eliges una promo, estas casándote con ella. A partir de ese momento, tus oyentes la recordarán como distintivo del programa, y será muy difícil volver a sustituirla.. Si escoges música que no es tuya para la promo, tu podcast va a quedar atado a la licencia del tema o canción que hayas elegido. Y si la licencia cambia, es muy posible que tengas que adaptarte a ese cambio.

Me pasó con Magnatune; cambiaron la licencia y ahora, al final del podcast, tengo que citar la canción que utilizo para la intro.

Una y otra vez.

Podría cambiarla, pero los oyentes ya se han acostumbrado a ella. Ten cuidado.

Promocionales

La promo es la herramienta básica de marketing de un podcaster. Las promos se envían a otros podcasts, que las ponen. Una promo tiene varias ventajas tanto para el podcaster que la hace como para el que la incluye en su podcast.

- Publicidad
- Ayuda al cambio de temas o secciones

Tres eran, tres

Una promo tiene tres partes:

- Primero, un gancho. Una dramatización, un comentario, una broma o chiste, lo que engancha al oyente para escuchar el resto.
- La segunda es la información sobre el programa. De qué trata, por qué te puede interesar.
- La tercera es la dirección, dónde puedes encontrar el podcast.

Buenas maneras para las promos

Ten claridad en el mensaje. Se breve, se conciso. Asegúrate de que se distinga claramente el nombre y la dirección del podcast. También puedes utilizar las promos para gastar un poco de humor con los oyentes, como hacen en el podcast Fuera de Órbita.

Atención, el gran mensaje sobre la música en las promos

Puesto que tu promo se utilizará en programas de terceros, utiliza siempre música libre.

La conversación

- Si estás en una fiesta, pero no hablas con nadie, no hay fiesta.
- Si tienes un blog o un podcast, pero no comentas en otros blogs o podcast, no hay fiesta.
- Si quieres conseguir visitas, sigue estos pasos:
- Envía tu programa a directorios especializados como Ivoox.
- Envía tu promo o audiocorreos a otros podcasters.
- Comenta en blogs y podcast que te gusten.

Creo que no voy a ser capaz de enfatizar el tercer punto todo lo que se merece. Ningún otro método para conseguir oyentes funciona mejor que comentar en otros blogs. Por supuesto, estamos hablando de comentarios, no de spam. Si me entero de que andas dejando comentarios como “¡Oh, que interesante! visita www.nosecomentar.com” enviaré a todas las fuerzas de la oscuridad en tu busca.

Casi todas las bitácoras incluyen un campo en sus comentarios donde puedes dejar la dirección de tu página web. Hazlo siempre, y recuerda que no hablamos de SEO, sino de los participantes en la conversación, dirigiéndose a tu podcast. Eficacia comprobada.

Insultos y libertad de expresión

Tienes el derecho, el deber, de ejercitar tu libertad de expresión. La constitución no hace distinciones entre ejercer tu libertad con tus amigos en una charla o en una comunicación pública. Cada vez que surge un nuevo blog o podcast, la red se enriquece un poco más.

Pero se civilizad@

Insultar a diestro y siniestro puede valer para algunas cadenas de radio, con un ejército de abogados bien preparados para capear cualquier eventualidad. Ni es tu caso, ni es el mío. Tal vez este consejo es mucho más subjetivo que los anteriores, pero lo veo necesario:

Crispar a tus oyentes está muy pasado de moda.

Por supuesto que puedes criticar. En mi programa, la sección reivindicativa es la que tiene el contenido más guerrillero. Eso sí, ni un sólo insulto.

Si tus críticas no incluyen injurias o calumnias, y aun así te ves acosado por la persona que te critica, amig@ mí@, esa es harina de otro costal. No te rindas; no dejes que el abusón del patio quede impune. Recuerda que, cada vez que le das al botón de grabar, o subes el audio de tu programa al servidor, estás utilizando las herramientas que te harán más libre.

Las palabras no nacieron para quedarse en casa, nacieron para ser escuchadas. ¿Eres consciente de cuántas personas en el mundo no pueden expresar sus ideas por no tener acceso a las herramientas adecuadas?

Tienes las herramientas, así que toma la palabra.



Autor: Javi F. Lago
Podcast: Remove Before Flight
Web: <http://rbf.com.es/>

¿Qué material puedo usar en mi podcast?

Existe la creencia generalizada de que todo lo que está en internet, es gratuito y se puede usar libremente. Eso no solo no es cierto, sino que puede tener consecuencias desagradables según que material estemos cogiendo y a quién. El material que se cuelga en internet, legalmente hablando, no es en absoluto diferente del que se publica en una revista o un libro.

Existen dos aspectos legales que debemos tener en cuenta a la hora de usar un material. Por un lado, los derechos de autor (propiedad intelectual) del material que queremos incluir. Por otro, el material que esté sujeto al derecho a la intimidad y a la propia imagen de las personas.

Mito: “lo que está en internet es gratis”

Imaginemos por ejemplo una foto que hemos encontrado en google, y quiero usarla para un videopodcast. El error típico es pensar en la foto como un objeto. Yo compro una caja, puedo hacer con la caja lo que quiera. Me encuentro una caja, pues es mía y hago con ella lo que quiera. Pues no es así con los derechos de autor. Una foto no es un objeto que encuentro y uso. Yo no puedo

usar la foto porque simplemente estaba ahí, la he cogido y por lo tanto es mía. No funciona así.

Para entender esto, necesitamos entrar un poco más al detalle de lo que son los derechos de autor.

Por un lado tenemos el derecho moral, que es el derecho del autor a ser reconocido como tal, y a decidir si quiere o no publicar su obra. Tenemos también el derecho de reproducción, en el que el autor decide si permite o no utilizar la obra para un fin o para otro. Luego viene el derecho de distribución, en el que el autor decide si permite o no permite realizar copias de su trabajo. Y tenemos también el derecho de comunicación pública, en el que el autor decide si esas copias se pueden o no poner a disposición de muchas otras personas para su disfrute. Y por último tenemos el derecho de transformación, en el que el autor decide si permite la alteración de su obra o su uso para otras obras derivadas.

Así pues, la fotografía colgada en internet, es propiedad única y exclusiva del autor, puesto que así lo dice el derecho moral. Pero bueno, entonces ¿por qué está colgada? Pues porque el autor ha decidido permitir la comunicación pública en esa web donde está expuesta.

Pero nosotros llegamos, cogemos la imagen y la usamos para nuestro videopodcast. ¿que estamos haciendo? Pues en primer lugar, estamos creando una obra derivada, puesto que la fotografía original, ahora es parte de nuestra obra. Por lo tanto, legalmente estamos convirtiendo al fotógrafo en co-autor. Estamos también realizando un uso que no nos han permitido expresamente, con lo que nos saltamos el derecho de reproducción. Además al distribuir el podcast, hacemos una comunicación pública en un medio no autorizado, y si permitimos la descarga, realizamos también una distribución no autorizada. Es decir, nos acabamos de saltar a la torera prácticamente todos los derechos existentes.

¿Y que nos puede suceder si lo hacemos? Ahí viene la siguiente cuestión...

Mito: Se puede usar cualquier cosa siempre que sea sin ánimo de lucro.

Falso. Usar material protegido sin el permiso adecuado, es ilegal. La diferencia entre el lucro o no lucro, es que en el caso de que sea sin ánimo de lucro, un juez puede ordenarnos retirar nuestro podcast. En el caso de que haya lucro, además de eso, podría multarnos o incluso enviarnos a la cárcel. Pero en ambos casos es ilegal.

Así pues, que haya o no haya lucro, no convierte en legal usar cualquier cosa que encontremos. Aunque la creencia popular es que el ser sin ánimo de lucro es legal y con lucro ilegal, la realidad es que ambos son ilegales, solo que el lucro es además un agravante muy serio.

Y no debemos caer en el fallo de pensar, “bueno, lo uso y si me pillan lo peor que puede pasar es que me hagan retirarlo”. Sí... pero en el momento que un juez te lo ordena retirar, es porque ha habido un proceso judicial de por medio, y eso tiene unas costas que normalmente paga el que pierde. Así pues, si utilizamos algo protegido en una obra propia sin ánimo de lucro y nos denuncian, lo peor que puede pasarnos no es que nos lo ordenen retirar, sino que tengamos que pagar las costas de un proceso judicial que podríamos haber evitado.

Mito: “Si el autor no dice lo contrario, es que puedo usarlo”

Error. Los derechos de autor se tienen que dar expresamente. En el caso de una imagen, por ejemplo, si no existe una licencia general publicada por el autor, o éste no nos da permiso explícitamente, es que no tenemos derecho a usarla.

Es ahí donde entran en juego las licencias Creative Commons. Si encontramos un material licenciado y entramos dentro de los supuestos usos permitidos, no tendremos ningún problema.

Resumiendo, ante la duda, la respuesta es “no puedo usarlo”.

Mito: “puedo usar fotos de tal persona porque la foto la hice yo”

Y quien dice foto dice también una grabación de voz o una imagen de video. Pero sigamos con el ejemplo de la fotografía... sí, es cierto que si tu haces una fotografía a una persona, la fotografía es tuya y tu eres el autor y tu decides. Pero ahí también entra otra ley... la de la protección de la intimidad y la propia imagen de las personas. Y según esa ley, la imagen de una persona es propiedad única y exclusiva de esa persona. Por lo tanto, como en tu foto aparece una persona, necesitas el permiso de ésta para poder publicarla. En la práctica, viene a ser como una especie de obra derivada (aunque legalmente no tenga nada que ver). Pero se podría interpretar así (repito, esto jurídicamente es una animalada, pero en la práctica el ejemplo sirve): la persona tiene sus derechos y al hacerle una foto hago una obra derivada... por tanto para usar mi obra, necesito permiso del original (o sea, la persona).

¿Y cuándo se aplican estos derechos? Pues en el momento que una persona es reconocible. Por ejemplo, cuando la voz de una grabación es perfectamente reconocible. O cuando se le ve la cara en una foto.

En cambio, si la persona no es reconocible, porque la voz está distorsionada o sale de espaldas en la foto, no se aplican este derecho a la intimidad y a la propia imagen. Y no son las únicas excepciones. Por ejemplo, no tienen derecho a la propia imagen los funcionarios públicos en ejercicio de su actividad. Es decir, es legal hacer y publicar fotos de un policía o un político mientras hacen su trabajo. Sí, puede parecer muy extraño, pero en España es legal hacer fotos a un policía mientras hace sus funciones... otra cosa es que les guste, cosa que genera mucho debate (aunque la ley es clara al respecto).

Tampoco existe el derecho a la intimidad cuando la fotografía es para ilustrar una noticia. Por eso muchas revistas del corazón recurren al formato “periodístico” para publicar sus artículos, porque de esta manera no necesitan permiso de las personas fotografiadas en lugares públicos.

Entonces, ¿si hago la fotografía en un lugar público y no es una noticia? Pues da igual dónde esté hecha la foto. Si no es para ilustrar una noticia y la foto no es de un funcionario en ejercicio de sus funciones, necesitamos permiso de la persona que aparece y es reconocible. Eso sí... recordad que está

terminantemente prohibido por la ley hacer fotos desde la calle hacia adentro de una vivienda particular. Ahí no hay excepciones. Tampoco es legal realizar grabaciones o comunicar públicamente una conversación telefónica sin conocimiento del interlocutor, si éste es reconocible (sí, el 100% de las bromas telefónicas de las radios son ilegales, solo que nadie denuncia).

Herramientas para no pillarse los dedos

Aunque conozcamos al dedillo todo esto que estamos comentando, podemos pensar que nosotros nunca cometeremos estos errores. De acuerdo, pero no siempre ocurrirá que nosotros cometamos el error de utilizar en nuestro podcast un material equivocado. A veces la cosa no depende de nosotros. Por ejemplo, una persona podría traernos un extracto de otro podcast y decirnos que tiene permiso para usarlo. Si nosotros lo incluimos y luego resulta que no existía tal permiso... ¿de quién es la culpa? ¿del que me engañó o mía? O podrían traerme una foto de una modelo para un videopodcast, y luego resultar que la modelo no sabía nada. A todos nos pueden vender una moto.

Y ahí está el problema. Porque legalmente, a no ser que se demuestre lo contrario, la culpa es siempre de quien realiza la comunicación pública o la distribución. Ésta es la clave de todo.

Y por eso necesitamos unas herramientas que nos permitan blindarnos contra errores garrafales de este calibre. Todo esto no es nuevo. Lleva ocurriendo en el mundo de las revistas y diarios desde hace muchos años. Por eso, cuando uno entrega una fotografía para ilustrar un libro, te hacen firmar un albarán o un contrato donde pone que tu tienes los derechos sobre la imagen y que los cedas a la revista. De esa manera, si resulta que no los tenías, la editorial no es la culpable, porque tu has declarado que sí los tenías. Eso es lo que se conoce como un descargo de responsabilidad.

La finalidad de este descargo no es pasar el muerto a otro. La finalidad es que de esta manera, el que nos pasa el material tenga el cuidado necesario. Si nosotros no exigimos ese descargo, el que nos pase el material no tiene de que preocuparse, puede darnos lo que quiera, porque pase lo que pase, las consecuencias las pagaremos nosotros. Pero si le exigimos el descargo de responsabilidad, entonces tendrá cuidado con lo que nos pasa.

El Descargo de responsabilidad, es un texto firmado por quien nos entrega el material, conforme se hace responsable de tener los permisos necesarios para publicar el material, y nos los cede a nosotros. De esa manera, nosotros, como podcasters y por lo tanto como responsables de la publicación del material, quedamos exentos de responsabilidad legal si luego resultara que el material es sustraído o usado sin permiso.

El descargo de responsabilidad no es la única herramienta, aunque sí la más genérica. También podemos firmar una cesión de derechos o licencia de uso, por ejemplo, en la que el autor de una fotografía o de una melodía nos ceda (por escrito) el derecho para la utilización de su material.

Desde el punto de vista del derecho a la propia imagen, existe lo que en fotografía se llama “model release” o cesión de derechos de imagen, en el que las personas que aparecen en la fotografía permiten el uso de su imagen. Todo buen fotógrafo que tenga un mínimo de profesionalidad hace firmar este tipo de documentos a las personas a las que fotografía.

Ejemplo práctico: material de terceros

Vamos a poner unos ejemplos. Imaginemos que tenemos un videopodcast y una persona nos envía una grabación que no es suya, de un presentador hablando sobre un tema. Lo que le vamos a pedir a la persona que nos pasa el video podría ser dos posibilidades:

a) Un compromiso por escrito de que él tiene cedidos los derechos de autor sobre el video y posee el “model release” del presentador, y que nos los cede todo junto. (descarga de responsabilidades)

b) Un escrito del autor del video cediéndonos la utilización a nosotros, así como un escrito firmado por el presentador autorizando el uso de su imagen por nuestra parte.

En ambos casos, nosotros como podcasters quedamos perfectamente blindados ante cualquier problema legal que pudiera derivar.

Ejemplo práctico: el podcast de zapping

Otro ejemplo, muy cercano a los podcasters, son los podcast de zapping. Es decir, podcasts donde aparecen trozos de otros podcasts. ¿es posible usar trozos de otro podcast en mi propio podcast? La respuesta es que depende. Si la licencia del podcast es una creative commons que permite obra derivada, sí puedo, sin problemas. Pero si la licencia del podcast es una creative commons que no permite obra derivada, necesitaremos el permiso expreso del autor para poder cortar un trozo y pincharlo en nuestro podcast. ¿y si el autor del podcast no dice nada ni pone ninguna licencia? Pues lo dicho, ante la duda, es que no. Por tanto habrá que pedirle permiso al autor del podcast para que nos permita pinchar un trozo. Porque aunque esté en internet e incluso aunque sea gratuito, no significa que el autor nos permita usar su obra para hacer la nuestra a su costa.

¿A alguien le suenta eso de que la Sexta no puede emitir imágenes de Telecinco? Ahora ya sabéis por qué... simplemente porque nunca pidieron permiso a telecinco, y ésta denunció. El juicio estaba ganado desde el momento de la denuncia. ¿y cómo es que siguen existiendo programas de zapping? Porque otras cadenas o bien no denuncian o bien incluso algunas ceden expresamente los derechos.

Ejemplo práctico: El grupo musical que busca promoción

Otro ejemplo sería el de un grupo musical que nos cede un tema para un podcast, porque así se darán a conocer. ¿Basta con que nos lo cedan de palabra? Eso es lo que pensaríamos al principio. Pero los grupos musicales no son una sola persona... en ocasiones discuten, cambian de opinión, e incluso pueden cambiar los componentes del mismo. Pero puede ocurrir algo peor... que se hagan famosos. ¿y esto es peor? Sí. Imaginad por un momento que un grupo desconocido os cede una melodía y al cabo de un año son tan famosos como U2. Podría ser que no dijeran nada e incluso os agradecieran vuestra ayuda. Pero también se les podrían cruzar los cables y exigir la retirada de la canción o que les pagarais una compensación. Podemos pensar que eso no va a ocurrir, que son buena gente... pero la pregunta es... ¿os jugaríais el pellejo o el sueldo por esto?

La solución es fácil, rápida y no duele a nadie. Consiste en un pequeño escrito en el que diga que ceden su tema para el podcast por tiempo ilimitado sin ninguna compensación actual ni futura. De esa manera tan sencilla, quedamos blindados ante cualquier problema futuro, y encima quedamos como profesionales.

Ojalá en otros casos fuera más simple. Por ejemplo, si en un libro quieres citar una estrofa de una de las canciones de Aerosmith, su representante legal exige el 20% de los beneficios. Es decir, el 20% de los beneficios por el 0,001% del texto del libro. Así que imaginad la demanda que podrían meternos si decidimos usar un tema de este grupo para nuestro podcast y tenemos diez mil descargas en un día. ¿vale la pena el riesgo? Lamentablemente, esto no es una exageración.

Material gratis y de libre uso

Ante la duda, siempre podemos recurrir a los sitios web de material gratuito y libre de derechos, como freesound.org para los efectos de sonido o los cientos de sitios de fotografías de libre uso.

El caso más llamativo es sin duda el de la música. Existen muchos artistas, cada vez más, que declaran su música como *podsafe*, que significa que podemos usarla para nuestro podcast sin problema alguno de derechos de autor. En EEUU la red de música *podsafe* es enorme y crece día a día. Son muchos los grupos que deciden dar este paso para llegar a ser conocidos. Y hablamos de grupos con calidades excelentes.

Reflexión final

Como habréis podido comprobar tras la lectura de éste artículo, la idea principal que he querido transmitir es **tened cuidado**. Cuidado porque es muy insensato caminar y bailar alegremente cual Dorothy sobre las baldosas amarillas que llevan a Oz, cuando en realidad paseamos sobre un camino de cajas de huevos de cáscara fina que no solo explotan sino que te saltan a la cara.

Al jugar con material creado por otra gente, nunca sabemos si para ellos es una simple diversión o se lo toman en serio. Una foto puede haber sido tomada por un amateur que estará encantado de que alguien la use, pero también puede

ser una obra fotográfica de un estudio y tener un coste de varios centenares de miles de euros. Una música puede ser una obra de un aficionado en sus ratos libres o puede ser una producción hecha por 10 personas durante tres meses trabajando ocho horas al día. No lo sabemos, y por lo tanto, antes de usar cualquier material, conviene asegurarse de que disponemos de los derechos para hacerlo y de que disponemos del permiso de las personas reconocibles para hacerlo.

Sí, esto de pedir derechos es un engorro. Pero son diez minutos que aseguran no tener pesadillas por algo que ni siquiera habíamos visto venir. Porque estas cosas, en realidad, son fáciles de ver y evitar con tan solo un poco de sentido común.



Autor: Chusé Fernández
Profesión: Creativo radiofónico
Podcast: TEA FM
Web: <http://www.digitea.com/>

Radio vs Podcast

“La radio no tiene futuro, los rayos X resultarán una farsa y las máquinas voladoras más pesadas que el aire son imposibles”

William Thomson (1824-1907)

Estamos inmersos en tal vorágine mediática que es normal que muchos pretendan ir quitando del camino pequeñas piedras que, en opinión de algunos, pudieran entorpecer el camino.

Nada más lejos de la realidad.

Si alguien se atreve a pensar que radio y podcast son elementos enfrentados, que son incompatibles o que uno vivirá sólo si el otro muere está equivocado.

Uno (podcast) es digno heredero del otro (radio).

Pero son absolutamente compatibles. De hecho la radio se está aprovechando, en el buen y mal sentido de la palabra, del podcast para ampliar sus

audiencias. Y en muchas ocasiones lo está haciendo olvidando la esencia del podcasting, ya que el formato radiofónico no es equivalente al del podcast. O no debería serlo.

También es cierto que el podcasting no es radio. O al menos no radio tal y como podemos entenderla actualmente. Tan cierto como que la radio no es podcasting. Ambos se complementan, o deberían hacerlo.

En poco tiempo las principales emisoras de todo el mundo han creado podcasts de sus programas, referencias en internet donde descargar sus programas.

Sin embargo algo hay que dejar claro desde este mismo momento.

Subir a un servidor en internet la grabación íntegra de un programa de radio convencional, sea radiofórmula musical, un espacio informativo o un programa de cocina tal cual ha sido emitido en una emisora a través de ondas herzianas NO ES HACER PODCAST. Es aprovechar la tecnología actual e internet para crear un archivo sonoro con posibilidad de consulta externa, pero eso nunca será un podcast.

La esencia del podcast es su inmediatez, su frescura, su contenido concreto y especial sea cual sea. Hecho por personas anónimas sin vinculación a medios de comunicación o por profesionales del medio. Da lo mismo.

Pero pensar que lo que Adam Curry (padre del podcasting) hace en <http://www.dailysourcecode.com/> es podcasting es sencillamente herrar en la forma y en el fondo.

La definición clásica de podcasting es la de un sistema de distribución de archivos sonoros que utiliza un sistema de sindicación o enlace para su descarga o escucha, de tal manera que el oyente pueda disponer de dicho audio para escucharlo donde y cuando quiera.

Hasta aquí de acuerdo. De todos modos siguiendo el texto de esa definición, si una persona graba de una emisión convencional un programa concreto en una cinta de cassette (¿alguien recuerda el invento?) y se lo escucha en el radiocassette de su coche (alguno todavía lo tendrá instalado) para escucharlo mientras va a trabajar...

¿Estará disfrutando de un podcast?

Si la respuesta a esta pregunta es afirmativa lee el punto “Mi cassette lee podcast”.

Si es negativa puedes pasar al punto “El podcasting en la radio 3.0”.

Mi cassette lee podcast

En los años 70 y 80, era habitual la grabación en cintas de cassette (musicassettes) aquellas canciones que te gustaban y que se repetían una y otra vez en las pocas emisoras de frecuencia modulada existentes en la época.

Fue a principio de los años 80, con la eclosión de las FM en España, cuando las emisoras de esa parte del espectro radioeléctrico pasaron de ser exclusivamente musicales a ser emisoras de contenidos variados. Hasta tal punto fue novedoso el cambio, que pronto las emisoras de Onda Media vieron el peligro de fuga de oyentes a la nueva FM y volcaron sus emisiones de toda la vida de la OM a FM.

Esto significó un cambio en las pautas de los oyentes de radio. Aquellos que grababan sus canciones favoritas, lo hacían también con entrevistas, coloquios, debates, informativos... Aquello fue realmente el inicio del podcasting. Y de la “radio a la carta”.

Cierto es que no se podía elegir el momento de “descarga”. Había que grabar en tiempo real aquella intervención de tu locutora favorita para después escucharla una y otra vez en tu reproductor de cassette. Pero eso, en esencia, era un podcast.

Era un podcast si lo que entendemos como tal es la grabación de una pieza sonora para escucharla en un momento posterior a la emisión.

Pero, como ya he comentado anteriormente aquello, igual que en la actualidad, es un archivo sonoro. Una captura de una emisión, sea de un minuto o de tres horas de duración, es una grabación para archivo, no un podcast.

Pongamos un ejemplo.

Un spot televisivo de cuarenta segundos. En él se nos cuenta una historia completa: presentación, nudo y desenlace. Recibimos el mensaje del spot claramente. Nos gusta o nos disgusta. Nos deja indiferentes o corremos a comprar lo que nos venden en él. Incluso hablaremos con nuestros amigos de ese anuncio tan impactante que hemos visto en la tele.

Pero nunca hablaremos del spot como de una obra cinematográfica, de una película o un documental.

Lo mismo ocurre con el podcast. Tiene un código propio. Una forma de contar, de establecer pautas comunicativas. Llamar podcast a una grabación de quince, treinta, sesenta o más minutos es tan erróneo como decir que un spot de tv es una buena película.

Independientemente de su contenido. Tenga o no secciones diferenciadas. Eso, amigo mío, es un programa de radio. Haya sido emitido o no por una emisora de radio.

El podcast debe ser otra cosa. Un paso adelante en la comunicación sonora. En el desarrollo de elementos creativos relacionados con el sonido. Y relacionados con la radio, por supuesto.

Por eso es razonable pensar que si para nosotros un podcast es un audio grabado para ser reproducido posteriormente a voluntad de quien lo vaya a escuchar, todas las cintas de cassette que guardamos en el altillo de un armario con las canciones grabadas de la radio de nuestros grupos de la tierna juventud tenemos, en el fondo, un catálogo de podcast de los años 70 y 80.

El podcasting en la radio 3.0

Has llegado aquí porque piensas que una grabación de audio de un programa de radio, tal cual, no es un podcast.

Si ahora te arrepientes de tu decisión, aún estás a tiempo de leer el anterior punto: “Mi cassette lee podcast”. Si te reafirmas en tus convicciones, continúa leyendo.

La fortuna de la Radio 3.0, mal que pueda parecer a más de uno, es la revolución que supone para el medio radiofónico el que cualquiera pueda crear contenidos que potencialmente sean susceptibles de emitir por una emisora de radio convencional.

El panorama radiofónico está suficientemente cerrado a las colaboraciones externas como para que, salvo los medios típicos (llamadas telefónicas, correos electrónicos, etc.) no haya forma de participar en los contenidos de un programa de radio.

Pero el concepto de Radio 3.0 va mucho más allá.

El oyente pasa de participante o incluso colaborador a ser protagonista de la propia emisión. Los contenidos emitidos por el propio oyente complementan a los contenidos del programa o de la emisora, llegando incluso a ser un producto final propio emitido desde otra plataforma y recogido por el emisor.

En este proceso el emisor se convierte exclusivamente en altavoz de los contenidos ofrecidos por otras personas, no necesariamente relacionadas con él.

Es aquí cuando el medio radiofónico alcanza su plena definición, ya que emite los contenidos que los propios oyentes crean para el resto de la comunidad.

Esos contenidos no parten desde el medio, estableciendo unas normas o criterios que en muchas ocasiones no se reflejan con la realidad social que le rodea. Surgen de la propia necesidad del individuo o el colectivo por expresarse, difundir y crear.

Y es aquí donde el podcasting tiene su razón principal de ser. Donde la definición de podcast cobra absoluta realidad. Contenidos específicos realizados por personas no obligatoriamente relacionadas con los medios de comunicación que desean difundirlos para uso, información y disfrute del resto.

Aquí es donde internet cobra verdadera importancia.

La definición de internet como una interconexión de redes que permite comunicarse a diferentes ordenadores directamente entre ellos se ve reforzada con el podcasting.

Ya no son sólo los ordenadores los que se conectan entre sí, sino los humanos que hay detrás de ellos, compartiendo conocimientos, datos, experiencias...

El podcasting establece como lógica esa comunicación y si internet ha cambiado de forma radical la forma de entender las relaciones humanas e incluso los hábitos de los seres humanos, es razonable pensar que el podcasting va a suponer otro cambio radical en la forma de expresarnos y comunicarnos.

Es obligación de los medios de comunicación, y en concreto de la radio, observar estos cambios y aprovecharlos en beneficio de sus oyentes y de sí misma.

La relación entre el podcast y la radio convencional, pasados los primeros y lógicos momentos de mutuo miedo, debe ser de cooperación. Sin lugar a dudas.

Los medios de comunicación de masas están apostando claramente por las tecnologías relacionadas con internet. Curiosamente, es la televisión la que está haciendolo de una manera más arriesgada.

En unos momentos de crisis como los que se están viviendo en esta segunda década del siglo XXI, están apareciendo experiencias televisivas on line, refuerzos a la programación y vínculos con los telespectadores directamente en la red. Lo que alguna cadena de televisión española llama 3.0.

Dicen que se trata de una nueva manera de ver la televisión. Apuestan definitivamente por el desarrollo tecnológico y el consumo televisivo a través de dispositivos móviles e internet.

A pesar de que en sí no sea una novedad, pues hace años que existen emisoras de televisión que emiten a través de internet, la apuesta decidida por empujar al consumo de productos televisivos por medios tecnológicamente novedosos si que resulta, al menos, interesante.

En la radio este consumo tecnológico es mucho más sencillo. Los dispositivos móviles incorporan en gran número un sintonizador de radio.

De este modo el consumo “portátil” de cualquier producto radiofónico es sencillo.

Tampoco descubrimos nada. En los años 60 y 70 era totalmente normal y formaba parte del paisaje urbano de los domingos por la tarde el marido que, del brazo de su esposa, caminaba sin rumbo fijo por las calles mientras él, transistor en mano, escuchaba la retransmisión del partido de la tarde con un minúsculo auricular colocado en el oído opuesto a la mujer.

Eso era consumo móvil. No inventamos nada.

Las posibilidades que nos da internet y las tecnologías móviles si que nos pueden ayudar a dar una vuelta de tuerca a ese consumo radiofónico.

Es ahí donde entra el concepto de Radio 3.0 que aúna la radio convencional y el podcasting.

La Radio 3.0 como concepto abstracto es la posibilidad de que cualquier persona que tenga algo que contar utilice la radio como medio de expresión y comunicación, poniendo en valor total el espíritu inicial de la radio: dar voz y comunicar.

Pero en el caso de la Radio 3.0 no es el medio quien abre los micrófonos para encauzar la participación puntual del oyente. Es el propio oyente quien se convierte en emisor, creando su propio espacio radiofónico por medio de las técnicas adecuadas, para hacer llegar al resto de oyentes su mensaje.

Llegados a este punto está claro que el podcasting ya genera esta interrelación oyente-emisor.

Un podcaster no tiene por que ser un profesional de la radio. De hecho los principales podcasters no lo son, y no por ello su mensaje pierde en calidad de producción ni de contenidos.

La diferencia entre un catálogo de podcasts y la Radio 3.0 estriba en que los creadores de contenidos son sus propios consumidores, convirtiendo la emisión radiofónica en un símil de red social, de tal modo que cualquiera sea capaz de expresarse a través de un medio de comunicación de masas como es la radio sin más límite que su imaginación y las normas de convivencia establecidas por la razón y el sentido común.

Esos contenidos bien pueden dar como resultado un podcast o incluso ser originalmente un podcast que se revierte a la emisión convencional de una emisora de radio.

El camino es de doble dirección, y el poder de intercomunicación, integración y difusión de la radio convencional e internet se ven complementados con este sistema de configuración de contenidos.

Por todo esto, hablar de radio “contra” podcast no tiene razón de ser. La radio y el podcast van de la mano. La una es digna heredera y complemento de la otra y pensar que el podcast puede terminar con la radio tal y como la hemos conocido hasta ahora es tan arriesgado como pensar que la televisión acabará con el cine.

Es cierto que hay que innovar y estar en consonancia con los tiempos en los que se viven, y por ello la integración del podcast en la radio convencional se ha realizado de un modo natural. Es el momento adecuado, eso sí, de adelantarnos un puesto, subir un escalón más y atrevernos a integrar de un modo real el podcast y la radio.

Pero no solo el podcast, también las redes sociales tienen una importancia grande en esta globalización mediática.

Integrar radio, podcast y redes sociales junto con la portabilidad y participación absoluta y libre de los oyentes y emisores en la producción conjunta de contenidos hará del medio radiofónico del siglo XXI un sistema de comunicación total que puede dar unos frutos inimaginables tan solo hace unos pocos años.

Es labor de todos crear y producir radio y podcasts. Ambos son fondo y forma.

Glosario de términos

- **Audacity**
Aplicación informática que permite al usuario trabajar con sonido (crear música, grabar y editar podcast, etc). Su manejo es bastante sencillo, tiene características únicas y está disponible para varios sistemas operativos (Windows, Mac y Linux).
- **Audiocorreio**
Grabación en formato audio (MP3 o similares) que se adjunta en un correo electrónico y que se envía a una dirección determinada. En el ámbito del podcasting es uno de los medios a disposición del oyente para aportar de algún modo al podcast que oye.
- **Audio Hijack**
Aplicación informática sólo disponible para MacOS X que permite capturar y grabar cualquier sonido que reproduzca otra aplicación o el propio sistema operativo. *Podcast*: Archivo multimedia distribuido mediante RSS de tal modo que el usuario pueda suscribirse y recibir cada nuevo contenido actualizado y al instante. Aunque no hay restricción, en este libro nos referimos fundamentalmente a archivos de audio.
- **Blip**
Servicio gratuito que permite subir vídeo y audio y que nos proporciona un feed para que los usuarios se suscriban. Ofrece unas estadísticas muy completas. En el caso del audio tiene una limitación de velocidad para que se oiga bien sólomente desde la web, de tal modo que la descarga resulta bastante lenta.

- **Feed**

En informática, documentos con formato RSS o Atom basados en XML. Suelen contener titulares de noticias o notas, generalmente con un resumen del contenido o el contenido en su totalidad. Suelen usarse en blogs y sitios de noticias. También pueden usarse para distribuir contenido multimedia como un podcast.
- **Feedburner**

Servicio web gratuito que sirve para configurar un feed. Muchos sitios web ofrecen un primer feed muy rudimentario. Al pasarlo por este servicio podemos configurar muchos aspectos para facilitar a los suscriptores la lectura y recepción de multimedia. Aplicado al podcasting, si un podcast cambia de servidor y administra su feed con este servicio, el oyente final no tiene por qué darse cuenta.
- **Follower**

Término aplicado fundamentalmente a la red social Twitter. En español, seguidor, señala cada una de las personas que reciben el contenido que el usuario comparte.
- **Garage Band**

Aplicación informática que permite al usuario trabajar con sonido (crear música, grabar y editar podcast, etc.) de una manera sencilla. Está desarrollado por Apple Computer para su sistema operativo MacOS X, y no está disponible para ningún otro.
- **iTunes**

Aplicación informática de reproducción multimedia lanzada por Apple el 8 de enero de 2001 en la Macworld Expo en San Francisco. Viene incluida por defecto en los ordenadores Mac y está disponible también para sistemas Windows. Entre otras funciones permite organizar archivos de música y vídeo, para así reproducirlos y poder transferirlos a dispositivos de la misma compañía como los iPod.

- **iVoox**
Servicio online gratuito en el que se puede encontrar multitud de archivos de audio, desde programas de radio a podcasts, pasando por audiolibros, monólogos y cualquier tipo de contenido en formato audio. Los usuarios también tienen la opción de publicar sus audios y ofrecerlos así a la comunidad (que puede comentarlos, compartirlos y votarlos) y a otras personas que no usan el servicio a través de un enlace de sindicación por RSS.
- **Micrófono**
Transductor electroacústico. Su función es la de traducir las vibraciones debidas a la presión acústica ejercida sobre su cápsula por las ondas sonoras en energía eléctrica o grabar sonidos de cualquier lugar o elemento.
- **MP3**
Abreviatura para MPEG Audio Layer III. Es el formato más común para la distribución de archivos de sonido dado su reducido peso.
- **Podcast**
Archivo multimedia distribuido mediante RSS de tal modo que el usuario pueda suscribirse y recibir cada nuevo contenido actualizado y al instante. Aunque no hay restricción, en este libro nos referimos fundamentalmente a archivos de audio.
- **RSS**
De sus siglas en inglés Site Summary o Rich Site Summary, es un formato XML para syndicar o compartir contenido en la web. Se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos. El formato permite distribuir contenidos sin necesidad de un navegador, utilizando un software diseñado para leer estos contenidos.

- **Screencast**
Consiste en una grabación de la pantalla de un ordenador realizada con el fin de explicar algún aspecto o tarea a cumplir con el sistema operativo. Normalmente va acompañado de un audio en el que se explican los pasos a seguir, también por voz, para complementar la imagen.
- **Sindicación**
Reenvío o reemisión de contenidos desde una fuente original (sitio web de origen) hasta otro sitio web de destino (receptor) que a su vez se convierte en emisor puesto que pone a disposición de sus usuarios los contenidos a los que en un principio sólo podían tener acceso los usuarios del sitio web de origen.
- **Skype**
Aplicación informática de voz sobre protocolo de Internet (VoIP) que permite llamar sin coste a otros usuarios del programa y realizar llamadas a teléfonos móviles y fijos atendiendo a unas tarifas. También ofrece la opción de chatear por texto. Está disponible tanto para Windows como para Mac y Linux, aunque no comparten exactamente las mismas características.
- **Streaming**
Del inglés stream (aquí con el sentido de fluir), es una forma de distribución de contenido multimedia por internet sin interrupciones que permite ser consumido en el momento en que se está emitiendo, de tal modo que no es necesario descargar ningún archivo. Si esa emisión se graba y se distribuye deja de ser streaming.
- **Twitter**
Sitio web destinado a reunir personas que interactúan entre sí para compartir cualquier tipo de contenido (texto o multimedia a través de enlaces) con una limitación de 140 caracteres. En el podcasting se usa para difundir los contenidos del podcast, interactuar con los oyentes, y es otro método para animar a estos a que participen. Además, muchos podcaster también tienen una cuenta personal.

Twitter

Con el hashtag #libropodcast y la premisa “¿qué es para ti el podcasting?” empezaron a llegar mensajes . Este es el resultado:



@jescortes: Información en formato audio transmitido a través de internet #libropodcast



@gadius: Podcast: Información, diversión y entretenimiento como, cuando y donde quieras, con gente como tú y donde tú puedes participar #libropodcast



@juanjoguevara: para mi el podcasting es una forma de dar a conocer lo que pienso y como soy, y conocer como son y lo que piensan los demás #libropodcast



@tomeu00: radio a la carta #libropodcast



@gadius: El podcasting es más que un hobby: es una forma de expresión, una forma de hacer amigos, una forma de aprender #libropodcast



@Roberto_Pastor: El podcasting es la voz de cada uno sin tapujos y sin censura #libropodcast



@Imayorgas: El podcasting es más espontáneo y cercano que el blogging tradicional, sin la complejidad de producción de un videoblog #libropodcast



@jcuetos: para mi el podcasting es la verdadera radio amiga con información cercana y comprensible y lo mejor, al alcance de todos #libropodcast



@benyms: El podcasting es como radio On Demand, con programas de temas de mi predilección que tal vez nunca estarían en la radio #libropodcast #libropodcast



@M4ugan: El podcasting es una poderosa arma divulgativa, independiende al alcance de cualquiera #libropodcast



@Imayorgas: El podcasting da cabida a temáticas minoritarias impensables en la radio generalista #libropodcast



@Roberto_Pastor: El podcating es la voz de cada uno sin tapujos y sin censura #libropodcast



@JuandeSalinas: Podcasting es un antistress de los programas en directo. Ahora el directo lo pones tú cuando quieres escuchando un podcast #libropodcast



@juanjoguevara: el podcast es una herramienta divulgativa más que te permite dar tu opinión de forma libre y directa #libropodcast



@JaviMostoles: Podcasting herramienta de comunicación, divulgación, negocio y diversión. #libropodcast



@Mpc: Podcasting: dícese de los audios distribuidos por rss donde los autores ofrecen su visión sobre el tema que desean tratar #libropodcast



@anais_ig: es aprender, reir y conocer sin límite geográfico o temporal. Podcast significa estar al 100% en todo #libropodcast



@Imayorgas: El podcasting pone a nuestro alcance un medio tan clásico e inaccesible como la radio para crear algo nuevo, moderno y 2.0 #libropodcast



@DReaM_h2o: La temática que quieras, donde quieras, cuando quieras y con quien quieras. La evolución de los contenidos radiofónicos #libropodcast



@lobored: El podcasting es eso que te permite hacer las tareas de la casa de forma entretenida #libropodcast



@elisabeleta: El podcasting nos ofrece la posibilidad de apreciar y de recrear el ecosistema sonoro de forma creativa #libropodcast



@frankb89: Si algo tengo claro, es que haciendo un podcast, NUNCA estás solo #libropodcast



@tonisellas: El podcasting es la voz de la web 2.0. Literalmente, tú tienes la palabra #libropodcast



@RoyDeckard: Un podcast es la forma de comunicar tus aficiones o algo profesional a gente con tus mismas inquietudes #libropodcast



@SrTore: podcasting es la radio que siempre has querido oír #libropodcast



@cinefilo: En las radios se viven de la audiencias, en el podcast de tus oyentes #libropodcast

“Podcasting, tú tienes la palabra”
ha sido posible gracias al patrocinio de:



con la colaboración de:



Autor: AsociaciónPodcast

Página personal: <http://AsociacionPodcasting.bubok.com>

Página del libro:

<http://www.bubok.com/libros/194159/Podcasting-tu-tienes-la-palabra>



Asociación **Podcast**

Capturar el momento que estábamos viviendo en la podcastera española. Esa fue la idea principal que inspiró este proyecto, aunque sin la aportación conjunta de todos los autores y colaboradores esta imagen no la hubieramos podido hacer llegar a vuestras manos.

“Podcasting, tú tienes la palabra” es un libro íntegramente colaborativo en el que han participado más de 80 personas. Todo el contenido del libro, desde las portadas hasta el mismo título, han sido fruto de aportaciones de gente que ha decidido participar altruistamente en el proyecto.

Vendrán más libros, han de venir, pero aquí tienes el primero que representa este punto en el tiempo, una pizca, una marca, una imagen, una voz. Ahora tú tienes la palabra.

Este libro ha sido posible gracias al patrocinio de:



Y a la colaboración de:



diseño de portada
WWW.ARTECUCUMBER.COM

ISBN 978-84-9981-064-5



9 788499 810645 >