

MANUAL COMUNITARIO PARA LA CREACIÓN DE PODCASTS

Por Juan Pablo Viteri



USFQ PRESS

Universidad San Francisco de Quito USFQ, Quito 170901, Ecuador.

Diego de Robles S/N y Vía Interoceánica.

<https://libros.usfq.edu.ec/>

Somos la casa editorial de la Universidad San Francisco de Quito USFQ. Fomentamos la misión de la universidad al divulgar el conocimiento para formar, educar, investigar y servir a la comunidad dentro de la filosofía de las Artes Liberales.

Manual comunitario para la creación de pódcast
Juan Pablo Viteri¹

¹Universidad San Francisco de Quito USFQ, Colegio de Comunicación y Arte Contemporáneo, Campus Cumbayá, edificio Miguel de Santiago, MS-103.

Esta obra es publicada luego de un proceso de revisión por un Comité Editorial.

Producción editorial: Radio COCOA y USFQ PRESS

Diseño y diagramación: Felipe Vargas

Diseño de cubierta: Felipe Vargas y Marx Corella

Revisión técnica: ACNUR

Revisión de estilo: USFQ PRESS

© Juan Pablo Viteri, 2022

© Universidad San Francisco de Quito USFQ, 2022

© ACNUR, 2022

© Marx Corella, de las ilustraciones, 2022

Esta obra está bajo una licencia [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). El uso de nombres descriptivos generales, nombres comerciales, marcas registradas, etcétera, en esta publicación no implica, incluso en ausencia de una declaración específica, que estos nombres están exentos de las leyes y reglamentos de protección pertinentes y, por tanto, libres para su uso general.

La información presentada en esta publicación es de entera responsabilidad de sus autores. USFQ PRESS presume que la información es verdadera y exacta a la fecha de publicación. Ni la editorial, ni los editores, ni los autores dan una garantía, expresa o implícita, con respecto a los materiales contenidos en esta obra ni de los errores u omisiones que se hayan podido realizar.

ISBN: 978-9978-68-229-6

Registro de autor:

Primera edición digital: septiembre, 2022

Catalogación en la fuente Biblioteca de la Universidad San Francisco de Quito USFQ.

Viteri, Juan Pablo
Manual comunitario para la creación de pódcast / Juan Pablo Viteri ;
[revisión técnica, ACNUR ; ilustraciones, Marx Corella]. – Quito : USFQ
Press, ©2022.
p. : cm.

ISBN: 978-9978-68-229-6

1. Pódcast – Guías, manuales, etc. – I. Alto Comisionado de las Naciones
Unidas para los Refugiados ACNUR, revisor. – II. Corella, Marx, ilustrador. –
III. Título.

CLC: PN 4567.7 .V58 2022
CDD: 791.460 973

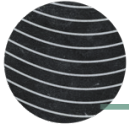
OBI-156

Se sugiere citar esta obra de la siguiente forma:

Viteri, J.P. (2022). *Manual comunitario para la creación de pódcast*. USFQ PRESS.

Índice

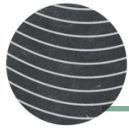
Capítulo 1 Introducción al podcast	4
Capítulo 2 Planificar el podcast	12
Capítulo 3 Sobre guías, guiones y entrevistas: diseñando el contenido	20
Capítulo 4 Grabar y editar el podcast	28
Capítulo 5 Difundir el podcast	48
Anexo Sobre la representación en medios	54



INTRODUCCIÓN AL PÓDCAST

Capítulo 1





¿QUÉ ES EL PÓDCAST?

El pódcast es la mezcla de dos formatos mediáticos: el blog y la radio. En este sentido, un pódcast es una publicación digital periódica en audio que se descarga o reproduce desde internet. Por eso, para escuchar un pódcast es necesario un dispositivo digital como una computadora o un teléfono inteligente.

Al igual que los blogs, los pódcast sirven para que cualquier persona comparta sus experiencias, ideas, historias, conocimientos o reflexiones con otras, en este caso su audiencia. Estos pueden ser sobre cualquier tema, desde asuntos personales hasta noticias, tutoriales, contenidos educativos o ficción.

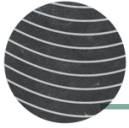
La diferencia con la radio es que los pódcast no necesitan de una frecuencia de radio; cualquier persona puede subir un pódcast a la red. Además, se pueden descargar y escuchar donde y cuando el usuario lo decida.

Finalmente, hay relativas diferencias temáticas con la radio por dial. Por ejemplo, por las restricciones de derechos de reproducción, un pódcast no puede transmitir música como lo hace la radio. Asimismo, los contenidos noticiosos de interés general suelen ser menos comunes. En los pódcast priman contenidos para un público con intereses específicos.

BREVE HISTORIA DEL PÓDCAST

La palabra *podcasting* se usó por primera vez en el año 2004, en un artículo del medio inglés *The Guardian*, escrito por Ben Hammersley. El texto habla sobre la posibilidad que internet abre para que la radio amateur se popularice. Hacer radio a través de internet abarata los costos de producción y las tecnologías digitales facilitan también la difusión de estos contenidos. En otras palabras, anuncian que hacer radio es mucho más accesible en la actualidad.





De la misma manera, en el 2004, Adam Curry, quien trabajó como *videojockey* de la cadena MTV, junto con el desarrollador de programas, Dave Winer, unieron esfuerzos para crear iPodder, un programa que permitía subir y descargar pódcast a los iPod. La idea de Curry fue revolucionaria, pues permitió que los pódcast funcionen en tecnologías portátiles y móviles. De hecho, la palabra pódcast es la combinación de iPod y *broadcast* (transmisión en inglés).

Durante varios años, los pódcast fueron populares principalmente en contextos anglosajones. En 2011, por ejemplo, Adam Carolla logró 59 millones de descargas de uno de sus pódcast. Sin embargo, su consumo está lejos de llegar a ese nivel de popularidad en Latinoamérica.

Las razones por las que el pódcast se ha demorado en alcanzar popularidad en la región podrían explicarse por el bajo nivel de conexión a internet y el bajo consumo de tecnologías como iPod y teléfonos inteligentes. No obstante, en los últimos cinco años, el nivel de conectividad y el uso de teléfonos inteligentes han aumentado rápidamente en varios países de la región. Por estos motivos, la producción y el consumo de pódcast están también en rápido crecimiento.

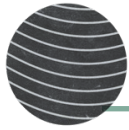
¿POR QUÉ HACER PÓDCAST?



A diferencia de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa, los medios digitales permiten a cualquier usuario de internet crear y publicar sus propios contenidos. Por eso, los pódcast son una excelente forma de comunicación para cualquier persona o comunidad que le interese crear contenido en formato sonoro.

En los últimos años, la creciente popularidad de los pódcast se debe a la masificación de los teléfonos inteligentes. El hecho de que los teléfonos acompañen a los usuarios a cualquier lugar y se mantengan conectados, permite el consumo de contenidos en diferentes situaciones y lugares. Pero, a diferencia de leer artículos, navegar en las redes sociales o ver videos, escuchar pódcast no requiere que la atención se enfoque en la pantalla. Esto los vuelve fáciles de escuchar en el transporte público, mientras la persona conduce, hace ejercicio, limpia o toma un baño.





Otra de las razones de su creciente popularidad es que los pódcast son relativamente fáciles de producir. No requieren de una gran inversión. Un sistema de grabación digital básico, que puede ser una computadora personal o un teléfono celular, eso es todo lo que se necesita para comenzar con la creación de un pódcast.

ESTILO DE PÓDCAST

Según el portal [Voices](#), existen cuatro tipos de pódcast:

1. no-ficción narrativa;
2. entrevistas y/o conversacionales;
3. ficción;
4. híbridos.

1. No-ficción narrativa

Es un formato profesional, normalmente producido por periodistas que realizan y presentan investigaciones a profundidad sobre distintos temas. Utilizan recursos como entrevistas, análisis, resúmenes de noticias y se presentan datos de todo tipo. Sin embargo, lo más importante es contar una historia que informa sobre situaciones, problemáticas y personas reales.

Este formato es normalmente un trabajo realizado en equipo, el cual requiere un alto nivel de manejo técnico e investigación.

Ejemplos:

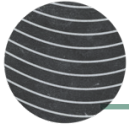


[Radio Ambulante](#)



[Voces del Desamparo](#)





2. Entrevistas y/o conversaciones

Este es uno de los formatos más populares. Casi siempre tienen un anfitrión o anfitriona que realiza entrevistas o mantiene conversaciones con uno o varios invitados. Muchas veces estos pódcast pueden verse en video también.

Además, es un formato para acercarse a los puntos de vista y experiencias diversas de distintos sujetos, desde personajes famosos hasta personas comunes. Puede ser un formato fácil de producir y no requiere de demasiado presupuesto ni técnicos o equipos de grabación y edición.

Ejemplos:



[El pódcast de Cristina Mitre](#)



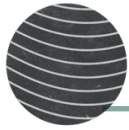
[Creativo](#)

3. Monólogos

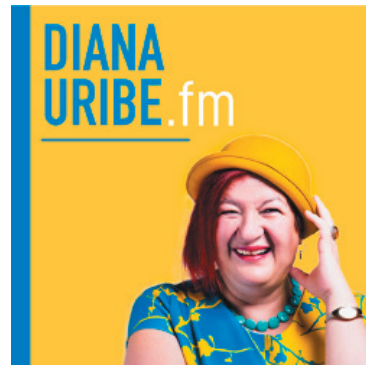
Por su parte, este es un formato que usualmente tiene un conductor que presenta un monólogo, pero que a veces puede estar acompañado por un grupo de amigos o invitados a los que entrevista o con quien mantiene conversaciones. Puede ser un formato fácil de producir y, al igual de que los pódcast de entrevistas y conversaciones, no necesita de mucho presupuesto.

Ejemplos:





[Se regalan dudas](#)



[DianaUribe.Fm](#)

4. Ficción (docuficción)

Son la versión pódcast de las radionovelas o audiodramas. Como su nombre indica, cuentan historias de ficción o incluyen dramatizaciones y recuentos elaborados de hechos reales.

Utilizan recursos como efectos de sonidos, dramatizaciones y musicalización. Por ende, es un formato de compleja producción y guionización. Este tipo de pódcast está emergiendo y alcanzando popularidad; incluso, grandes compañías como Marvel están generando contenidos de este tipo.

Ejemplos:

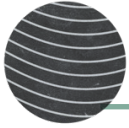


[Mija](#)



[Fausto](#)

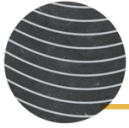




RESUMEN

- El pódcast es un formato digital de contenidos sonoros que aprovecha la accesibilidad del internet y las tecnologías portátiles como los teléfonos inteligentes.
- Los pódcast se pueden producir con pocos recursos y cualquier persona con acceso a internet puede hacer su propia producción.
- Es un formato que está creciendo en popularidad en todo el mundo y Latinoamérica no es la excepción.
- Los pódcast pueden escucharse para acompañar actividades cotidianas, pues no requieren que la atención se enfoque en las pantallas.
- Los pódcast pueden tocar cualquier tema y cumplir varias funciones como entretener, informar o educar. En sí, pueden tener un tono serio o humorístico. También pueden incluir a personajes famosos, pero también personas comunes y corrientes.

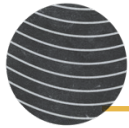




PLANIFICAR EL PÓDCAST

Capítulo 2





¿POR DÓNDE EMPEZAR?

Es conveniente asumir que los podcasts son principalmente un medio de comunicación. Esto significa que es mejor planificar los contenidos primero, con base a la audiencia que podría ser la propia comunidad; ¿qué quieren escuchar?, esta pregunta se debe plantear antes de lo que se quiera decir. Lo que se desea comunicar tal vez coincide con lo que la audiencia quiere escuchar, pero no siempre es el caso. Por eso es importante pensar primero en lo que las demás personas encuentran interesante, fascinante, motivador o útil.

Por supuesto, difícilmente un podcast comienza con una audiencia propia. Sin embargo, uno de los secretos de los podcasts más exitosos es que estos se dirigen a una comunidad específica. Entonces, parte de la planificación es considerar si el tema del podcast que se planea producir es del interés de una audiencia o una comunidad.

La *NPR*, la radio pública de los Estados Unidos, recomienda hacerse las siguientes preguntas para empezar a planificar un podcast:

1. Para quién está dirigido el podcast?
2. ¿Cómo hacer interesante el podcast?
3. ¿Cómo encontrar y llegar a la audiencia?
4. ¿Qué tipo de podcast producir?

1. ¿Para quién está dirigido el podcast?

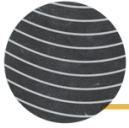
Se debe imaginar a la audiencia. Es necesario pensar en los rangos de edad, ocupaciones, situaciones, nacionalidades, géneros, nivel de educación, clase social y demás características de la potencial audiencia.

Hacerse preguntas como las siguientes puede ser de gran ayuda:

- ¿En dónde se ubica la audiencia?
- ¿Qué hace la audiencia mientras escucha el podcast?
- ¿Qué busca o qué necesita la audiencia y cómo puede ayudar el podcast?

Saber si las personas van a escuchar en sus hogares, mientras se ejercitan, en el transporte público o mientras comparten con su familia o amigos puede ayudar a





definir el tono de los contenidos. Asimismo, saber si la audiencia es local, nacional, internacional es un punto importante a considerar, para definir los contenidos que se va a entregar.

Pensar en lo que la posible audiencia está buscando debe definir el tipo de contenido que se entrega. Las personas escuchan pódcast para informarse, educarse, motivarse, entretenerse o simplemente buscan compañía. ¿Cuáles de estas necesidades podría satisfacer el pódcast? ¡Ojo, no tiene que ser exclusivamente una de ellas!

2. ¿Cómo hacer interesante el pódcast?

Básicamente, la audiencia llega a un pódcast buscando satisfacer algún deseo. La *NPR* recomienda pensar en estos deseos de dos maneras: dolores y placeres.

Los dolores son básicamente problemas, necesidades e inquietudes. Muchas personas buscan contenidos para encontrar soluciones a problemas sobre cómo resolver conflictos o problemas profesionales, personales o cotidianos.

Otras personas buscan cumplir necesidades como motivarse profesionalmente a mejorar su salud o su desempeño deportivo.

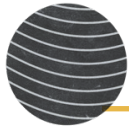
También existen audiencias que quieren saber más sobre un tema que les inquieta o buscan entender mejor la coyuntura política, hechos históricos o problemas psicológicos y de salud.

Por otro lado, los placeres responden a aspiraciones, placeres y diversiones. Si bien a veces la audiencia busca contenidos que la ayuden con aspiraciones sobre cómo mejorar en el trabajo, en las relaciones personales, la salud o la economía personal; otras veces busca contenidos que respondan a las pasiones o *hobbies*. Si se tiene interés por la música, el deporte, la literatura, la ciencia, la moda, el cine, pues seguramente hay varios pódcast sobre esos temas de interés. Hay audiencias ávidas por conocer más y mantenerse informadas sobre sus pasiones.

3. ¿Cómo encontrar y llegar a la audiencia?

Ahora que se conoce cuál es la audiencia y qué busca, el siguiente paso es llegar a ella. Es necesario pensar en ¿dónde está?, ¿por dónde transita?, ¿qué lugares





visita?, ¿qué contenidos consume?, ¿en qué redes sociales y grupos se encuentra?, y ¿qué aplicaciones usa?

Una buena manera de aclarar estos puntos es hablar con conocidos y encontrar claves para responder a estas preguntas. Mientras más se conozca sobre la audiencia, más fácil será definir la estrategia para hacer que el pódcast llegue a su destinatario.

4. ¿Qué tipo de pódcast producir?

Por una parte, para este apartado se puede volver al capítulo anterior y revisar los [estilos de pódcast](#). Por otra parte, para iniciar se requiere pensar en las posibilidades, tiempo, habilidades y recursos técnicos para producir un pódcast. Recuerda que ciertos estilos de pódcast requieren de equipos humanos y tecnológicos considerables y otros son más sencillos y económicos para producir.

La magia de los pódcast es que muchos contenidos sencillos llegan a grandes audiencias.

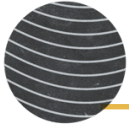
TIEMPO, TIEMPO, TIEMPO

Parte de la planificación de un pódcast es considerar la duración promedio de cada episodio y la periodicidad con la que se publica cada uno. Duración y periodicidad son parte de la identidad del pódcast. La audiencia se acostumbrará a episodios que respetan cierta duración y que salen en un tiempo regular.



¿Cuánto debe durar el pódcast?

Pensar la duración de un pódcast es fundamental. Que el pódcast sea un formato pensado para escucharse en dispositivos móviles ha definido ciertos estándares de duración. Por ejemplo, 30 minutos, es un tiempo ideal para acompañar viajes



de personas que se movilizan desde sus casas al trabajo. Sin embargo, hay pódcast que duran apenas unos minutos y otros que se extienden por horas e igualmente funcionan.

En otras palabras, existen ventajas, desventajas y varias consideraciones que se deben considerar a la hora de definir la duración adecuada.

Las ventajas de un pódcast corto

Los pódcast cortos, de menos de 10 minutos, no son los más comunes, pero tampoco son los menos populares. Aunque la experiencia indica que es mejor hacer pódcast de 20 a 30 minutos, hay dos ventajas en hacer un pódcast corto.

- ✓ Un menor tiempo de producción permite elaborar y publicar episodios con mucha más frecuencia.
- ✓ Los archivos de un pódcast corto son más pequeños, por lo tanto, implican un menor tiempo de descarga y requieren menos datos de los usuarios que usan sus teléfonos inteligentes para descargar pódcast.

En definitiva, hacer pódcast cortos facilita la vida de quien los produce y la de los suscriptores.

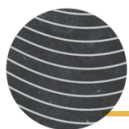
Las ventajas de un pódcast largo

Es usual que los pódcast basados en entrevistas o conversaciones duren más de 30 minutos. De hecho, el no tener un estándar restrictivo de tiempo es una característica específica de estos pódcast que trae ciertas ventajas.

Las entrevistas televisivas, por ejemplo, tienden a ser breves e impersonales mientras que, por el contrario, muchos pódcast permiten que, a través de entrevistas, se conozca a personajes a profundidad y de una forma cercana y relajada. De hecho, el que se extienda por más de media hora permite que surjan conversaciones e interacciones espontáneas y más naturales.

Existen pódcast de entrevistas muy populares que usualmente superan la hora o las dos horas de duración. Sin embargo, no es fácil mantener una entrevista o conversación interesante por tanto tiempo. En este sentido, las habilidades del anfitrión o conductor del pódcast son importantísimas para hacer que la duración





sea entretenida e interesante. En el capítulo 10 se hablará sobre las técnicas para llevar a cabo buenas entrevistas.

Finalmente, un pódcast de entrevista larga no necesariamente implica un aumento significativo de tiempo de producción, si se compara con uno corto. Pero un pódcast de no ficción narrativa puede implicar mucho tiempo de pre y posproducción en la medida que su duración aumente.

¿Con qué regularidad debe salir cada episodio?

Es primordial asumir que los pódcast tienen una audiencia que se suscribe a descargar periódicamente su contenido. Esto significa que se debe generar contenido constantemente para mantener cautiva a la audiencia. Pero, ¿con qué regularidad se debe proporcionar nuevo contenido a la audiencia?

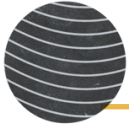
La periodicidad con la que los pódcast sacan nuevos episodios varía entre entregas diarias y entregas mensuales. Sin embargo, los pódcast más exitosos tienen entregas de nuevos episodios semanales o bimensuales.

Evidentemente, producir más de un episodio a la semana puede ser muy trabajoso y producir un episodio al mes facilita las cosas. No obstante, mantener pendiente una audiencia con un pódcast al mes, o menos que eso, resulta complicado y es poco recomendable.

Esto no significa que se deba necesariamente respetar esa dinámica. A diferencia de los medios tradicionales, los tiempos y la periodicidad son mucho más flexibles en los formatos web y el pódcast no es la excepción.

Asimismo, una forma de planificar la periodicidad de los contenidos a mediano plazo consiste en definir temporadas con un número determinado de episodios, que deben salir con cierta periodicidad. Lo importante es que la audiencia sepa a a qué atenerse y cuánto esperar por nuevos contenidos.

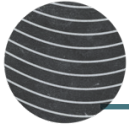




RESUMEN

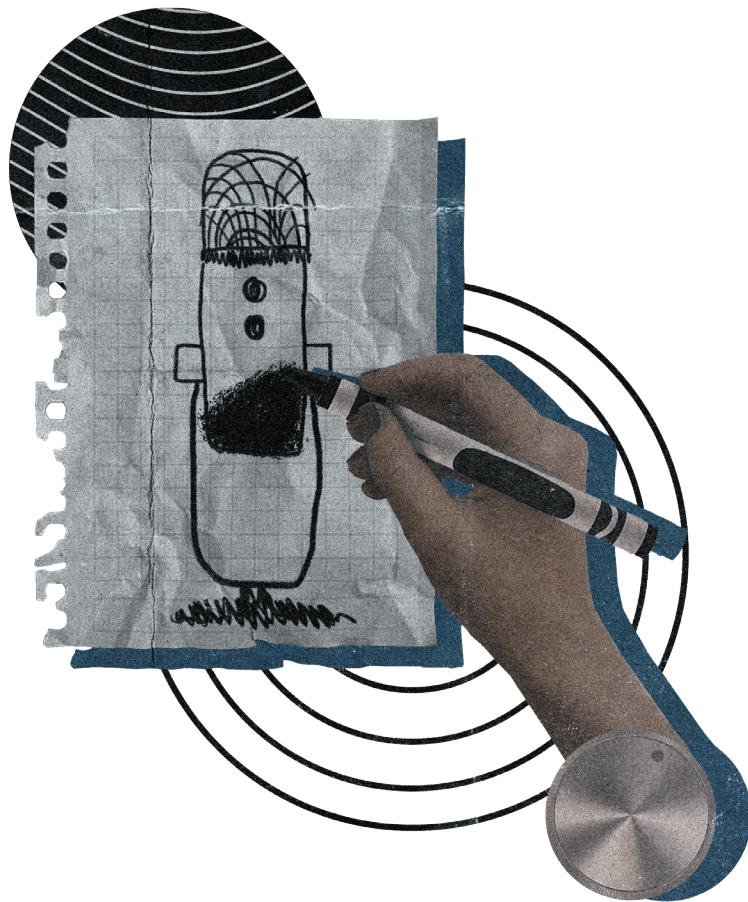
- Un pódcast es una herramienta de comunicación y es conveniente planificar los contenidos pensando en las necesidades e intereses de una comunidad específica.
- Para planificar un pódcast es importante definir una audiencia. Delimitar una audiencia definirá el tipo de pódcast que se quiere producir.
- Es importante establecer la duración de cada episodio de un pódcast pensando en el tipo de contenido y las posibilidades para producirlo.
- Hay que evitar hacer episodios muy cortos o muy largos. La duración ideal es de 30 minutos a una hora, pero puede cambiar dependiendo de las características del pódcast.
- La periodicidad con la que se publican nuevos episodios es vital. Lo ideal es sacar contenidos semanales o bimensuales.

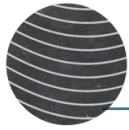




SOBRE GUÍAS, GUIONES Y ENTREVISTAS: DISEÑANDO EL CONTENIDO

Capítulo 3





La magia del pódcast está en que su calidad no depende necesariamente de un trabajo laborioso y altamente técnico. Muchos pódcast son producidos por una sola persona de forma casera y eso es suficiente para que se vuelvan populares. Otros pódcast son sofisticados, involucran equipos de trabajo de varias personas y llegan a audiencias de características muy específicas conocidas como "audiencias nicho". Cualquiera que sea el caso, un pódcast debe ajustarse a cierto nivel de estructura. Esto incluso si está abierto a romper esa estructura y jugar a ser espontáneo.

En este capítulo se habla de guías, guiones y luego sobre cómo preparar y llevar a cabo una entrevista.

¿GUÍA O GUIÓN?

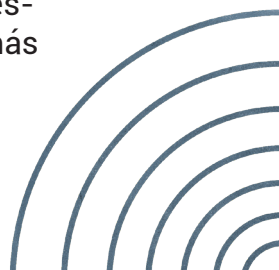
Hacer un pódcast con un guion detallado y varias horas de preproducción es tan válido como hacer un pódcast con unas cuantas notas o apuntes. Lo importante es definir la opción que mejor funcione.

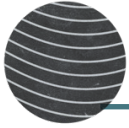
Muchos pódcast buscan contar historias reales o ficticias que requirieron varias horas de escritura. Con excepción de las entrevistas, todo lo que se escucha en ellos fue guionizado. Los pódcast más sofisticados, incluso involucran actores que siguen un libreto y editores que reciben un guion técnico que les indica cuándo añadir música y efectos de sonido. En estos casos, solo el proceso de escritura o el de edición pueden tomar varias semanas y hasta meses.

Otros pódcast parten de una idea básica, algunos apuntes o directrices. Lo que diferencia a la primera opción de la segunda es el tiempo de preparación y producción. Además, es importante considerar que más tiempo de producción y un equipo más grande de trabajo también implican mayores conocimientos técnicos y un mayor presupuesto.

Si se regresa al capítulo 1, el tipo de pódcast más accesible para *amateurs* es el de [entrevistas y conversaciones](#). Evidentemente, la preparación de este tipo de pódcast es mucho más sencilla, pero no quiere decir que no sea necesario seguir una planificación. Una estructura básica puede ser una introducción del programa por parte del anfitrión, una guía de temas y preguntas para la entrevista y el cierre.

Otra opción accesible es la de los pódcast tipo [monólogos](#). Dependiendo de los conocimientos de los anfitriones, los monólogos pueden requerir de una investigación previa sobre el tema del que se va a hablar o pueden optar por ser más





espontáneos. De cualquier manera, se recomienda planificar una guía que indique una sucesión de temas que vayan de un punto A hasta un punto B. En la siguiente gráfica se indica una guía básica para los pódcast de entrevistas o híbridos.

Ejemplo de guía para pódcast

1. Introducción al episodio (1 a 3 minutos)

Presentación del entrevistado/a puede ser una breve biografía, o breve resumen del tema a tratarse en el episodio.

2. Guía de preguntas y subtemas (15 a 20 minutos)

- ↳ Pregunta/tema 1
- ↳ Pregunta/tema 2
- ↳ Pregunta/tema 3
- ↳ Pregunta/tema 4
- ↳ Pregunta/tema 5

Se pueden incluir apuntes o datos que se quieren tratar o mencionar.

3. Cierre del programa (1 a 2 minutos)

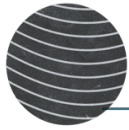
Despedida y conclusiones del episodio. Se recomienda anunciar lo que vendrá en los siguientes episodios.

4. Llamado a la acción

Pedir a la audiencia que califique, comente, se suscriba y comparta el pódcast.

Por otra parte, los pódcast narrativos, como los que se mencionaron en el primer capítulo requieren un guion y no una guía. En la siguiente gráfica se muestra un guion básico para un pódcast de [no-ficción narrativa](#).





Guion de no-ficción narrativa

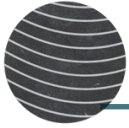
1. **Introducción:** Presentación del pódcast y del tema del episodio
2. **Cortina musical y efectos de sonido**
3. **Presentación de un perfil del entrevistado/a y la razón por la que se invitó al programa**
4. **Tema 1 o Entrevista [duración ____]**
 - ↳ Preguntas y respuestas
 - ↳ Datos y evidencias para apoyar argumentos
 - ↳ Comentarios y reflexiones del *host*
 - ↳ Clips de archivo o citas sonoras
5. **Transición**

Efectos de sonido o nueva cama musical.
6. **Presentación de un perfil del entrevistado/a y la razón de su invitación al programa**
7. **Tema 2 o Entrevista [duración ____]**
 - ↳ Preguntas y respuestas
 - ↳ Datos y evidencias para apoyar argumentos
 - ↳ Comentarios y reflexiones del *host*
 - ↳ Clips de archivo o citas sonoras
8. **Mención al patrocinador**
9. **Tema 3 o Entrevista [duración ____]**
 - ↳ Preguntas y respuestas
 - ↳ Datos y evidencias para apoyar argumentos

LA ENTREVISTA Y EL ARTE DE ESCUCHAR

Actualmente, la entrevista es la base de gran parte de los pódcast. Muchos de los más populares son básicamente entrevistas que se extienden de 20 minutos a una o dos horas. La flexibilidad de tiempo de los pódcast ha permitido hacer este tipo de entrevistas largas y a profundidad que muestran detalladamente el perfil de un personaje conocido.





Al mismo tiempo, los pódcast son un gran medio para escuchar las ideas, los testimonios y las historias de personas comunes que han vivido experiencias extraordinarias y que están dispuestas a compartirlas.

A pesar de la sencillez de producir un pódcast de entrevistas, estos dependen de la capacidad de sus anfitriones para hacer buenas entrevistas. Esto no solo implica hacer buenas preguntas. Un buen entrevistador debe además ser bueno escuchando, hacer sentir cómoda a la persona entrevistada y generar un diálogo ameno, pero profundo al mismo tiempo.



1. Elegir un personaje

Una buena entrevista empieza antes de que dos personas se sienten cara a cara. Seleccionar a quien entrevistar es una tarea que se debe realizar a conciencia.

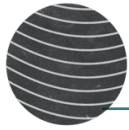
Es común que muchos pódcast sean entrevistas a personajes famosos, políticos, deportistas, *influencers*, etcétera. Pero esta no es la única opción. Escuchar las experiencias de personas no famosas puede resultar fascinante y motivador. Personas comunes han tenido experiencias y vivencias extraordinarias que pueden llegar a ser mucho más cautivadoras y originales que las anécdotas o vivencias de personas famosas.

De hecho, lo que determina la selección de invitados es el pódcast y su audiencia. Las temáticas deben reflejarse en la selección de personajes que se entrevistan.

Lo importante es seleccionar entrevistados que reflejen el espíritu del pódcast. Una vez hecha la selección del personaje es importante hacer un contacto y proponer la idea de hacer la entrevista. Es común que las personas acepten o rechacen la oferta de entrevista rápidamente. Si la respuesta es positiva, es importante seguir las siguientes recomendaciones:

- ✓ Mantener una conversación con el personaje para indagar más sobre sus experiencias, encontrar intereses comunes y negociar en conjunto las temáticas que se tratarán en la entrevista que escuchará la audiencia. En otras palabras, hacer una preentrevista. Si el personaje es famoso, es recomendable hacer una investigación previa de quién es, qué ha hecho y qué está haciendo actualmente.





- ✓ La preentrevista ayudará a definir las temáticas a tratar y las preguntas que se harán. Además, ayuda a conocer mejor al personaje, su facilidad de palabra y, en general, su apertura para la entrevista. Si la persona se muestra poco abierta o excesivamente tímida, tal vez hacer el pódcast con ella no es la mejor idea.
- ✓ Después de la preentrevista es importante definir una agenda de temas y preguntas a realizar. Además, la preentrevista puede mostrar la necesidad de llevar a cabo una investigación para estar más y mejor informados de los temas que se tratarán.
- ✓ Para algunos entrevistados es beneficioso que se les envíe una lista de preguntas previo al pódcast. Esto les ayudará a estar mejor preparados para el momento en el que se haga la grabación. Sin embargo, es importante cuidar la espontaneidad. La guía de preguntas es solo una guía. La entrevista debe volverse un diálogo dinámico y abierto a tomar distintos rumbos inesperados.

2. Diseñar preguntas

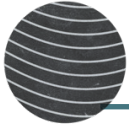
Una entrevista no debería asumirse como un interrogatorio policial. A menudo los tiempos cortos de la televisión y las tensiones de la coyuntura política hacen ver entrevistas breves y no muy amigables. Sin embargo, en los pódcast es más común escuchar entrevistas a profundidad y en un tono empático.

Es importante considerar que un pódcast de entrevistas nunca es sobre su anfitrión. Un pódcast de entrevista es principalmente sobre la persona entrevistada. Los anfitriones, en este sentido, deben generar una situación en donde la persona entrevistada se sienta cómoda y segura para compartir sus opiniones y experiencias. Para que esto pase se debe hacer las preguntas adecuadas y escuchar. Mientras más escuchada se sienta la persona entrevistada mejores serán sus respuestas.

A continuación, se enumeran algunas recomendaciones para diseñar las preguntas de una entrevista en profundidad:

- ✓ Hacer preguntas abiertas, es decir, preguntas que no busquen como respuesta un simple sí o un no.
- ✓ Evitar preguntas que insinúan la respuesta en la misma pregunta. Por ejemplo, "¿según usted está mal decir que ...".





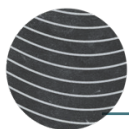
- ✓ No hacer preguntas que puedan resultar ofensivas.
- ✓ Es común que se tienda a buscar opiniones de los personajes. No es un error hacerlo, pero es más interesante indagar en sus experiencias de vida. Para la audiencia es más interesante cuando las personas entrevistadas hablan de sus anécdotas o experiencias personales, antes que expresar solamente sus opiniones. Estas pequeñas historias personales son, de hecho, lo que va a evidenciar que nuestros personajes son interesantes. Esto, además, va a generar una conexión más empática con la audiencia.
- ✓ Diseñar preguntas que sean la introducción a temas. En el momento de la entrevista, deberá generar sobre la marcha preguntas que ayuden a su personaje a dar respuestas con el mayor detalle posible.

3. Hacer preguntas y escuchar

Con la guía de preguntas diseñada y bien pensada el entrevistador está listo para el momento de la entrevista. Una vez en ese momento, es importante controlar la situación en la que se va a dar la entrevista. Para esto se recomienda seguir las siguientes instrucciones y recomendaciones:

- ✓ El espacio debe ser tranquilo y lo suficientemente íntimo para que el personaje se sienta cómodo.
- ✓ Se deben evitar distracciones de ruido, gente o lugares muy incómodos. Estas situaciones pueden deteriorar significativamente la calidad de la entrevista.
- ✓ Además de las preguntas, es importante manejar un buen tono de voz y lenguaje corporal. Asimismo, es importante leer a cada momento el tono de voz y el lenguaje corporal de la persona entrevistada. Muchas veces las palabras no son todo lo que la otra persona está comunicando. Su voz y actitud corporal puede dar indicios de que se siente incómoda, enojada, tímida, alegre o aburrída. Es importante entonces, saber contrastar emociones que no son convenientes. Timidez, enojo, aburrimiento son sensaciones que la mayoría del tiempo no son convenientes y que indican que debemos generar otro tipo de interacción.
- ✓ Por último, existen ciertas recomendaciones para evitar proyectar las emociones mencionadas a la persona que se está entrevistando. Controlar





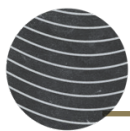
las expresiones y el tono de voz es vital. A veces el interés en un tema puede entusiasmar y hacer que el entrevistador se vuelva demasiado participativo en la conversación alejándolo de su rol. Si bien estas interacciones pueden hacer que la situación se vuelva más íntima y cómoda, es importante no hacerlo en exceso y recordar que el pódcast es sobre el personaje. Esto implica escuchar la gran mayoría del tiempo.



RESUMEN

- Sin importar el tipo de pódcast que se planea hacer, se debe seguir una estructura preplanificada en una guía o un guion.
- Normalmente, los pódcast de entrevista o los pódcast de monólogo siguen una guía. Los pódcast narrativos o ficción parten de guiones elaborados.
- Entrevistar es un componente esencial de la mayoría de pódcast, por lo que las entrevistas deben ser llevadas de forma fluida.
- Las entrevistas deben hacerse a personajes acordes con el espíritu de los pódcast y que reflejen las realidades e intereses de la audiencia.
- La fama no es el único factor determinante para buscar personajes. Personas comunes pueden ser excelentes personajes si como entrevistadores se logra resaltar los aspectos que las hacen excepcionales.
- Es importante tener una guía de preguntas, pero se puede realizar más preguntas en el momento de la entrevista. La entrevista se debe percibir no como un interrogatorio, es una conversación entre iguales.
- Recordar a cada momento que la entrevista es sobre la persona entrevistada y no sobre quién hace la entrevista.
- La entrevista debe llevarse con empatía y respeto

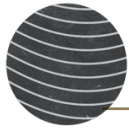




GRABAR Y EDITAR EL PÓDCAST

Capítulo 4





Grabar audio se ha vuelto relativamente fácil y mucho más económico en los últimos años. Actualmente, se necesita poco más que un dispositivo móvil (tableta o teléfono inteligente) o un laptop para hacer una buena grabación de audio. Sin embargo, ciertas nociones sobre acústica, micrófonos y programas de edición deben ser parte de los equipos y conocimientos básicos de una persona que está empezando un pódcast.

En este capítulo se revisará los equipos básicos para grabar y editar un pódcast. Esta es una guía sencilla y para principiantes, grabar y editar audio de manera profesional requiere una curva de aprendizaje que toma mucho tiempo y experiencia. Sin embargo, no se necesita ser profesional del sonido para comenzar un pódcast.

GRABAR AUDIO

El punto de partida para hacer un pódcast es definir desde qué aparato se va a grabar sonido. Los dispositivos móviles y las laptops son artefactos que poseen las herramientas necesarias para captar y grabar audio. ¡Ojo, captar audio y grabar audio son dos cosas distintas! Explicado de forma simple, los micrófonos captan el sonido y una grabadora o computadora convierte esas señales y las registran en un archivo de audio.

Sin embargo, laptops y dispositivos móviles vienen con micrófonos integrados que permiten tener llamadas o videoconferencias. Aunque son una alternativa, para un pódcast pueden no ser la mejor opción.

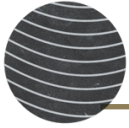
A continuación, se revisará las ventajas y desventajas de usar un dispositivo móvil, laptop y grabadora para grabar un pódcast.

1. Pódcast desde un dispositivo móvil






Este tipo de dispositivos son una excelente grabadora de audio. Casi todos los teléfonos vienen con una aplicación para grabar audio o se pueden descargar de manera gratuita. Además, vienen con al menos un micrófono incorporado en el cuerpo del dispositivo.

La ventaja de usar estas tecnologías para grabar audio es su portabilidad. Son discretas y se pueden usar virtualmente en cualquier lugar. Aunque se pueden





conectar micrófonos externos, sus micrófonos integrados no son de muy buena calidad. No son la mejor opción para editar sonido, aunque no es imposible.

Ventajas	Desventajas
 Portátiles y económicos, la mayoría de personas adultas ya tiene un teléfono inteligente	 Sus micrófonos no son de muy buena calidad, incluso en los teléfonos de alta gama
 Fáciles de usar	 No son la mejor opción para posteriormente editar audio
 Vienen con micrófonos y puede conectarse micrófonos para mejorar la calidad del audio	 Es más difícil, pero no imposible, que se les conecte más de un micrófono a la vez

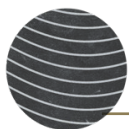
El teléfono puede ser de gran ayuda para hacer grabaciones y obtener testimonios sin tener un contacto cara a cara. Un método que se utiliza cada vez más es enviar notas de audio por WhatsApp. Sin embargo, este método supone no solo las limitaciones técnicas antes mencionadas, sino que también es una forma de interacción poco dinámica.

2. Pódcast desde una laptop

Una laptop es una opción relativamente móvil para grabar audio. Su principal virtud es que, con un poco de complementos como una interfaz de audio, tarjeta externa de sonido, y algunos micrófonos, puede servir para grabar audio en una calidad profesional. Su capacidad de almacenamiento es mucho mayor a la de un dispositivo móvil y sirve para editar sonido cómodamente.

Sin embargo, no son tan portátiles ni discretas como un teléfono inteligente y en general los micrófonos internos son de la misma calidad o inferior a la de un dispositivo móvil.





Ventajas	Desventajas
😊 Son relativamente portátiles	😓 No son tan portátiles como un dispositivo móvil
😊 Se pueden conectar a una interfaz de audio y de ahí a varios micrófonos para captar audio en calidad profesional	😓 En general van a ser más costosas que un dispositivo móvil
😊 Tienen más capacidad de almacenamiento que un dispositivo	😓 Su micrófono interno es de igual o menor calidad a la de los dispositivos móviles
😊 Son muy eficientes para editar audio	

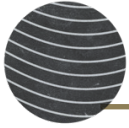
Las computadoras también pueden ser de gran ayuda para hacer grabaciones sin tener un contacto cara a cara. Un método cada vez más común es hacer entrevistas vía aplicaciones como Zoom, Teams o Skype. Sin embargo, este método supone las limitaciones técnicas de nuestra computadora y de las personas entrevistadas. Así mismo, hay que considerar los problemas de baja o limitada conexión a internet.

3. Pódcast con una grabadora de audio

Las grabadoras de sonido han mejorado muchísimo en los últimos años. Son aparatos muy portátiles que vienen en un rango amplio de precios y que están diseñados para grabar audio en una calidad profesional de manera portátil. Incluso las versiones más sencillas vienen equipadas con buenos, pero no excelentes, micrófonos. Las versiones de un rango de precio medio, además de a veces incluir micrófonos, tienen entradas para conectar uno o varios micrófonos.

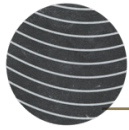
Obviamente, su uso es mucho más específico que el de un dispositivo móvil o una laptop por lo que siempre van a representar una inversión extra. Sin embargo, son un gran complemento portátil a una laptop.





Ventajas	Desventajas
😊 Son muy portátiles	😓 No son tan comunes como una laptop o dispositivo móvil por lo que van a ser una inversión extra
😊 Pueden incluir buenos micrófonos	😓 No pueden editar audio
😊 Varios modelos pueden conectarse y grabar desde más de un micrófono a la vez	😓 Son una inversión extra, aunque una muy recomendable
😊 Son un excelente complemento a una laptop	😓 La mayoría requieren pilas, lo que implica una inversión extra

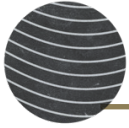




Ejemplos de grabadoras de audio en tres rangos distintos de precios:

 <p>BÁSICO</p>	<p>Zoom H1n</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Micrófono estéreo de buena calidad✓ Puede conectar un micrófono externo por su entrada extra de plug✓ Su precio en Estados Unidos es de aproximadamente 100 USD
 <p>MEDIO</p>	<p>Tascam DR-40X</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Micrófono estéreo de buena calidad✓ 2 entradas XLR para micrófonos profesionales✓ Se puede conectar a una computadora y funcionar como interfaz de audio✓ Su precio en Estados Unidos es de aproximadamente 200 USD
 <p>ALTO</p>	<p>Rode Rodecaster Pro</p> <ul style="list-style-type: none">✓ No incluye micrófonos, pero puede recibir la señal de 4 micrófonos profesionales, una de línea y otra bluetooth✓ Especialmente diseñada para grabar podcast✓ Se puede conectar a una computadora y funcionar como interfaz de audio con señales independientes✓ Su precio en Estados Unidos es de aproximadamente 600 USD





El uso de estos equipos debe depender de las posibilidades económicas y del tipo de pódcast que se desea producir. Si eres una persona que quiere hacer pódcast monólogo evidentemente tus necesidades son menores a las que requeriría un pódcast de entrevistas que incluye a varias personas a la vez.

Sin embargo, capturar audio de la mejor manera posible es imprescindible y para esto incorporar uno o más micrófonos a nuestro equipo se va a volver una necesidad inminente.

MICRÓFONOS

Como se mencionó en la sección anterior, los dispositivos móviles y laptops en la actualidad vienen equipados con micrófonos. Si bien la calidad de estos micrófonos es por lo general decente, está distante de ser la ideal para un pódcast.

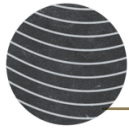
Incluso sin tomar en cuenta la calidad del micrófono, dos de las reglas para capturar un buen sonido de voz es el acercar el micrófono lo más posible de la boca sin toparlo y no ensuciar el sonido con la manipulación de nuestras manos. Esto hace que usar una laptop o un teléfono como grabadora de voz se vuelva inconveniente.

Dos tipos de micrófonos

Prácticamente existen distintos tipos de micrófonos para hacer grabaciones profesionales. Desde su composición técnica, estos micrófonos se dividen en: dinámicos y de condensador.

La calidad y los usos de estos micrófonos varían muchísimo, pero se pueden hacer algunas generalizaciones que se detallan a continuación:



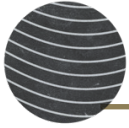


Dinámicos	Condensador
✓ Bastante comunes y adaptables a varios usos	✓ Menos comunes y a menudo más costosos que los micrófonos dinámicos
✓ Resistentes	✓ Delicados
✓ Captan una buena calidad de sonido en los modelos de marcas con buena reputación	✓ Muy sensibles al sonido, lo que es conveniente en un estudio de grabación, pero no para exteriores
✓ Aíslan bien los sonidos del ambiente	✓ No son buenos aislando el sonido del ambiente
✓ No necesitan alimentación externa de una consola para funcionar	✓ Necesitan alimentación externa desde una consola de audio

Vale la pena mencionar que casi todas estas diferencias son relativas. Solamente la necesidad de alimentación externa separa a los micrófonos dinámicos de los de condensador.

Algunos de los modelos favoritos de micrófonos dinámicos para pódcast son el Shure Sm7b, Shure Sm58, Rode Procaster y Rode Podmic. Los micrófonos de condensador más usados para pódcast vienen en algunas opciones en marca Shure o Blue. Sin embargo, en la actualidad los micrófonos más usados por productores de pódcast son los dinámicos por su capacidad de aislar los sonidos del ambiente.

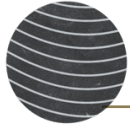


**Rode Procaster****Rode Podmic**

Cabe mencionar que todas estas opciones son de un estándar profesional y están diseñadas para conectarse a una consola de audio, grabadora o interfaz de sonido. Es decir, no están pensadas para conectarse directamente a una computadora y menos a un dispositivo móvil.

Sin embargo, la necesidad de portabilidad y la creciente capacidad de procesamiento de los dispositivos móviles ha generado un boom en el diseño de micrófonos dinámicos y de condensador pensados para conectarse directamente a dispositivos móviles, laptops o computadoras como el Rode NT-usb mini y el Blue Yeti

**Rode N-usb mini****Blue Yeti**



Micrófonos móviles

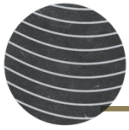
Las opciones actuales de micrófonos móviles aprovechan la entrada de carga USB de los dispositivos móviles o la entrada de audífonos de los mismos. Los micrófonos que usan la entrada USB en general son de mejor calidad que los que aprovechan la entrada de audífonos y suelen ser más costosos.

Hay que considerar que los micrófonos USB también se pueden conectar a una computadora. En general los micrófonos que usan la entrada de audífonos también se pueden conectar a la mayoría de computadoras. En realidad, la entrada de audífonos de celulares y laptops es generalmente también una entrada de micrófono. Esto se debe a que varios auriculares para teléfonos o para videojuegos vienen con un micrófono integrado. Sin embargo, no siempre es el caso y pueden requerir un adaptador.

Conectar un micrófono a un dispositivo móvil tiene sus limitaciones. La principal es que al tener una sola entrada USB o puerto jack solamente se puede conectar un micrófono a la vez. Esto es útil si queremos grabar un monólogo. Pero para grabar una entrevista; es decir, dos personas conversando, es poco conveniente. Se puede usar un solo micrófono para grabar una entrevista, pero las personas van a estar más alejadas del micrófono lo que reduce significativamente la calidad del audio.

En la actualidad hay una gran variedad de micrófonos USB o de entrada de carga diseñados para *podcasting*, videollamadas y videojuegos. Los precios van desde unas pocas decenas a centenas de dólares.





Micrófonos para bajos presupuestos

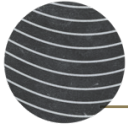
Si ya se tiene un teléfono o una computadora portátil se puede comenzar a producir un pódcast. **No dejes que la falta de presupuesto te limite.** Hay pódcast excelentes que son la grabación de una videollamada en la que se usaron solamente los micrófonos de las computadoras o dispositivos móviles. No es lo ideal, pero funciona.

Una forma accesible y que probablemente ya se tiene al alcance para mejorar la calidad de audio es usar auriculares para teléfono o auriculares para videojuegos. Este tipo de auriculares viene con un pequeño micrófono integrado. Hay opciones en un rango de precio extremadamente amplio, pero el hecho de que los micrófonos queden más cerca de tu boca puede mejorar la calidad del audio.



Modelo tradicional de audífonos para teléfono. El rectángulo negro que tiene controles de volumen también tiene un micrófono diseñado para estar cerca de la boca.



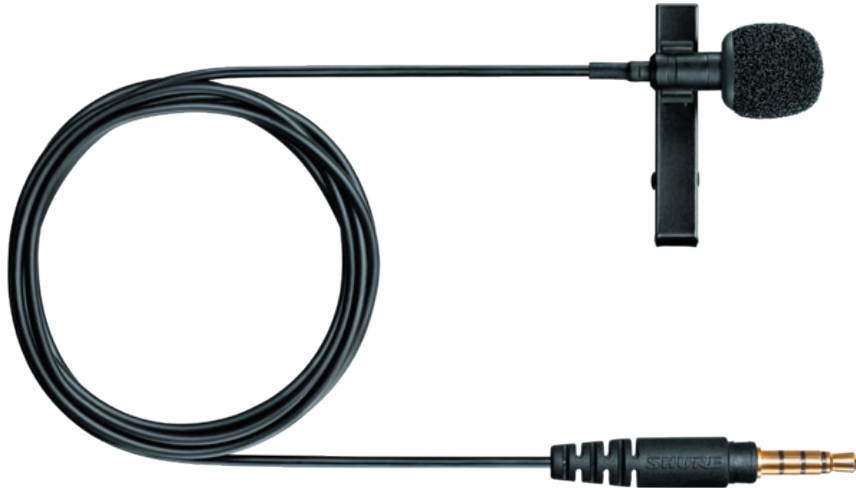
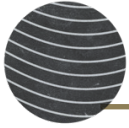


Modelo tradicional de audífonos para videojuegos. Cuenta con un micrófono integrado que queda a la altura de la boca.

Sin embargo, no siempre es el caso. Algunos auriculares vienen con micrófonos de pésima calidad que son superados fácilmente por los de la misma laptop o teléfono, por lo que se recomienda hacer pruebas. Dispositivos extremadamente económicos generalmente dan resultados de mala calidad y su durabilidad no es la mejor.

Finalmente, una opción económica es la de micrófonos de corbata (*lavalier*) para móviles. Hay opciones de micrófonos de corbata dobles que se conectan a una sola entrada, lo que los hace ideales para entrevistas. En cualquier caso, incluso en sus versiones más económicas, los micrófonos de corbata para computadora o celular pueden ser mejor opción que usar los micrófonos integrados al dispositivo y son una opción bastante económica.





Micrófono de corbata para celular. Hay que notar que su conector tiene tres líneas, eso es lo que lo hace compatible con dispositivos móviles. Hay opciones que vienen con un conector mini-USB, USB tipo C o Mac lightning para conectarse a la entrada de carga de dispositivos. Sus precios en el mercado local van desde los 20 USD a los 120 USD, aproximadamente.

RECOMENDACIONES PARA GRABAR EL MEJOR AUDIO POSIBLE

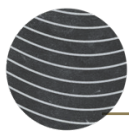
Independientemente de los micrófonos que se utilicen para captar audio, la captura de un buen sonido depende muchísimo del espacio físico en el que se hace una grabación. De hecho, la calidad del sonido, es decir, como este se amplifica o distorsiona, no depende solamente de tecnologías electrónicas.

El control del sonido empieza por el lugar en donde se genera un sonido. Nuestra voz suena de maneras distintas en un bosque, en el baño, en una cueva, en una catedral o un estudio de grabación.

A pesar de la calidad y el precio del equipo de grabación, el espacio en el que se graba puede mejorar o dañar significativamente el material grabado.

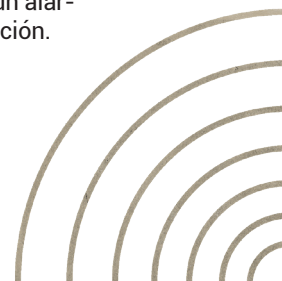
Por eso, elegir el espacio en el que se graba es vital. A continuación, algunas consideraciones que se deben tomar a la hora de elegir un espacio para hacer una grabación.

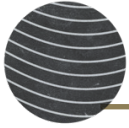




- ✓ Evitar a toda costa espacios ruidosos en donde haya circulación de personas y potenciales interrupciones. La privacidad y el silencio son indispensables.
- ✓ Hay ruidos invisibles a los que ya se está acostumbrado, pero que se vuelven evidentes cuando se graba audio. Sonidos de tráfico, aire acondicionado, refrigeradoras o perros ladrando a lo lejos, pueden ser muy problemáticos en una grabación.
- ✓ Habitaciones vacías o semivacías generan lo que comúnmente se conoce como eco. Técnicamente este fenómeno se define como reverberación¹, un fenómeno similar al eco. Un espacio típicamente reverberante es un baño. El que tenga superficies lisas como la baldosa y que no tenga muebles suaves genera rebotes de sonidos. Habitaciones pequeñas con alfombra y muebles reverberan mucho menos y son una mejor opción para hacer una grabación.
- ✓ Los espacios exteriores pueden ser una buena opción mientras no sean ruidosos. Sin embargo, un ruido al que los micrófonos son muy sensibles pero nuestros oídos no, es el sonido del viento. Un espacio ventoso genera condiciones muy difíciles para grabar. Se pueden usar accesorios para disminuir el ruido del viento en los micrófonos como protectores de esponja. Sin embargo, si el viento es muy fuerte generará ruido de todas maneras.
- ✓ Antes se mencionó lo importante que es evitar la manipulación de los micrófonos. Poner los micrófonos cerca de la boca con un trípode o estante es fundamental. Sin embargo, si el estante está sobre una mesa, los golpes de las manos o su roce con la mesa generarán un ruido que los micrófonos pueden percibir. Hay que evitar estos contactos con la mesa y cubrirla con una tela suave o mantel.
- ✓ El mantener el micrófono lo más cerca posible, a unos 10 centímetros de la boca, también sirve para aislar los sonidos del ambiente.
- ✓ Monitorear. En la medida de lo posible siempre es bueno escuchar en tiempo real la grabación con audífonos. Esto permite saber si el audio se está grabando en una calidad deseable. También hace notar, al instante, ruidos o problemas técnicos que debes solucionar.

¹La reverberación es una serie de rebotes de sonido que se generan en habitaciones cerradas y vacías con superficies lisas. Este fenómeno genera un alargamiento sutil del sonido, enfatiza las frecuencias altas y atenúa las frecuencias graves. Espacios como galpones vacíos, parqueaderos grandes o catedrales son espacios que típicamente tienen muchísima reverberación. Los sonidos en estos lugares se amplifican y alargan y generan un efecto en las voces que no es agradable en el momento de tener conversaciones. Una forma de probar si el espacio tiene poca o mucha reverberación es dando un aplauso. Si el aplauso se amplifica y se percibe un alargamiento sutil no es un buen lugar. Si, por el contrario, el aplauso suena seco y corto hay poca reverberación.





EDITAR EL PÓDCAST

La edición es quizás uno de los aspectos más técnicos de hacer un podcast. Los podcasts narrativos requieren de un proceso sofisticado y elaborado de edición, pero los de tipo monólogo o de entrevista normalmente no requieren de mucho trabajo de edición.

La edición cumple varias funciones, pero las tres más importantes son las siguientes:

1. Mejorar la calidad y corregir defectos de los audios grabados. Las correcciones más usuales son controlar los niveles de volumen y hacer ecualizaciones.
2. Eliminar pedazos de grabación que no se quiere que se escuchen.
3. Mezclar todos los pedazos de audio y juntarlos de manera que cuenten una historia coherente con una introducción, un desarrollo y un final. Además de las voces, elementos sonoros esenciales de los podcasts, especialmente en los narrativos, son pistas musicales y efectos de sonido.

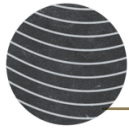
¿Cómo editar tu podcast?

La edición se realiza en programas de audio. Actualmente, hay programas que se pueden usar desde dispositivos móviles, pero es más cómodo y fluido trabajar desde una computadora.

Por suerte, el procesamiento digital de audio hoy en día, ya no requiere de computadoras muy sofisticadas y costosas. Es posible editar audio en una computadora personal convencional sin mayores problemas.

Otra nueva ventaja es que existen programas gratuitos para editar audio que son relativamente fáciles de usar. Esto no quiere decir que no requieran entrenamiento. En YouTube se pueden encontrar tutoriales en español que enseñan a usarlos desde un nivel básico o inicial. Es muy recomendable seguir estos tutoriales.





Los programas de sonido gratuitos más populares son Audacity (disponible para PC y para Mac) y Garageband (exclusivo de Mac). De hecho, si se tiene una computadora Mac lo más probable es que ya se tenga el programa instalado. Entrar en detalle en los procesos de edición tomaría mucho tiempo, pero cualquiera puede educarse y ahondar sobre estos temas de manera propia. Estos programas pueden intimidar, pero son interfaces muy intuitivas que con práctica se dominan fácilmente.

El único aviso técnico es que las grabaciones realizadas desde grabadora o teléfono idealmente deben ser idealmente en formato .WAV de 44.1 KHZ. Y el archivo final, conocido como "export" debe ser en formato .MP3 estéreo de 128Kbps. Es un formato compacto que suena bien y se descarga fácilmente desde plataformas de pódcast.

LOS CUATRO ELEMENTOS DE LA EDICIÓN: VOCES, MÚSICA, AMBIENTES Y EFECTOS

El pódcast es un formato en donde su elemento principal es la voz. El pódcast no vino a reemplazar a la radio musical. En los distintos formatos de pódcast las voces y la palabra hablada son lo que prima. Sin embargo, hay elementos adicionales que sirven para complementar y apoyar el trabajo de la voz.

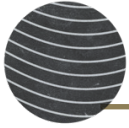
1. Voz



Es el elemento principal. Esto implica que grabar la voz de la mejor manera posible es la prioridad, pero la voz no es solo texto, sino que es también sonido. La forma en la que se pronuncian las palabras es parte del proceso de comunicación. Una voz puede sonar segura, insegura, tímida, intimidante, autoritaria o empática.

Cuando se edita voces es necesario elegir, en la medida de lo posible, los fragmentos o tomas que proyecten mejor la intención de los textos.



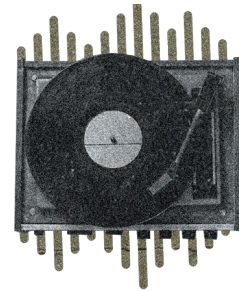


Asimismo, en edición es posible procesar las voces para que suenen mejor. Si una voz no suena con la misma intensidad de otras, se entenderá que es menos importante o generará incomodidad. Por eso, un proceso común en la edición de pódcast es nivelar las voces. Cuando suene más de una voz como en una entrevista o conversación, se debe procurar que todas suenen con la misma intensidad². Dependiendo de qué tan bien se hizo la grabación puede ser que en edición sea, o no, necesario corregir los niveles de las distintas voces.

2. Musicalización o ambientación musical

Parte de la edición de un pódcast a menudo implica usar música para ambientar o adornar el audio. La música que se usa para estos propósitos debe ser de libre uso o se debe contar con la licencia de las mismas.

No hay que olvidar que el pódcast no es un formato de radio musical. No se pueden incluir canciones en un pódcast sin que se paguen derechos de reproducción. Las plataformas de descarga de pódcast bloquean los contenidos de pódcast que usan música sin derechos.



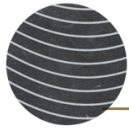
Sin embargo, existen opciones de descarga para música de acceso libre. Algunos de los servicios más populares son [Audio Library](#), que funciona a través de YouTube, [Free Sound Project](#), [FreeMusicArchive](#) y [AudioBlocks](#).

La ambientación musical o musicalización de un pódcast implica usar pistas musicales para enfatizar el tono de lo que las palabras dicen. Un pódcast que trata temas paranormales se beneficiará de música que enfatice una sensación de misterio. Si un pódcast busca motivar, debería tener ambientes musicales que suenen motivadores o esperanzadores.

Cuando la música genera una sensación distinta a la intención de lo que dicen las palabras el resultado será confuso o gracioso. Por ejemplo, escuchar una narración de terror con música alegre.

²Debido a los aparatos tecnológicos como radio y televisión domésticos, nos hemos acostumbrado a hablar del nivel del audio como volumen. Sin embargo, el término técnico es "nivel de intensidad".





¡Ojo, la música no debe tener una presencia más fuerte que la voz! Por eso la música que se utiliza para ambientar rara vez incluye voces y letra.

Los pódcast más profesionales a menudo cuentan con un diseñador de sonido que crea música original y efectos de sonido para cada episodio. Encontrar la música adecuada para ambientar adecuadamente un pódcast no es una tarea fácil y puede tomar un tiempo considerable.

Finalmente, es importante asumir que la ambientación musical es un recurso que rara vez está presente en todo un pódcast. Al igual que en las películas, la música se utiliza solo en momentos específicos que necesitan un realce dramático.

Los pódcast de entrevistas o monólogos, de hecho, rara vez incluyen ambientación musical. En muchos casos la música aparece solo en la bienvenida del pódcast y, a veces, en su despedida.

3. Ambientes sonoros

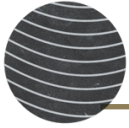


Los sonidos de ambiente no son usuales en los pódcast. Es un recurso más bien cinematográfico que también se usa mucho en las radionovelas. El uso de ambientes sonoros es comúnmente un recurso de producciones de ficción.

En las películas, por ejemplo, se incluyen grabaciones de distintas locaciones para generar una sensación más realista del lugar en donde se ve a los personajes.

Cuando en el cine se ve a personajes en una discoteca, lo más probable es que el lugar estaba en completo silencio cuando se grabó. Se suele pedir a los extras que simulen que están escuchando la música que bailan y que gesticulen conversaciones sin emitir sonidos. Esto permite más control y una mejor grabación *in situ*. Es en la edición en donde se incluyen grabaciones de otros momentos y otros lugares similares. Irónicamente, este uso artificial del sonido genera una sensación más realista para la audiencia.

La mayoría de los pódcast se graban en lugares silenciosos, es decir, lugares sin ambientes sonoros como un estudio de grabación. Pero si, por cualquier razón, se desea generar la sensación ficticia de que lo que la audiencia está escuchando sucede en un lugar específico como un centro comercial, en la selva o en un aeropuerto, se debe generar una grabación más o menos larga de este ambiente sonoro para incluirla en edición. Una alternativa es usar bibliotecas de sonido que tienen ambientes sonoros de infinidad de lugares listas para usarse.



4. Efectos de sonido

Al igual que los sonidos ambientales, los efectos de sonido no son usuales en los pódcast. Sonidos de pasos, el tic tac de un reloj, un corazón latiendo, risas o sonidos de aplausos, son efectos de sonido muy comunes en la televisión y en la radio y que se pueden incorporar a un pódcast.

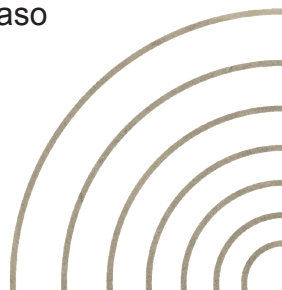


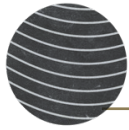
A veces su función es humorística y obvia. Clichés como los sonidos de aplausos y risas en las comedias televisivas no son recomendables.

Sin embargo, otros sonidos pueden tener efectos dramáticos simbólicos, como el tic tac de un reloj o el sonido de un corazón latiendo rápidamente, el sonido de una puerta que se cierra de golpe, etcétera. Este tipo de sonidos pueden generar una dimensión expresiva que se recomienda explorar, pero que, como se mencionó antes, no son estrictamente necesarios.

RESUMEN

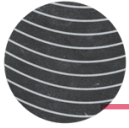
- Se puede grabar y editar un pódcast solamente con un dispositivo móvil o *laptop*. Sin embargo, es recomendable adquirir por lo menos un micrófono o grabadora de sonido.
- Hay distintos tipos de micrófonos y sistemas de grabación de audio en un rango amplio de precios. Lo importante es usar de la forma más efectiva las tecnologías que se tiene al alcance.
- Siempre usar el micrófono lo más cerca posible a la boca, pero sin llegar a tocarlo.
- Elegir la locación donde se va a realizar la grabación es vital. Hay que evitar lugares ruidosos, poco privados y con mucha reverberación.
- Los distintos tipos de pódcast requieren más o menos edición. Sin embargo, es importante aprender a editar audio de forma básica. Existen programas gratuitos y se pueden aprender de manera autodidacta siguiendo tutoriales en YouTube paso a paso.





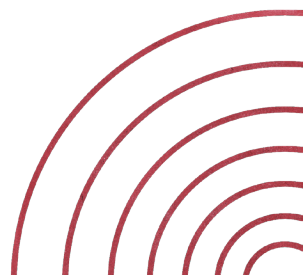
- La voz es el elemento principal de un pódcast, pero musicalizar puede mejorar y adornar las intenciones comunicacionales del pódcast.
- Al planificar un pódcast se debe definir cuánta y qué musicalización o ambientación musical, ambientes sonoros y efectos de sonido requiere el mismo. Se puede prescindir de todas, pero un nivel de musicalización básico es recomendable.

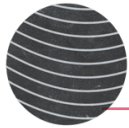




DIFUNDIR EL PÓDCAST

Capítulo 5





Como se mencionó en el capítulo 1, un pódcast siempre es una serie de contenidos y, como se mencionó en el capítulo 2, un pódcast es una serie de contenidos que se publica con cierta regularidad. En el capítulo 2, además, se abordó el cómo diseñar un pódcast pensado para una audiencia específica.

En este punto el pódcast tiene una identidad y una audiencia potencial. Además, puede tener uno o algunos capítulos grabados y listos para ser escuchados. El tema pendiente es hacer que el pódcast esté disponible para ser descargado o escuchado en línea. En este breve capítulo se explican los pasos a seguir para difundir tu pódcast.

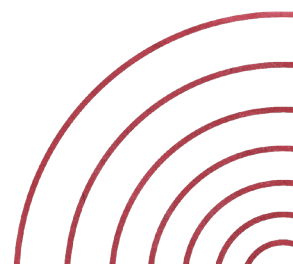
DISEÑAR UNA IMAGEN

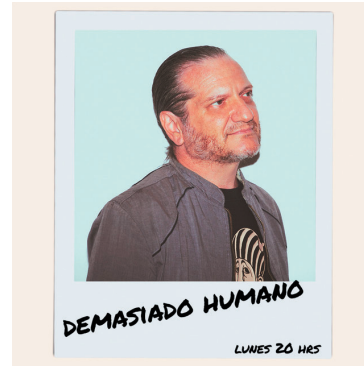
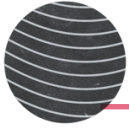
Producir un pódcast es producir una marca y todas las marcas tienen una identidad visual. Parte indispensable de esa marca es un logo que haga identificable visualmente al pódcast. De hecho, esto es vital. En los servicios de descarga lo primero que los usuarios ven es una imagen cuadrada que representa al pódcast. No es necesario que exista una gráfica muy elaborada.

El nombre de tu pódcast en una tipografía legible acompañada de colores que representen bien la identidad es lo más importante.



Cuando la productora de un pódcast es un personaje o una personalidad es común que su imagen aparezca en el arte.





Otros pódcast vienen acompañados de gráficas sencillas y logotipos de marcas afines.

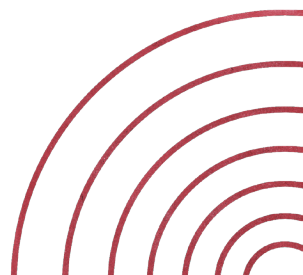


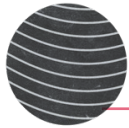
La imagen del pódcast se verá en un tamaño muy pequeño por lo que el uso de una tipografía grande y visible es lo más importante.

Los servicios de descargas de pódcast requieren una imagen en las siguientes especificaciones:

Formato: JPEG (.jpeg) o PNG (.png)
Resolución: 72 dpi
Dimensiones: 1400 x 1400 píxeles (mínimo)
3000 x 3000 píxeles (máximo)

Tip: Se puede usar la página [Canva](#) y buscar la opción de "pódcast cover" para diseñar de forma gratuita y fácil la imagen del mismo desde tu navegador en cualquiera de tus dispositivos. Es muy sencillo.





ENUMERAR LOS EPISODIOS

Es importante que, además del título específico de cada uno de los episodios, sean enumerados. Puede ser simplemente un número, o la palabra "Episodio". Esto permitirá que la audiencia identifique si es el primer o el último capítulo y ayuda a la organización de cómo se despliegan los episodios en los servicios de descarga en los que aparezcan.

ELEGIR UN SERVICIO DE HOSPEDAJE

Se tiende a pensar que los podcasts se suben directamente a Spotify, iTunes o a una página web propia. Es más simple y al mismo tiempo más complicado que esto. Actualmente, la forma más sencilla y común de subir podcast es a través de servicios de hospedaje de (*podcast hosting service*).

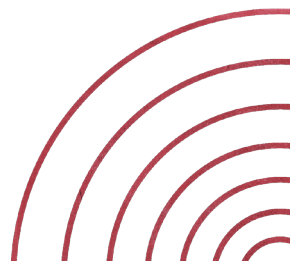
Hay varias opciones de servicios. La mayoría son servicios de suscripción que ofrecen ciertos beneficios y hay otras opciones gratuitas que tienen ciertas restricciones.

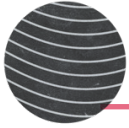
Cualquier servicio que se elija va a requerir la siguiente información:

- Crear una cuenta como en una red social.
- Ingresar la información básica del podcast. Normalmente una pequeña reseña y la imagen.
- Subir el episodio o episodios disponibles.

Posterior a esto el servicio hará lo siguiente:

- Almacenará el podcast.
- Generará un RSS feed que permite a los usuarios suscribirse al podcast desde distintas plataformas.





- Hará que el pódcast aparezca en las distintas plataformas de pódcast como iTunes, Spotify o Google pódcast.

La calidad de los servicios varía, pero muchos de ellos, la mayoría, tienen opciones gratuitas que implican restricciones. A menudo, estas son restricciones en cuanto al número de episodios y el peso de los archivos que pueden ser subidos por mes y la opción de acceder a estadísticas.

Las opciones pagadas comienzan en los USD 2,00 y van superando estas restricciones, además de que abren la posibilidad de tener mejores opciones de visualización y monetización del pódcast.

Hoy por hoy la opción más simple y directa es **Anchor**, una opción completamente gratuita con beneficios incomparables con otras plataformas. Además, ofrece una innovadora opción para editar los pódcast dentro de la misma plataforma. Es definitivamente la opción menos restrictiva y que más ventajas ofrece para principiantes. Sin embargo, puede no ser la mejor opción para pódcast masivos y profesionales.

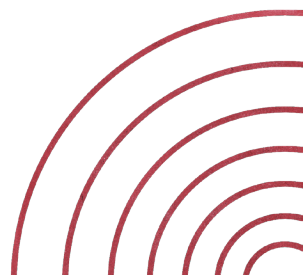


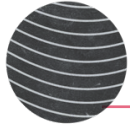
Otros servicios populares son Podbean, Podomatic, Simplecast, Spreaker y Buzzsprout. Estos ofrecen distintos niveles de servicios que empiezan en planes gratuitos y llegan a planes profesionales costosos.

UNA ÚLTIMA RECOMENDACIÓN: PASAR LA VOZ E INTERACTUAR CON LA AUDIENCIA

Subir el pódcast a una plataforma no va a hacer que la audiencia llegue a él por arte de magia. Es importante crear líneas para que llegue a la audiencia y que se mantenga un contacto directo con ella.

Compartir tus pódcast por grupos de WhatsApp y pedir a personas cercanas que lo recomienden es un comienzo. Sin embargo, para hacer que el pódcast conecte con una audiencia es necesario crear sus propias redes sociales y un correo electrónico.





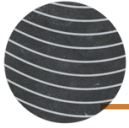
Anunciar episodios, subir extractos como promocionales, interactuar con la audiencia en los comentarios de redes sociales va a hacer que esta vaya creciendo. Asimismo, se recomienda que al final o al comienzo de cada episodio se haga un llamado a la audiencia para interactuar, suscribirse y compartir el pódcast.

Mientras más interacción se genere con la audiencia más crecerá.

RESUMEN

- Es necesario diseñar una imagen cuadrada que identifique al pódcast privilegiando tipografías grandes y legibles.
- Hay que enumerar los episodios.
- Usar un servicio de hospedaje adecuado. El mejor servicio para principiantes es Anchor.
- Interactuar con la audiencia.

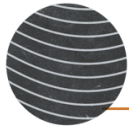




SOBRE LA REPRESENTACIÓN EN MEDIOS

Anexo





Hacer una publicación en Facebook, seguir un tutorial en YouTube o escuchar la radio en el auto son actividades con las que todas las personas están familiarizadas. En el mundo actual, la mayoría de personas se informan y, en gran medida, entienden el mundo desde el consumo de medios de comunicación.

Hace no muchos años, el cine, la televisión, la radio y la prensa eran el acceso a la información y al entretenimiento. Sin embargo, en los últimos años las computadoras y los dispositivos móviles han permitido estar conectados a contenidos mediáticos prácticamente en cualquier momento y lugar. Cada vez más, los medios son parte integral de la vida cotidiana.

Sin embargo, ¿existe una conciencia de cómo afectan los medios de comunicación la percepción de la realidad y la percepción propia? ¿Qué tanto se confía en la realidad que nos muestran los medios? **¿Es posible crear medios que cambien la realidad?**

Para encontrar respuestas para esas preguntas es conveniente hablar de la representación.

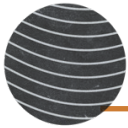
REPRESENTACIÓN

Inevitablemente, los medios muestran una representación de la realidad. Una representación es una versión siempre parcial, es decir, una porción de realidad. Los contenidos mediáticos son la perspectiva de alguien sobre la realidad que este decide mostrar. Esto puede aplicarse a todo tipo de contenidos, de películas a noticieros y de contenidos de prensa a tuits.

Asumir que los medios no necesariamente representan la realidad es importante, ya que obliga a cuestionar cuánto se puede confiar en ellos. Sin embargo, esto no implica que toda la información sea falsa. Es más bien una invitación a cuestionar qué es lo que realmente se está viendo, leyendo o escuchando. Es importante, en ese sentido, cuestionar siempre cuán confiable, amplia y bien contextualizada es la información que presentan los medios.

Hacerse estos cuestionamientos es cada vez más urgente en un mundo en el que existe un abundante acceso a la información. Al mismo tiempo, estos son

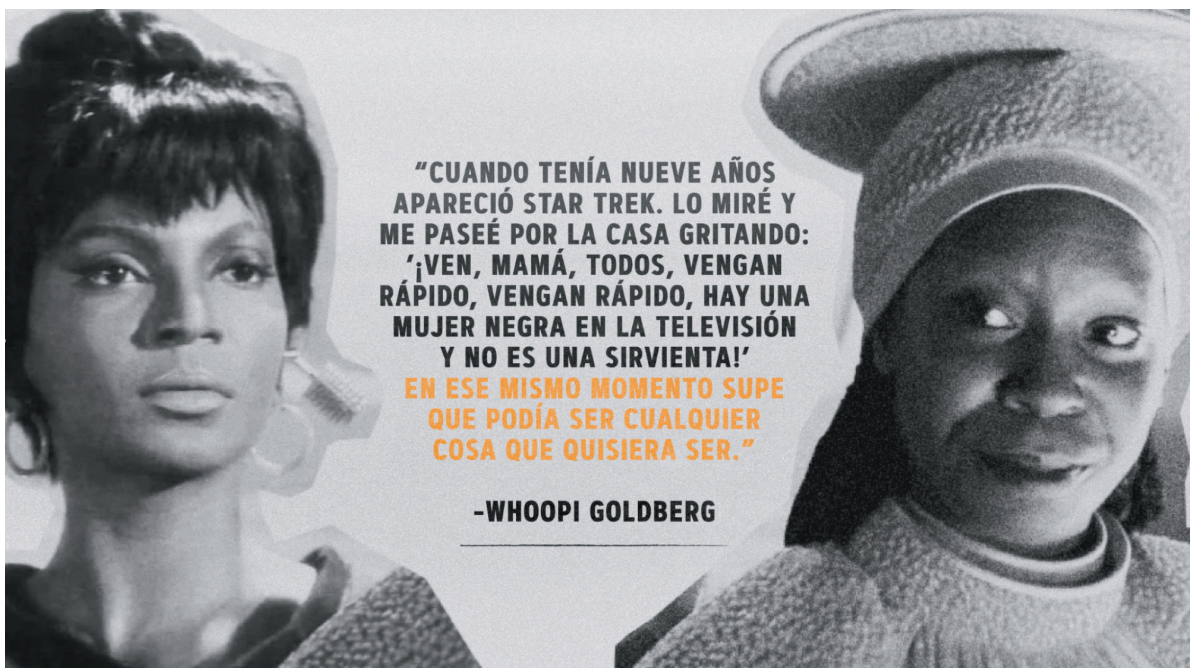


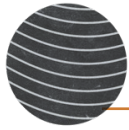


cuestionamientos importantes con uno mismo pues las dinámicas del internet y las redes sociales han empujado a las personas a dejar de ser simples consumidores de contenidos. Hoy por hoy, la gran mayoría tiene la capacidad de producir contenidos mediáticos por internet, pero también se tiene la responsabilidad de los efectos de esta información.

En la actualidad, se habla mucho de las noticias falsas y de la desinformación. Los peligros de la desinformación han comprobado ser gravísimos y ponen en riesgo a la sociedad de muchas maneras. Sin embargo, una discusión menos común tiene que ver con cómo los medios de comunicación retratan a individuos y a los grupos a los que estos individuos pertenecen de forma estereotipada y peyorativa.

Whoopi Goldberg, la multipremiada actriz afroestadounidense, compartió su propia experiencia con la representación mediática. En una época en la que las mujeres afroestadounidenses prácticamente no aparecían en el cine y en la televisión, o si lo hacían era en papeles de sirvientas, la serie original de Star Trek hizo algo distinto. Nichelle Nichols, una mujer afroestadounidense, fue seleccionada para interpretar a uno de sus personajes principales. Ver a Nichols en pantalla asumiendo el rol de un personaje importante cambió completamente la perspectiva de la Whoopi de 9 años sobre sí misma. "En ese momento supe que podía ser cualquier cosa que quisiera ser", confesó.





Esta corta anécdota habla de los aspectos positivos y negativos de la representación. En primer lugar, muestra cómo las representaciones peyorativas pueden perpetuar estereotipos que limitan a ciertos grupos y los encierra en ciertos roles sociales. En segundo lugar, la experiencia de Goldberg demuestra que la representación también puede contribuir a romper con esos estereotipos y promover una sociedad más inclusiva.

La representación mediática de mujeres, grupos étnicos, minorías sexo/genéricas y de grupos vulnerables como migrantes o personas con algún tipo de discapacidad ha sido y sigue siendo una problemática. Estas representaciones tienen un efecto significativo en la vida de estos grupos. De hecho, no es exagerado afirmar que muchas veces la representación se puede convertir en un asunto de vida o muerte.

Por ejemplo, en los Estados Unidos los medios noticiosos y de entretenimiento comúnmente muestran a hombres negros y latinos en situaciones de criminalidad. La cobertura de noticias sobre crímenes tiende a resaltar su etnicidad y en programas de televisión y películas es común verlos en papeles de pandilleros o personas peligrosas. Sobre estos grupos hay mayor incidencia de abuso policiaco y son la mayoría de la población penitenciaria. Definitivamente, los medios contribuyen a generar una suerte de criminalización racial.

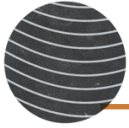
Recientemente desde Radio COCOA se produjo un videoreportaje que explora la representación de los grupos LGBTIQ+ en la comedia televisiva ecuatoriana. El video muestra el efecto nocivo que este tipo de representaciones ha tenido y sigue teniendo en estos grupos. En gran medida, este tipo de comedia no solo contribuye a la exclusión, sino que hace más vulnerable la vida de estas personas. Se puede ver y analizar los efectos de la representación aquí en el enlace:

[¿Por qué importa la representación LGBTIQ en los medios? 🇪🇺](#)
[- Posmo Para Shunshos](#)

Pero la representación no solamente se hace desde películas o programas de televisión. La representación también se hace a través de textos. La prensa escrita o los comentarios y los posts en redes sociales pueden usar palabras o reproducir mensajes discriminatorios.

Como consumidor o productor de contenidos, hay que tener en cuenta que la representación importa porque puede ayudar a que la integridad de individuos no sea violentada.





HACIA UNA REPRESENTACIÓN POSITIVA

Si se lee este manual es porque se tiene intenciones de empezar un pódcast propio. Los pódcast son una excelente forma de generar contenidos distintos; contenidos que no reproduzcan estereotipos y que no vulneren la integridad de ciertas poblaciones. Coherente con este espíritu se propone un ejercicio.

Paso 1

Pensar en ejemplos de representación que molesten u ofendan directamente. Pueden ser personajes o personalidades de programas de televisión, series, películas, videojuegos, presentadores, periodistas, *influencers*, etcétera.

Paso 2

Definir tres características de esta representación y anotarlas en un papel. Preguntar ¿qué hace ofensiva a esta representación y por qué afecta?

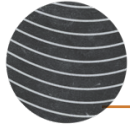
Paso 3

¿Cómo darle un giro? Pensar en ejemplos de representación que motivan, identifican y hacen sentir bien.

Si no se encuentra un ejemplo concreto, se puede responder estas preguntas: ¿cómo se puede volver estas características negativas en características positivas? ¿Qué personajes e historias de personajes reales aún hacen falta por ver, oír o leer en los medios?

Esta última pregunta puede ser usada como inspiración para los contenidos del pódcast. El poder está en la voz creativa y en las voces de la comunidad.





RESUMEN

- Las representaciones mediáticas de grupos minoritarios y vulnerables tienen un efecto directo en su integridad.
- La presentación puede construir estereotipos, pero también puede destruirlos.
- La representación importa.

