

Paloma López Villafranca
(editora)

Creación de proyectos sonoros

Prácticas y experiencias
en la era de la audificación

Prólogo de Rosa Franquet



Salamanca, 2024

1ª edición: Salamanca (España), 2024.

La publicación de este libro ha sido posible gracias a las Ayudas del Plan Propio Integral de Docencia y del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga.

Diseño y producción gráfica: PEPA PELÁEZ, Editora.

Del texto: © *by* Los Autores, 2024.

Del prólogo: © *by* Rosa Franquet, 2024.

De esta edición:

COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:

© *by* PEDRO J. CRESPO, EDITOR y PEPA PELÁEZ, EDITORA (2024).

Contacto:

Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.

Taller editorial y almacén:

c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España).

info@comunicacionsocial.es

<https://www.comunicacionsocial.es>

ISBN: 978-84-17600-90-7

Depósito Legal: DL S 192-2024

Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

| | |
|---|-----------|
| Prólogo, por Rosa Franquet | 9 |
| 1. Documentar un proyecto sonoro: hablan los profesionales, por Ángeles Afuera. | 15 |
| Introducción | 15 |
| 1. La voz humana: contar una historia | 16 |
| 2. Efectos de sonido: el ecosistema sonoro | 17 |
| 3. Música de librería: catálogo de sensaciones | 22 |
| 4. Derechos y creadores | 25 |
| 5. El futuro | 27 |
| 6. Hablaron para este capítulo | 27 |
| Referencias | 28 |
| 2. Locución para proyectos sonoros. Dar vida al sonido a través de las cualidades de la voz, por Emma Rodero | 29 |
| Introducción | 29 |
| 1. Definición y manejo de las cualidades de la voz | 30 |
| 2. Conclusiones | 40 |
| Referencias | 43 |
| 3. De la idea al guion en el audiodrama, por Federico Volpini; Isabel Ruiz Lara | 45 |
| Introducción | 45 |
| 1. De la idea al guion. | 46 |
| 2. Ficción en audio. | 47 |
| 3. Un caso práctico | 51 |
| 4. Conclusiones | 64 |
| Referencias | 64 |

| | |
|---|-----|
| 4. Secuencias de realización en Audiodrama Colectivo, | |
| <i>por Isabel Ruiz Lara; Federico Volpini</i> | 65 |
| Introducción | 65 |
| 1. <i>Secuencia dramatizada.</i> | 67 |
| 2. <i>Tres ejemplos de realización.</i> | 78 |
| 3. <i>Conclusiones</i> | 83 |
| 5. Algunas pistas para iniciarse en el diseño sonoro para | |
| audiodramas, por Chuse Fernández. | 85 |
| Introducción | 85 |
| 1. <i>Pista 1. El Punto Aquí</i> | 85 |
| 2. <i>Pista 2. El proceso creativo de una escena sonora.</i> | 86 |
| 3. <i>Pista 3. Por qué «menos es más»</i> | 89 |
| 4. <i>Pista 4. El punto aquí fijo y móvil.</i> | 90 |
| 5. <i>Pista 5. Los Planos Sonoros.</i> | 92 |
| Referencias | 96 |
| 6. La producción ejecutiva en un proyecto ficción de audio | |
| digital. El caso de <i>La firma de Dios</i> para Podium Podcast, | |
| <i>por Lourdes Moreno Cazalla</i> | 97 |
| Introducción | 97 |
| 1. <i>El rol de la producción ejecutiva en la industria</i> | |
| <i>del audio digital</i> | 98 |
| 2. <i>Los pódcasts de ficción, la joya de la corona</i> | |
| <i>de la producción</i> | 103 |
| 3. <i>El caso de <i>La firma de Dios</i>, un proyecto integral</i> | |
| <i>de podcasting.</i> | 104 |
| 4. <i>Conclusiones</i> | 112 |
| Referencias | 113 |
| 7. La escucha colectiva como práctica artística y | |
| colaborativa: radioarte y creaciones sonoras más allá | |
| de las plataformas, por Laura Romero Valldecabres | 115 |
| 1. <i>Experiencias de escucha colectiva</i> | 115 |
| 2. <i>Sobre la escucha de radioarte o pódcast artístico-experi-</i> | |
| <i>mental</i> | 123 |
| Referencias | 125 |

| | |
|---|------------|
| 8. Experiencias de investigación y producción para crear un pódcast documental en Iberoamérica. Entre la realidad y el arte, | |
| <i>por Paloma López-Villafranca; Raúl Rodríguez-Ortiz . . .</i> | 127 |
| 1. <i>Introducción</i> | 127 |
| 2. <i>De lo viejo a lo nuevo: de las raíces a lo que es y no es un documental sonoro</i> | 129 |
| 3. <i>Proceso creativo para producir un documental sonoro</i> | 134 |
| 4. <i>Conclusiones</i> | 150 |
| <i>Referencias</i> | 152 |
| | |
| 9. <i>Branded podcast</i>. Esencia de marcas en formato audio, <i>por</i> | |
| <i>Teresa Piñeiro-Otero</i> | 155 |
| 1. <i>No puedes cerrar los oídos</i> | 155 |
| 2. <i>Pódcast: soportes y medios de la comunicación de marca.</i> | 158 |
| 3. <i>Branded content podcast</i> | 163 |
| 4. <i>Producción de un branded podcast.</i> | 167 |
| <i>Referencias</i> | 169 |