

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