

PODCAST TABÚ

María Paula Ávila Lozano

Harold Pérez

Docente

Bogotá D.C., 03 de septiembre de 2021

Taller de Proyectos de Radio

Institución Universitaria Latina

Unilatina

1. Título del proyecto

Crear un podcast en el cual se aborden temas tabúes o temas controvertidos según las características socioculturales de cada país, orientado a la población juvenil.

2. Introducción

Las sociedades modernas cada vez se diversifican más. Junto a los fenómenos existentes aparecen otros nuevos que afrontar. Estos fenómenos pueden considerarse tabúes o temas controvertidos según las características socioculturales de cada país. La normalización de la diversidad y de nuevas realidades es fundamental para construir personalidades sanas. El interés por el tema del tabú se da en varias disciplinas y obedece a distintas motivaciones, de esta manera al tabú le conciernen 1) todos los mecanismos sociales de obediencia con significado ritual; 2) la conducta restrictiva y específica en situaciones de peligro. Se podría decir que el tabú trata con la sociología del peligro propiamente, porque eso también le concierne; 3) la protección de individuos en peligro, y 4) la protección de la sociedad contra aquellas personas que están en riesgo –y, por tanto, son peligrosas. De acuerdo con lo anterior, el tabú es un elemento de la sociedad que tiene que ver con las actitudes y los valores que se expresan en términos de una conducta ante el peligro. Es por esto que, por medio de este proyecto, se pretende describir, explicar, indagar y exponer temas que cumplen con la característica del término anteriormente mencionado. Inicialmente se establecerá una investigación a cerca de todos los proyectos actuales de carácter similar o que busquen brindar conocimiento de diversos temas de auge actualmente y de esta manera analizar su proceso de producción e investigación, para así lograr establecer un margen de actividades y realizar un nuevo

espacio de conocimiento e información, con el objetivo de llegar a público interesado en el tema durante cada episodio.

3. Planteamiento del problema

3.1 Antecedentes

A continuación, se expondrán un panorama actual de Podcast en los cuales, se realizó un estudio de los principales y más escuchados lista de “Podcast” en el último año o inicio de pandemia razón (época en la cual tuvo un incremento de espectadores) y que en su temática llevaran a cabo “estilo de vida”, “sociedad”, “feminismo”, “temas polémicos”, entre otros. Por tal razón, a continuación se expondrán los líderes en los ranking, así como su descripción general, alcances y temáticas que tienen como objetivo brindar conocimiento de temas actuales a la población juvenil.

Se Regalan Dudas es un podcast en español protagonizado por Ashley Frangie y Lety Sahagún. El podcast tiene más de 40 millones de descargas totales y aproximadamente 300,000 oyentes por episodio, lo que lo convierte en uno de los podcasts más escuchados en América Latina, además cuentan con 1.2 millones de seguidores en Instagram. El enfoque principal del podcast es

hablar de temas tabúes sin prejuicios. Cada martes, invitan a expertos, amigos y celebridades que comparten historias personales relacionadas con temas tabú. También han puesto en marcha su productora, Dudas Media, lanzando otro podcast de primera línea llamado Despertando. A principios de 2020, tuvieron su primera gira que fue un éxito absoluto con 11 fechas agotadas y recientemente lanzaron un libro en Estados Unidos y Latinoamérica rompiendo records en ventas.

Las Raras Son un podcast documental. Cuentan relatos de personas que rompen con las normas y luchan por un cambio social, llamados Historias de Libertad. Amplifican voces que no se encuentran en los medios de comunicación tradicionales. Creen firmemente que lo personal es político. Estan en sintonía con los movimientos sociales. Son feministas. Cubren temas como medioambiente, arte, educación, género, amor, familia, maternidad, migración, derechos humanos y más.

Hacen entrevistas y registro documental en terreno. Ponen especial énfasis en registrar los paisajes sonoros de los lugares donde ocurren las historias. Con este material escriben un guión. El cuidado diseño de sonido es una de sus principales características. Usan solo música original. El resultado son elaborados episodios de entre 20 y 30 minutos.

Las escuchan hispanoparlantes principalmente en Latinoamérica, Estados Unidos y España.

Niñas Bien es el *podcast* de Pamela, Andrea y Fernanda comenzó en la primavera de 2020 en la Ciudad de México, es decir, en plena cuarentena. Pero pronto se convirtió en uno de los más escuchados del país azteca, de acuerdo con Spotify. En su segunda temporada, ellas siguen hablando de los temas que les interesan, desde sexo sin tabúes hasta amor moderno, claro, como si se tratara de una plática de amigas, con un tono de comedia e irreverente.

Entiende Tu Mente es un podcast independiente de psicología, de periodicidad semanal, en el que poco a poco, paso a paso, buscan a ayudar a la comunidad a entenderse mejor. Este popular podcast español de psicología propone que requieres alrededor de 20 minutos, lo que dura cada entrega semanal. Algunos de sus temas son placer y culpa, encontrar la vocación, estado de ánimo y enfermedad, y salir del armario.

A través de sus mensajes, son los mismos oyentes los que proponen nuevos abordajes a Molo Cebrián, Podcaster y estudiante de psicología, Luis Muiño, psicólogo y uno de los divulgadores más conocidos de la materia en España, y Mónica González, Coach y profesora universitaria.

Concha Podcast (feminismo) “Un espacio de diálogo para el feminismo”, así es como se define este *podcast* argentino independiente y autogestionado por Laura Passalacqua, Dalia Fernández Walker y Jimena Outeiro, el cual surge a raíz de las divertidas pláticas semanales que sostenían las tres amigas.

Con episodios que sobrepasan los 60 minutos, pero no los 120, las creadoras declararon que intentaron que el nombre del programa no tuviera el término concha: “Ahora, la palabra concha ya no genera tanta controversia. Se transformó en una palabra que nos contiene, nos reúne, que asociamos con el deseo y placer”.

Podcast TED en Español

En el podcast de TED en Español se invita hacer este tipo de preguntas, a escuchar ideas provocadoras y a desarrollar nuevas maneras de pensar. Cada semana se escucha una charla TED de los principales líderes y creadores del mundo. Con la guía de Gerry Garbulsky, el curador de TED en Español, se explora el universo de ideas en el idioma español

BBVA Aprendemos Juntos El Podcast de BBVA "Aprendemos Juntos" es una gran opción para revisar distintas realidades y educarse con diferentes perspectivas. Un podcast en español que se ha convertido en un proyecto para promover la educación. Con más de 200 millones de reproducciones, este programa se ha convertido en uno de los podcasts de Spotify más escuchados. Y cuenta con la garantía de que participan profesionales en la materia y expertos reconocidos, por lo que suelen ser fuentes fiables al momento de consultar algún aspecto sobre la educación, o el manejo de la relación entre adultos y jóvenes

La Vida Moderna La irreverencia en su plenitud. La Vida Moderna es un podcast de Spotify (producido por la Cadena SER), el cual hace ver diversas perspectivas de la vida misma, Galardonado con el Premio Ondas en 2018 este programa, dirigido por David Broncano, Quequé e Ignatius Farray, se ha convertido en referencia para muchos programas de radio que buscan incursionar dentro del mundo del podcasting.

3.2 Descripción y formulación del problema

De acuerdo con la investigación anterior, es importante destacar que a nivel general los autores de los podcast toman en cuenta temáticas alrededor de áreas tales como estilo de vida, conocimiento psicológico, entre otras. Sin embargo, es relevante describir que no exponen temas tabú, por ejemplo se establece siempre en el interior de un grupo conformado, y se produce solamente por la cualidad de los hombres de organizarse para vivir en comunidad Habitualmente se considera un tabú a todo aquello que está **restringido y prohibido**, pero no en el sentido coercitivo de la Justicia y del aparato penal del Estado, sino desde un punto de vista moral. El tabú significó un punto de partida para la constitución del Derecho, antes de que este se transforme en el organizador de la mayoría de las sociedades. Este concepto esta esclarecido en temáticas tales como : En algunas comunidades, el sexo prematrimonial está mal visto, Por

tratarse de supersticiones, muchas veces las personas evitan pasar por debajo de una escalera, abrir un paraguas dentro de una casa, o pasarse un paquete de sal de una mano a la otra, La homosexualidad fue un tabú para muchas comunidades durante largo tiempo. Las sociedades occidentales actualmente están logrando que deje de serlo. El modo en el que se visten las mujeres en algunas sociedades del Medio Oriente. Es por esto, que este proyecto de investigación plantea que

¿Cómo un podcast puede generar interés en los jóvenes acerca de temas socialmente relevantes y que debatan principalmente con la moral de ellos mismos?

3.3 Justificación

El proyecto parte con la intención de exponerle a los jóvenes diferentes temas que por distintas razones son considerados “tabú” con el fin de dar a conocer diferentes puntos de vista para así lograr que se enfrenten a su mora o sus propios pensamientos y brindar conocimientos para debatir en un futuro, a través de podcast, que gracias a su facilidad de acceso y entretenimiento se vuelve un promotor ideal para el objetivo de llegar a muchos mas oyentes. De igual manera, se busca dar a conocer este tipo de información de manera no tradicional, llegando a la fuente de información directa, con evidencia que respalde lo mencionado para brindar veracidad en el entorno.

3.4 Objetivos de la investigación

3.4.1 Objetivo general

Crear un podcast streaming en el cual se aborden temas tabúes en la sociedad orientado a la población juvenil, con el cual se pueda fomentar un mayor conocimiento con respecto a temas socialmente relevantes y de conocimiento

3.4.2 Objetivos específicos

- Realizar una investigación de medios, para generar ideas y conceptos apartados de los que existen actualmente.
- Realizar un estudio de mercados para determinar el público objetivo y sus hábitos de consumo de podcast.
- Seleccionar el equipo adecuado que hará parte de todo el proceso creativo.
- Hacer casting de locutores y de expertos o no expertos de los temas a tratar para encontrar quienes se ajusten mejor a las características del programa.
- Seleccionar los temas de más atracción para el oyente.
- Generar ideas para construir las identidades del programa.
- Hacer una preproducción del contenido que se va a emitir. Crear un piloto para tener un concepto de cómo va avanzando el proyecto y hacer las correcciones necesarias.
- Emitir el producto final.

3.5 Alcances y limitaciones del proyecto

El proyecto busca abarcar una población sin límite de edad, solo se necesita que tenga interés por los temas de los cuales se describirán en cada episodio del proyecto, a su vez, se busca establecer un amplio repertorio de temáticas para así expandir el público objetivo en un futuro, también, al ser un producto que requiere únicamente de la escucha, facilita su acceso y emisión por parte de los emisores de contenido. Frente a las limitantes, se puede limitar su acceso debido al no contar con internet o al no obtener una suscripción (depende de la plataforma donde se emita)

4. Metodología

Para el logro de los objetivos de este proyecto, como primer paso se procede a desarrollar una investigación por medio de fuentes confiables; el proceso de producción y edición de los programas pilares en temas tabúes a nivel nacional e internacional. Se procederá a organizar una jornada de encuestas con el fin de determinar el público objetivo. Después de ello, se pretende organizar un comité entre los creadores del proyecto, para convocar un equipo de personas que tengan conocimiento en producción radiofónica e interés por temas de interés para seleccionar el equipo creativo que trabajara en el proceso creativo del programa. Posterior a esto se programará un casting donde se escucharán voces femeninas y masculinas que se ajusten a los intereses del programa. A continuación, un nuevo comité será convocado, integrado por el equipo creativo, para seleccionar los temas que se trataran programa a programa. Con los temas seleccionados se procederá a crear secciones que le darán forma a cada emisión. Con el contenido establecido se procederá a la investigación y producción de guiones. Luego de esto se programará una sesión

para grabar y editar un piloto con la intención de ver el avance que ha tenido el programa en cuanto a su producción, y aplicar correcciones para ofrecer un mejor producto final. Habiendo aplicado las correcciones pertinentes, y teniendo las retroalimentaciones del público, se procederá a realizar un repertorio de episodios.

5. Marco Teórico

Un podcast es un archivo digital de audio, aunque también puede ser de video (vodcast) que puede ser distribuido por Internet y que está vinculado a sistemas de sindicación que permiten su revisión automática y periódica. El contenido del podcast es variado, pero normalmente incluye conversaciones entre distintas personas y música. Por un lado, todos los Podcast presentan contenidos de audio que pueden ser escuchados libremente en Internet, habitualmente se trata de páginas que permiten la suscripción, la actualización y la retroalimentación de los contenidos colgados. Pueden ser manipulados y reproducidos desde el ordenador o desde una herramienta de audio móvil. La presencia de las nuevas tecnologías ha permitido al medio radio adaptarse a nuevas formas y ventanas de explotación, surgiendo novedosas herramientas como los podcast que permiten atender con facilidad al papel formador de la radio en el entorno.

Anteriormente se ha evidenciado proyectos con la misma línea de investigación que este proyecto, esto se puede evidenciar con el programa, se regalan dudas, las raras, niñas bien, entiende tu mente, concha podcast, podcast TED en español, BBVA aprendemos juntos y la vida moderna, estos programas, en parte, también buscaron el objetivo y el problema planteado en esta investigación se logró despertar el interés en los jóvenes con temas de interés (homosexualidad, aborto, castigo

físico, etc) Concretamente no son exactamente los temas que se basará en este proyecto puesto que la mayoría de estos tocan temas con referencia a estilo de vida, y temas de la sociedad. A diferencia, de este que pretende exponer, informar y argumentar temas de una manera objetivo, con evidencia y demás, , siendo así una ayuda o una misma línea de investigación con respecto a los proyectos dados anteriormente o nuestros antecedentes.

El mismo resultado se quiere obtener de estos programas dados anteriormente, se quiere que el oyente escuche lo que quiere escuchar, por eso se tendrá un contacto con estos, como se da en el programa se quiere hablar y contar sin ninguna restricción, lo cual esto ha sido de mucha ayuda e interés en el programa para que su resultado sea el mejor esperado, y es por esto que la línea de investigación de este proyecto va encaminada de la misma manera en que estos y muchos de los programas emitidos anteriormente, para que su resultado sea el esperado y poder satisfacer a cada uno de los oyentes y llegar a muchos espacio con el mismo interés que se quiere dar en este programa.

6. Marco legal o normativo

Con el proyecto se pretende contribuir a difundir la cultura, la experiencia y el conocimiento de temas no convencionales, teniendo un buen uso del idioma castellano, con propiedad para que así logre impactar al público que no es tan apegado a este tipo de temas. Ley 1341 o Ley de TI, exige el buen uso de la radiodifusión sonora, por consecuente los programas no podrán ser transmitida en otros idiomas distintos al castellano, lo que permitirá llegar a un público específico y no tan

disperso como se pretendía desde un principio, así se pretende tener mayor eficiencia en relación con el público al que va destinado.

Para gestionar el servicio debe ser de manera indirecta ya que el programa es comercial, para así financiar ciertas investigaciones que requieren de un apoyo económico mayor por su largo alcance territorial, siendo un programa comercial se pretende dar gusto al oyente en temas de interés común, sin dejar atrás lo recreativo, lo cultural y lo educativo que igual es la orientación de la radiodifusión sonora en general.

El proyecto cumple con todas las normas establecidas, incluso la de libre competencia en relación de que hay otras emisoras con programas similares, pero a la vez distintas a este, se pretende difundir cultura, no se hablara de temas que no estén permitidos y se tendrá en cuenta la Ley 23 de 1982 de derechos de autor que permite usar obras musicales, literarias y de investigación científica siempre y cuando se tengan los permisos requeridos para transmitir o usar este tipo de obras, ya que se pretende abordar bastante investigación ya hechas y totalmente verificadas para contarlas y hablar acerca de ellas y así darle una explicación a los temas de mayor controversia.

7. Línea de investigación

Las siguientes investigaciones son realizadas por el Grupo de investigaciones en Comunicaciones y Publicidad de la institución Universitaria Latina Unilatina, creado en febrero de 2010 con el objetivo de consolidar proyectos de investigación en estos temas, en específico los que pueden

ayudar a mejorar la calidad académica de la institución, a sus integrantes, y los proyectos realizados por los estudiantes de dicha institución.

El grupo ha realizado distintos proyectos de investigación. En primera instancia, aquellos que pueden servir para mejorar la calidad académica de los estudiantes de Unilatina Bogotá. Como consecuencia de ello, ha implementado la emisora virtual unilataradio.com.

Realizando un proyecto de investigación que permite establecer cómo y qué tanto pueden contribuir las herramientas tecnológicas como lo ofrecen las Tecnologías de la Informática y las Telecomunicaciones a que las emisoras de radio y los canales de televisión online afiancen las competencias que deben caracterizar a los estudiantes.

Los medios de comunicación en Colombia y más específicamente en Bogotá, han venido implementando la aplicación de las nuevas tecnologías en la difusión y transmisión de sus mensajes con el fin de poder llegar a más oyentes, silenciando los ruidos que se presentan cuando el receptor enfoca su atención a otros oficios. En la actualidad tanto la radio como la televisión, por los mismos avances tecnológicos han sufrido cambios que las han favorecido y así como algunos tantos que la han perjudicado.

8. Cronograma de Actividades

	ABRIL				MAYO												S4			
	S2	S3	S4	S1	S2	S3														
Investigación	X	X	X	X	X	X														X
Estudio de Mercado																				
Casting equipo creativo																				
Casting de locutores													X	X						
Selección de contenido															X	X				
Cómite de producción															X	X				
Vestido de producción															X	X	X			
Producción de Piloto																			X	
Primera Emisión																				

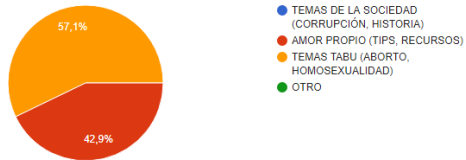
9. PRESUPUESTO.

	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Observaciones	Cantidad	Presupuesto unitario	Presupuesto general	Observaciones de Presupuesto	
	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4							
Conductor									X	X	X	X	X	X	X	X	X			1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	Mensual			
Locutor									X	X	X	X	X	X	X	X	X			2	\$ 900.000	\$ 1.800.000	Mensual			
Productor general									X	X	X	X	X	X	X	X	X			1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	Mensual			
Productor tecnico									X	X	X	X	X	X	X	X	X			1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	Mensual			
Editor									X	X	X	X	X	X	X	X	X			2	\$ 1.400.000	\$ 2.800.000	Mensual			
Guionista									X	X	X	X	X	X	X	X	X			1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	Mensual			
Community Manager									X	X	X	X	X	X	X	X	X			1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	Mensual			
Investigador	X	X	X	X	X	X	X													3	\$ 950.000	\$ 2.850.000	Mensual			
Investigador de campo									X	X	X	X	X	X	X	X	X			2	\$ 1.050.000	\$ 2.100.000	Mensual			
Equipos de computo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				Portatiles, equipos de torre, estudio de radio para emision en vivo.	5			De acuerdo a disponibilidad de prestamos de la emisora	
Refrigerios	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			19	Diarios				De acuerdo a disponibilidad de prestamos de la emisora	
Software	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				Windos 7 o 10, office, zararadio, adobe audition	-				De acuerdo a disponibilidad de prestamos de la emisora
Presupuesto total:																							\$ 15.850.000			

9. Estudio de Mercado

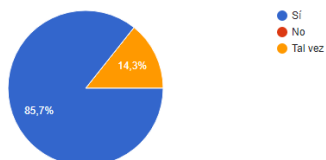
¿QUÉ TEMA TE GUSTARÍA VER EN UN PODCAST?

7 respuestas



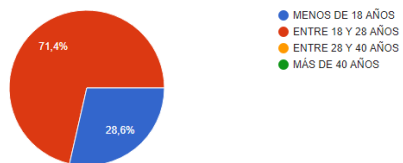
¿ESTARÍAS DISPUESTO A ESCUCHAR PODCAST QUE PUEDAN ENFRENTAR TU MORAL?

7 respuestas



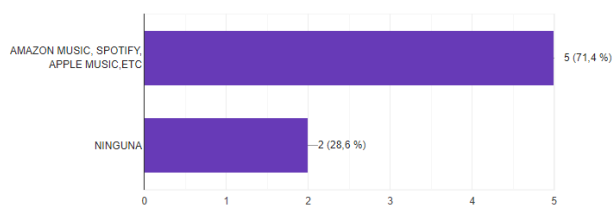
¿CÓMO SE IDENTIFICAN?

7 respuestas



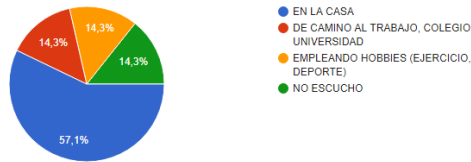
¿CUANTAS CON UNA PLATAFORMA DE ACCESO PREMIUM ?

7 respuestas



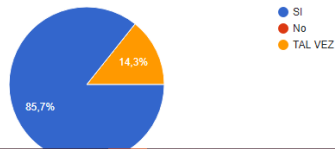
¿DONDE FRECUENTAS A ESCUCHAR PODCAST?

7 respuestas



¿ESCUCHARÍAS UN PODCAST CON INICIATIVA DE PROMOVER EL CONOCIMIENTO DE TEMAS TABÚ TALES COMO ABORTO, HOMOSEXUALIDAD, CASTIGO FÍSICO INFANTIL, ETC?

7 respuestas



Con base a los resultados anteriores se puede establecer que un factor de cuestionamiento en la mayoría de personas encuestadas es a cerca de temas que en la actualidad se definen como Tabú, este, de convierte en un análisis definitorio para orientar el proyecto a este tipo de temáticas que lleva a cabo un amplio auge en la actualidad, de esta manera, se procede a indagar de manera puntual a cerca de factores tales como acceso a podcast, este, se establece debido al que la mayoría de mercado encuestado cuenta con una cuenta en distintas plataformas promueve el desarrollo financiero del proyecto. Del mismo, factores tales como, edad, nos ayudan a perfilar y definir el público objetivo del estudio, actualmente los jóvenes al emplear este tipo de plataformas se convirtieron en nuestra prioridad al momento de iniciar este proyecto, finalmente al momento de reconocer que la mayoría de espectadores emplea podcast en su casa nos ayuda a direccionar el tipo de contenido específico que se puede manejar, así como estilo de diálogo y sonidos al momento de producir nuestra primera emisión.

10. PREPRODUCCIÓN Y PRODUCCIÓN

PODCAST TABÚ

Emisión No. 01

Fecha de emisión: 00 de mes 2021

Horario de emisión: 00:00 m

Duración: 20 minutos

Director: Maria Paula Ávila Lozano

Invitado: Cindy Lorena Gutiérrez Royo

Técnico	Locutores	TP	TT
Directora de podcast	Da la bienvenida y da una breve introducción a lo que se realizará el podcast	2´	2´00´´
Separador		7´´	2´17´´
Directora de podcast	Dar bienvenida a invitada	2´	4´17´´
Pregunta 1			
Directora de podcast	¿Cuál es su relación con los niños? ¿Cómo se identifica con ellos?	1´ 30´´	5´47´´

Invitada	Habla sobre su experiencia con los niños	1' 30''	7'17''
Directora de podcast	Opiniones acerca del cómo se realizaba el castigo físico anteriormente	1'00''	8'00''
Invitada	Opiniones acerca del cómo se realizaba el castigo físico anteriormente	1'00''	9'00''
Pregunta 2			
Directora de podcast	¿Qué opina sobre el castigo físico?	30''	9:30''
Invitada	Da su opinión	2'00''	11'30'
Pregunta 3			
Directora de podcast	¿Qué postura tomar ante una situación problema?	1'10''	12:40''
Invitada	Da su opinión	1'30''	14'10'

Directora de podcast	Cierre y agradecimiento a la invitada	1'30''	15'40'
Invitada	Cierre de la invitada	1'00''	16'40'
Directora de podcast	Despedida	1'00''	17'40'

11.CONCLUSIONES

Actualmente los podcast se convierten en una alternativa diversa de acceder al conocimiento, los espectadores realizan esta preferencia debido a sus facilidades de acceso y entretenimiento, debido a que contribuyen a su estilo de vida o hábitos que deseen tomar. En el año 2020 los podcast fueron protagonistas de crecimiento para alternativas de entretenimiento para la época, es por esto que se constituye la directriz del proyecto como elaboración de podcast así como el interés y objetivo de brindar conocimiento sobre temas diversos y debatibles en la sociedad

Finalmente, al establecer un estudio de mercados se logra delimitar, temática, acceso, público objetivo e intereses para lograr producir un proyecto diferente e interesante en la actualidad

12. REFERENCIAS

Chacón, C. T., & Pérez, C. J. (2011). El podcast como innovación en la enseñanza del inglés como lengua extranjera. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (39), 41-54.

Fernández, I. M. S., & Vera, M. M. S. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (36), 125-139.

Hargis, J. & Wilson, D. (2006). Fishing for Learning with a Podcast Net. University of North Florida Newsletter Podcast (www.unf.edu/dept/cirt/tech/podcast/HargisPodcastArticle.pdf). (15-05-2008)

Melgarejo Moreno, I., & Rodríguez Rosell, M. D. M. (2013).

Merayo, A. (2000). “Identidad, sentido y uso de la radio educativa”. III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación. Universidad Pontificia de Salamanca. Disponible en: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/merayo-arturo-radioeducativa.html> [acc.24/02/2013].

Roldán, E. (2009). Los orígenes de la radio educativa en México y Alemania: 1924-1934. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 40(14), 13-41.

Skiba, D. A. (2006). The 2005 word of the year: podcast. *Nursing Education Perspectives*, 1, January, 2006. (http://goliath.ecnext.com/coms2/gi_0199-5283089/The-2005-word-of-the.html). (16-09-2007).

Sellas, Toni. (2011). El podcasting. La (r)evolución sonora. Barcelona: UOC. Szysko, N.; Neri, C; Cataldi, Z. (2010). La radio en la escuela media como agente participativo. *Quaderns Digital*, 61, 1-15

Solano, I.M. (Coord.), Podcast educativo. Aplicaciones y orientaciones del m-learning para la enseñanza (pp. 37-54). Sevilla: MAD.