

# TRABAJO FIN DE GRADO

DOBLE GRADO PERIODISMO Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



## **“Bulla. Una apuesta radiofónica por el periodismo cultural andaluz”**

MEMORIA DE TFG CREATIVO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

JUNIO 2022

AUTORA: SARA BELLIDO VILLAR

# ÍNDICE

<b>Resumen</b> .....	03
<b>Palabras clave</b> .....	03
<b>Ideas previas</b> .....	04
Proyecto inicial	
Orientación	
Objetivos	
Materias influyentes	
Bases teóricas	
<b>Desarrollo del proyecto</b> .....	07
Producción	
Recursos necesarios	
Espacio radiofónico	
Escaleta y guion	
Dificultades	
<b>Proyecto final</b> .....	12
Estructura	
Periodicidad	
Duración	
Descripción del proyecto	
Descripción del capítulo	
Imagen	
Distribución	
Marketing	
<b>Resultados y conclusiones</b> .....	17
<b>Bibliografía</b> .....	18

## **Resumen**

Este es un TFG de carácter creativo. La propuesta consiste en un programa radiofónico bautizado como Bulla. El formato es de tertulia y debate. La temática gira alrededor del periodismo andaluz en todas sus facetas, prensa escrita, televisión, radio y diversas piezas audiovisuales. Para concretar más el ámbito de temas a tratar Bulla se especializará en el periodismo cultural, esto es, cine, música, moda, literatura, teatro, arquitectura, videojuegos, flamenco...

Bulla busca poner el foco de atención en el periodismo cultural que se está haciendo en Andalucía, así como otorgar protagonismo al trabajo de los y las profesionales del periodismo andaluz. Para ello se ha optado por crear un espacio de debate, donde analizar la situación actual y plantear soluciones, todo ello de la mano de comunicadoras y comunicadores, y periodistas del ámbito cultural.

Para la realización de la preproducción de este programa se han aplicado conocimientos y técnicas de varias asignaturas impartidas en el Doble Grado de Periodismo y Comunicación Audiovisual, las cuales se mencionan en esta memoria. Además, ha sido esencial realizar un trabajo de investigación previo sobre el trabajo, la trayectoria y la experiencia de las y los periodistas involucrados y participantes del programa, así como un breve estudio del periodismo cultural en general, y más concretamente, del que se está realizando actualmente en Andalucía.

## **Palabras clave**

Radio

Debate

Periodismo cultural

Periodismo andaluz

Andalucía

Crisis cultural

# Ideas Previas

## ◆ **Proyecto inicial**

La primera idea estaba relacionada con realizar un TFG creativo estrechamente ligado a temáticas sociales o culturales. La opción de realizar un programa de radio o podcast estuvo presente desde el principio ya que considero que el ritmo frenético de la vida actual es altamente compatible con este formato, que puede consumirse sin que el oyente tenga que dejar de atender otros compromisos o actividades.

Durante la etapa universitaria no he tenido un gran acercamiento con la radio, y considero que no se le da el lugar que se merece en el marco teórico y práctico en ninguna de las dos carreras, ni en Periodismo ni en Comunicación Audiovisual. Pese a esto, gracias a participar durante dos años en NexUs, la revista del Consejo Social de la US, y la alianza de esta con el programa Cum Laude de RadiUs, he podido acercarme brevemente al medio radiofónico.

Es gracias a asistir a un coloquio, realizado por el CICUS en Sevilla, en el que colaboraron Charo Ramos y Óscar López, ambos periodistas culturales, cuando surge con más fuerza la idea de realizar un programa de radio dedicado al periodismo especializado en cultura, y más concretamente al que se realiza en Andalucía.

## ◆ **Orientación**

El periodismo cultural es una de las ramas de la profesión más castigadas. En 2021 el periodista granadino Guillermo Busutil con más de cuatro décadas de experiencia periodística y galardonado como Premio Nacional de Periodismo Cultural, denunciaba la precariedad de las industrias culturales: “No tengo contrato, soy el típico perfil de periodista cultural actual. Vivo en la independencia y la precariedad”.

Frente a otras secciones, como son la política y los deportes, convertidas ambas en protagonistas semana tras semana de portadas y espacios estratégicos en diarios digitales: el arte, el cine y la literatura son los grandes olvidados mediáticos.

Este programa desea poner el foco de atención en el trabajo de periodistas culturales andaluces y andaluzas que se dediquen y/o se hayan dedicado durante años a este periodismo especializado.

Mediante la fórmula radiofónica de la tertulia o el debate-coloquio, diversas personalidades de la profesión tratarán en cada episodio temas cruciales en lo referente al periodismo andaluz, y por supuesto, a la cultura. Cabe destacar la intención de Bulla de crear un espacio radiofónico mixto, no obstante, se priorizará la presencia de mujeres periodistas fomentando así la divulgación de las figuras femeninas del sector periodístico andaluz y de sus trabajos profesionales.

### ◆ **Objetivos**

Este programa de radio tiene tres objetivos clave que se perseguirán, en líneas generales, en todos los episodios:

- ◆ Reivindicar y divulgar el periodismo cultural andaluz, tanto el que se realiza en la actualidad como el realizado en etapas anteriores.
- ◆ Crear un espacio donde la cultura, en todas sus variaciones, sea la protagonista.
- ◆ Ofrecer al oyente reflexiones relacionadas con el periodismo andaluz actual y la cultura, de la mano de periodistas especializados en las temáticas tratadas.

### ◆ **Materias influyentes**

En la creación de este programa radiofónico han sido imprescindibles los conocimientos aprendidos en materias del Doble Grado de Periodismo y Comunicación Audiovisual. En especial cabe destacar cuatro asignaturas: Redacción Periodística (Radio y Televisión), Periodismo Cultural, Producción Empresa Audiovisual II e Industrias Culturales Audiovisuales.

Las dos primeras asignaturas han sido esenciales para obtener conocimientos de redacción. Más concretamente, Redacción Periodística (Radio y Televisión) para conocer el lenguaje periodístico en los medios radiofónicos, saber cómo realizar una escaleta, y la importancia de los tiempos en la radio. La asignatura de Periodismo Cultural me ha ayudado a conocer temáticas concretas del periodismo y profundizar en algunas de ellas gracias a realizar trabajos escritos (en especial sobre moda flamenca y costumbres andaluzas), así como a descubrir una pasión personal por el periodismo cultural.

Por otro lado, la asignatura de Producción Empresa Audiovisual II ha sido esencial para tener los conocimientos necesarios para realizar la preproducción de este programa radiofónico, así como ocurre con la asignatura de Industrias Culturales Audiovisuales. Gracias a esta última, y a trabajar

los procesos de creación de un plan de venta y un briefing creativo, ha sido sencillo construir dichas partes de este proyecto.

### ◆ **Bases teóricas**

El espacio radiofónico se ha vuelto en la última década accesible para el público general, tanto en el consumo como en la producción del mismo. Gracias a esta nueva accesibilidad en la producción de radio y podcast las nuevas generaciones encuentran espacios donde comunicar y generar discursos alternativos a los hegemónicos. Los avances de las tecnologías de la información, una mayor facilidad para hacerse con las herramientas necesarias y la posibilidad de ser autodidacta han logrado que el “hacer radio” escape de las garras de los medios de comunicación. De esta manera, estas producciones dan cabida a la voz de personas normalmente alejadas de los medios de comunicación *mainstream*.

Entendiendo los medios de comunicación como Manuel Castells estos no son el cuarto poder, sino “el escenario en el que se desarrollan las relaciones de poder”<sup>1</sup>. Los discursos de los mismos están irremediabilmente ligados a estas relaciones. En este contexto, las opciones de “resistencia” son prácticas de activismo en todo su esplendor. Apropiándose de herramientas personales y sociales se crea la posibilidad de generar discursos alternativos a los hegemónicos. En el caso concreto de los espacios radiofónicos surgen los podcast como opciones accesibles y con un gran potencial para “hacerse oír”. Gracias a plataformas como Spotify e Ivoox la difusión es sencilla.

Surgen numerosas voces que forman estos discursos “disidentes” que llevan a la colectividad. Se crean iniciativas que responden a las inquietudes, deseos y necesidades de la sociedad. Un gran ejemplo de ello son las radios comunitarias. Se definen como “estaciones de radio de corto alcance sin fines de lucro que responden a las necesidades de información de las personas que viven en un lugar determinado, en los idiomas y formatos que se adaptan mejor al contexto local”.

En la ciudad de Sevilla Radiópolis es desde 2006 uno de estos espacios alternativos. Comenzó gracias a la financiación de los Presupuestos Participativos Municipales del Ayuntamiento de Sevilla, tras ser la propuesta elegida por los vecinos de la ciudad. En 2012 cesaron los presupuestos y la Junta Directiva decidió seguir como emisora autogestionada. En la actualidad los socios aportan unas cuotas mensuales, así como un pago por cada programa emitido, logrando así crear una emisora asamblearia, libre y comunitaria.

---

<sup>1</sup> Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Ensayo.

# Desarrollo del proyecto

## ◆ Producción

La primera decisión tomada para la creación de este programa, y una de las más difíciles, fue acotar los temas que querían tratarse. Hacer una lista de intereses se volvió una necesidad.

- Historia y contexto del periodismo andaluz a partir de la década de los 2000.
- Periodismo cultural en Andalucía.
- Crisis actual del periodismo cultural frente a la década de los años 80-90.
- Crisis del periodismo cultural frente al auge del periodismo político y deportivo.
- Nuevas plataformas, formas y lenguajes de crear periodismo cultural.
- Narrar periodismo cultural. Ayer y hoy.
- Eventos culturales en Andalucía. Cómo contar.
- Nuevo talento cultural andaluz. Cómo apoyarlo desde el periodismo.
- Periodismo cultural. Informar en la era del clickbait y el posicionamiento SEO.
- ¿Qué es noticia en materia de periodismo cultural?
- Cultura como derecho humano. ¿Es accesible para todos?

Por otro lado, también se decidió que en cada episodio, dedicado a los distintos bloques culturales, se plantearían temas más concretos. Por ejemplo, en un episodio dedicado al periodismo de moda, a los temas generales anteriores se sumarían otros específicos.

- ◆ Contexto. Informar sobre moda en Andalucía.
- ◆ ¿Es la moda cultura?
- ◆ Narrar moda flamenca. Ayer y hoy.
- ◆ Periodismo de moda. Un nuevo discurso más inclusivo y plural.
- ◆ El papel de los medios andaluces en la búsqueda de un consumo más ético y sostenible.
- ◆ Moda en la pequeña y gran pantalla. ¿Quién influye a quién?
- ◆ Discursos de moda en Andalucía. Reivindicar lo propio.
- ◆ Periodismo de moda. Más allá de tendencias y consumismo.
- ◆ Conceptos. *Fast fashion*. Moda ecológica.

En segundo lugar, se investigó el trabajo y la carrera periodística de distintas personalidades especializadas en periodismo cultural. Como requisitos para realizar una criba de potenciales invitados al programa se utilizaron los siguientes:

- ◆ Tener experiencia en el ámbito del periodismo andaluz.
- ◆ Tener raíces andaluzas y/o ser residentes en esta comunidad autónoma.
- ◆ Haber investigado o estudiado cuestiones relacionadas con la comunicación e información en Andalucía.
- ◆ Poseer una especialización profesional o académica en alguna rama cultural: arte, literatura, música, teatro, arquitectura, cine.
- ◆ Tener un interés y cuidado especial en la cultura andaluza: flamenco, carnaval, cine andaluz y moda flamenca.

Hacer una lista se volvió de nuevo necesidad:

- ◆ **Jesús A. Cañas**, periodista corresponsal de El País en Cádiz. Máster en **Arquitectura** y Patrimonio Histórico por la US. **Cádiz**.
- ◆ **Amalia Bulnes**, periodista **cultural** en El País Sevilla y Canal Sur Televisión. **Sevilla**.
- ◆ **María José Carmona**, periodista freelance en El Salto Andalucía en Sección **Cultural** y Social, Revista 21 y Equal Times. **Málaga**.
- ◆ **Marta Carrasco**, periodista, académica de las Artes Escénicas de España y crítica de **danza** y **baile flamenco** en Sección Cultural de ABC Sevilla. **Sevilla**.
- ◆ **Eva Díaz Pérez**, periodista y escritora. Actual directora del Centro Andaluz de las **Letras**; Profesora de Periodismo cultural en EUSA. **Sevilla**.
- ◆ **Paloma Jara**, periodista y directora RTVE Andalucía. **Huelva**.
- ◆ **Carmen Camacho**, periodista y escritora. Eldiario.es, Diario de Sevilla. Experta en literatura, arte y pensamiento. **Jaén**.
- ◆ **Olivia Carballar**, periodista. Actual coordinadora del proyecto de investigación periodística #PorTodas en La Marea. Investigación **mujeres periodistas en Sevilla** durante el franquismo.
- ◆ **Alba Correa**, periodista *freelance* de **moda** y **cultura**. Vogue Spain, El Orden Mundial. **Cádiz**.
- ◆ **Carmen Espejo**, periodista e investigadora de la historia del periodismo y las **letras populares en Andalucía**. **Sevilla**.
- ◆ **Tamara García**, periodista cultural en el Diario de Cádiz. **Carnaval**, música y cine. **Cádiz**.
- ◆ **María José Guerrero Cabello**, periodista cultural y actual responsable de comunicación del Centro Andaluz de las **Letras**. **Sevilla**.



- ◆ **Nerea Larrinaga**, periodista cultural en Sevilla Actualidad. **Granada**.
- ◆ **Pilar Larrondo**, periodista Grupo Joly. Experta en **moda flamenca**. **Sevilla**.
- ◆ **Braulio Ortiz**, redactor Sección Cultural en el Diario de Sevilla. **Literatura y cine**. **Sevilla**.
- ◆ **Claudia Moneo**, periodista en La Voz del Sur. Presentadora **Flamenco** TV de 7TV Andalucía. **Jerez**.
- ◆ **Charo Ramos**, periodista y actual Jefa de Sección Cultural del Diario de Sevilla. Máster en **Arte Actual** por la Universitat de Barcelona. **Sevilla**.

### ◆ **Recursos necesarios**

El recurso necesario más importante para poder llevar a cabo el programa es contar con una sala de grabación de radio con mesa de control y un estudio equipado con micrófonos. En cuanto a los recursos humanos es indispensable el papel realizado por la presentadora o moderadora, en este caso autora del proyecto, Sara Bellido, así como la figura de un técnico de sonido, y la participación de los y las entrevistadas y tertulianas que participan en cada episodio del programa.

### ◆ **Espacio radiofónico**

Para encontrar un espacio radiofónico donde llevar a cabo este programa se barajaron distintas posibilidades. Tras un estudio de los espacios donde podría tener lugar Bulla, la emisora Radiópolis fue la elegida para ello. Fueron diferentes factores los que llevaron a tomar esta decisión. Radiópolis es una emisora comunitaria y participativa de Sevilla, y ofrece un espacio a propuestas que casen con sus principios. Uno de sus lemas es "*Si apuestas por la cultura, éste, es tu espacio*", lo que refleja también el espíritu de este programa radiofónico.

Por otro lado, la sede de Radiópolis se encuentra en la calle Torneo, un lugar céntrico en la ciudad de Sevilla y de fácil acceso, características necesarias para facilitar así el encuentro con los y las entrevistadas en los distintos episodios.

En la web de Radiópolis (<http://radiopolisradio.blogspot.com/p/parrilla.html>) puede encontrarse un documento donde se indica la parrilla de 2022. En ella pueden verse los diferentes programas que acoge esta radio, y también los huecos libres que existen. Además, existe la opción de grabar el programa en falso directo, en cualquier día y hora que el estudio esté libre, y preparar la emisión para la franja horaria que más case con el tono del programa. En este caso, la opción

elegida para emitir Bulla fue los lunes de 21.00 a 22.00, ya que dicho horario casa con el tono informal, de debate y tertulia de la propuesta radiofónica.

### ◆ **Escaleta y guion**

Se desarrolló una breve escaleta con las principales ideas que Bulla quería llevar a cabo. El tiempo total del programa se estipula alrededor de los 40-55 minutos, contando con sintonía de cabecera y cierre, cortinas y otros sonidos comunes en los programas de radio.

Sección	Duración	Acumulado
Sintonía de cabecera	0'30"	0'30"
Saludo	1'00"	1'30'
Presentación invitadas	3'00"	4'30'
Primer tema/debate	3'30"	7'00"
Segundo tema/debate	5'30"	12'30"
Tercer tema/debate	4'00"	16'30"
Cuarto tema/debate	5'00"	21'30"
Descanso musical	0'30"	22'00"
Quinto tema/debate	5'00"	27'00"
Sexto tema/debate	8'00"	35'00"
Séptima tema/debate	5'00"	40'00"
Despedida y cierre	1'30"	42'30"
Sintonía de cierre	00'30"	43'00"

Posteriormente, a partir de la escaleta se fueron generando los diferentes guiones para los episodios. A continuación, una aproximación al que podría ser el guion del programa piloto o primer programa de **Bulla**.

**Saludo.** ¡Hola! Bienvenidos y bienvenidas a un nuevo episodio de Bulla, el espacio radiofónico dedicado al periodismo andaluz y la cultura. El espacio radiofónico dedicado al periodismo andaluz y la cultura. En los distintos episodios hablaremos de cine, música, teatro, literatura, moda, de todas las ramas culturales vaya, y para ello contaremos con la colaboración de profesionales del mundo periodístico. En Bulla queremos poner el foco en el periodismo que

se realiza en Andalucía, y apostar por la cultura de nuestra comunidad.

**Presentación.** Soy Sara Bellido, y esta es la primera entrega de Bulla. Hoy nos centraremos en el periodismo de moda. Para ello, por supuesto, contamos con la presencia de dos periodistas andaluzas.

Aquí a mi lado Pilar Larrondo, editora de moda del Diario de Sevilla, una especialista también en moda flamenca. Hola Pilar. ¿Que tal, como estas? Y por vía telefónica tenemos a Alba Correa, periodista freelance de moda y cultura que colabora asiduamente con Vogue España. Hola Alba, gracias por estar aquí (en la distancia

También está esta noche con nosotras Alba Correa, periodista *freelance* especialista en cultura y moda. Escribe para Vogue y El Orden Mundial. ¿Qué tal Alba?

**Primer tema.** Pilar, eres sevillana y estudiaste Periodismo en la Universidad de Sevilla. Cuéntanos, ¿Cómo te adentraste en el mundo del periodismo de moda? ¿Cuántos años llevas ejerciendo dentro del sector? Alba, tú también estudiaste en la US, pero la licenciatura de comunicación audiovisual. Cual ha sido tu camino hasta Vogue?

**Segundo tema.** Alba, si no me equivoco desde siempre has sentido pasión por el mundo de la moda, los diseños, el estilo.. ¿Crees que es necesario ser una apasionada de la moda para conseguir escribir artículos y reportajes de calidad periodística? ¿Qué otras cualidades crees que son imprescindibles para que tu trabajo como periodista de moda sea excelente?

...

## ◆ **Dificultades**

La mayor dificultad a la que podemos enfrentarnos es que al realizar el guion de uno de los episodios, y tras contactar con la persona invitada, esta no pueda asistir al programa o no conteste a la invitación. Ante este contratiempo, que es bastante probable ya que los y las periodistas suelen

tener agendas apretadas y bandejas de mails llenas, se elegirá a otra persona para que participe en dicha entrega de Bulla. Se buscará un perfil profesional semejante al previamente elegido. Para evitar contratiempos de este tipo, para cada persona invitada se tendrá preparado también un sustituto, un o una periodista que se dedique a la misma rama cultural, y que, por supuesto, cumpla con los requisitos necesarios previamente mencionados para participar en Bulla.

## **Proyecto Final**

### ◆ **Estructura**

El programa se dividirá esencialmente en dos bloques, una primera parte centrada en la biografía y el recorrido profesional de las personas invitadas, y una segunda parte dónde debatir y comentar temas relacionados con el periodismo cultural al que se dedican los y las periodistas.

La estructura de cada episodio será siempre la misma, dividida en estos dos bloques, pero tendrán duración variable. Para entender mejor la organización puede consultarse la escaleta del primer programa de Bulla<sup>2</sup>.

### ◆ **Periodicidad**

El programa será bimensual, es decir cada dos semanas se publicará un nuevo episodio. Haciendo un breve estudio de mercado puede observarse que no existe una dinámica común entre otros podcast con gran repercusión relacionados con la cultura.

La “Cultureta Gran Reserva”, programa cultural de Onda Cero, se emite todos los viernes, es decir, cuatro veces al mes; “Todopoderosos”, programa cultural dedicado al cine y los libros se graba una vez al mes; “El Faro” programa de Ser Podcast dónde en cada episodio se enfocan en un tema cultural diferente, se publica todas las noches de lunes a viernes; “La rosa de los vientos”, el podcast de Onda Cero sobre misterio, relatos e historia, dos veces por semana (sábados y domingos), y “La Milana Bonita”, programa dedicado a la literatura, se realiza cuatro veces al mes, cada domingo.

---

<sup>2</sup> Ver en Anexos.

Como puede verse cada programa sigue su propio ritmo de producción y creación, por ello la elección de realizar Bulla con periodicidad bimensual será acertada. Es el tiempo necesario entre programa y programa para poder contactar con las personas invitadas, investigar sobre sus carreras profesionales, analizar la situación del sector para plantear debates, y realizar la escaleta y el guion del episodio.

#### ◆ **Duración**

La duración de Bulla está estipulada en 40-55 minutos. Al ser un programa de debate y tertulia es importante prestar atención a los tiempos durante la conversación para poder terminar con precisión la emisión.

#### ◆ **Descripción del proyecto**

Bulla es un espacio para los amantes de la cultura y los apasionados del periodismo. Periodistas andaluces compartirán vivencias de la profesión y debatirán sobre temas relacionados con el periodismo cultural y su situación, desde una visión que alcance presente, pasado y futuro. Debate, tertulia y cultura, estas son las bases en las que se asienta este programa radiofónico que apuesta por poner el foco en el periodismo cultural andaluz.

#### ◆ **Descripción del capítulo**

En el programa piloto de Bulla tenemos ante los micrófonos a las periodistas andaluzas Alba Correa y Pilar Larrondo, especializadas en temas culturales. Con ellas, sus testimonios y vivencias, se tratarán temas de actual importancia en relación con el periodismo de moda: discursos de moda en secciones culturales, la moda como expresión, *fast fashion*, la moda en el cine, la moda flamenca, consumo sostenible... Se analizarán los discursos actuales del periodismo de moda, y se reflexionará sobre la necesidad de una nueva dirección de los mismos.

#### ◆ **Imagen**

Para la imagen de Bulla se ha elegido una obra de la artista sevillana Cristina de Miguel. La mezcla de colores, el estilo y la figura femenina de la pintura casan abstractamente con algunas de las ideas de este programa radiofónico: un espacio entretenido, ameno e informal donde las mujeres sean protagonistas y puedan destacar por su trabajo profesional.

La elección de la obra de una artista andaluza mujer como imagen del programa es una declaración de intenciones de todo lo que quiere ser Bulla.



Por otro lado, además del cartel publicitario de Bulla, que une la obra de Cristina de Miguel, el nombre del programa y la autoría del mismo (Sara Bellido), se ha realizado un brief creativo<sup>3</sup>. Este documento recoge la información esencial del proyecto, en este caso en formato tríptico, y tiene el papel de guía de acción para la campaña de marketing. Es necesario para no perder de vista algunos puntos clave del proyecto como el *target*, los objetivos o las personas participantes.

### ◆ **Distribución**

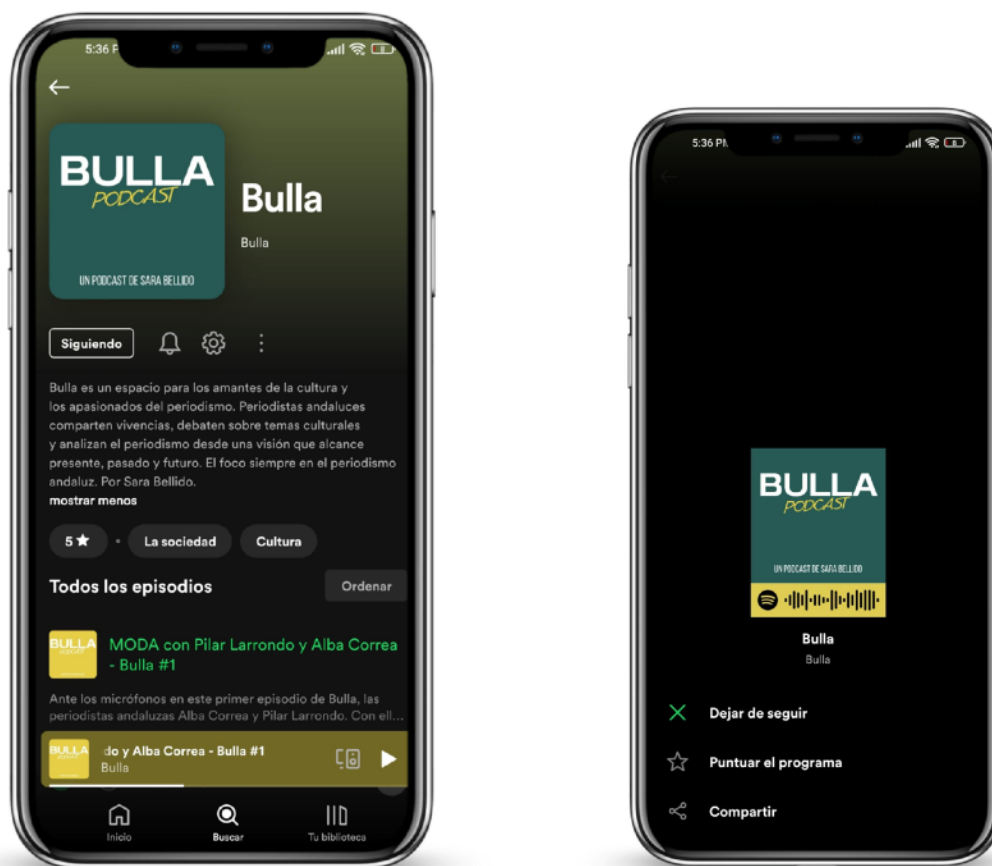
Bulla se distribuirá en dos formatos, como programa radiofónico en la emisora sevillana Radiópolis, y como podcast en iVoox y Spotify. Para poder distribuir un podcast en Spotify es necesario subir cada pieza (audio) a un espacio asociado donde se almacene. En este caso se ha elegido la plataforma Anchor para ello.

Una vez subido el episodio a Anchor se habilita un enlace a una fuente RSS, con este ya se puede agregar el episodio a la cuenta asociada del podcast en Spotify. Una vez ya publicado puede darse con el podcast buscando "Bulla" en el buscador de Spotify, o mediante este enlace <https://open.spotify.com/show/2pKhNIhXOoghBGpjQV4DKE?si=947190a0c3fe4518>.

---

<sup>3</sup> Ver en Anexos.

Para su distribución en Spotify se utilizará una estética secundaria más sencilla y clara que la anteriormente comentada. Aún así se utilizará la misma paleta de colores que posee la obra de Cristina de Miguel, y la tipografía elegida para el brief creativo.



## ◆ Marketing

Este programa radiofónico va dirigido a un amplio público, a todo aquel que esté interesado en la cultura, el arte y, por supuesto, en el periodismo cultural. Los oyentes de Radiópolis son en su mayoría personas que residen en la ciudad de Sevilla, pero gracias a que la emisora puede escucharse *online* a través de [radio.es](https://www.radio.es/s/radiopolis) (<https://www.radio.es/s/radiopolis>), si se realiza una fuerte campaña de promoción, el *target* puede extenderse fuera de las fronteras sevillanas. Cabe destacar el interés que puede despertar Bulla en la comunidad de Andalucía.

Por otro lado, para hacer llegar Bulla al máximo número de oyentes el programa, se distribuirá, como se ha mencionado previamente, en formato podcast en algunas de las principales

plataformas de música y podcast vía *streaming*, Spotify e Ivoox. Para aumentar la audiencia, se compartirán los episodios vía redes sociales en Twitter e Instagram, mencionando a las personas invitadas para tener mayor repercusión.

Una buena estrategia para fomentar el interés y la escucha del podcast es compartir pequeños fragmentos de los episodios en formato vídeo en las redes sociales. Se elegirán los momentos más interesantes o divertidos de cada episodio haciendo una breve selección. De esta manera, mediante las redes sociales Bulla podrá dar con nuevos oyentes. También será importante en redes sociales facilitar enlaces a las plataformas elegidas para su distribución, así como anunciar y recordar los horarios de emisión en directo del programa en la emisora Radiópolis (92.3 FM).

Por otro lado, previo al estreno del primer programa se realizará una pequeña campaña por diferentes redes sociales anunciando las personas invitadas del episodio, la temática y la fecha de estreno, para para lograr así una calurosa acogida.



## **Resultados y conclusiones**

Ha sido muy gratificante poder grabar el episodio piloto de Bulla, y que todo el trabajo de preproducción del programa viera sus primeros frutos. Considero que el resultado final ha sido un éxito, en gran parte debido a la preparación previa, investigación de la temática, realización de la escaleta, contacto con las invitadas, pactos de horario con la emisora... Bulla se ha apoyado en principios periodísticos esenciales para su creación como son contar con fuentes fiables para analizar temas concretos o informar sobre temas actuales y de interés social.

Bulla ha conseguido cumplir algunos de los objetivos propuestos en su primer episodio, ya grabado. Ambas invitadas, Pilar Larrondo y Alba Correa, son periodistas andaluzas, de Sevilla y Cádiz respectivamente, lo que casa con el deseo de “reivindicar el periodismo cultural andaluz”. Otro de los objetivos, “crear un espacio donde la cultura sea la protagonista” también se siguió en la primera entrega de Bulla, la moda fue la temática elegida para ello. Por último, se le ofreció a los oyentes reflexiones relacionadas con el periodismo actual y el periodismo realizado en Andalucía abordando cuestiones como: “¿Cómo es dedicarse al periodismo de moda en un diario andaluz?”, “¿Qué papel deben tomar los medios de comunicación en el camino hacia un consumo más ético y sostenible?”, “¿Hacia dónde debemos redirigir los discursos periodísticos de moda?”. Creo que el primer episodio de Bulla ha conseguido todo lo que se había propuesto, pese a ello este es un proyecto ambicioso y se debe continuar trabajando en él para poder seguir creciendo. El siguiente paso a seguir será la producción del episodio número 2, “Literatura con las periodistas Carmen Camacho y Eva Díaz Pérez”.

## ◆ Bibliografía

- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Ensayo.
- Codina, M. (2004). Crear moda, hacer cultura. *Ars Brevis: anuario de la Càtedra Ramon Llull Blanquerna*, (10), 43-62. <https://raco.cat/index.php/ArsBrevis/article/view/87836/142383>
- Correal, F. (2008). La radio que quieren los vecinos. *El Diario de Sevilla*. <http://www.diariodesevilla.es/article/sevilla/229389/la-radio/quieren/los/vecinos.html>
- Correa, A. (2022, Abril). La moda sostenible (y el consumo responsable) tienen un problema con las redes sociales. *Vogue*. <https://www.vogue.es/moda/articulos/moda-sostenible-problema-redes-sociales-consumo-fast-fashion>
- Correa, A. (2022). El mensaje de ‘And Just Like That’ es que cuides a tus amigas. *Vogue*. <https://www.vogue.es/living/articulos/and-just-like-that-mensaje-cuidar-amigas>
- Correa, A. (2022). De Cassie Howard, de ‘Euphoria’, a Carrie Bradshaw: ¿qué significa vestirse para el mundo o para una misma? *Vogue*. <https://www.vogue.es/moda/articulos/cassie-howard-euphoria-carrie-bradshaw-vestir-para-hombres-o-una-misma>
- Europa Press. (2021). Guillermo Busutil, Premio Nacional Periodismo Cultural: «Nuestro trabajo está en precariedad absoluta, en el alambre». *EuropaPress.es*. <https://www.europapress.es/cultura/exposiciones-00131/noticia-guillermo-busutil-premio-nacional-periodismo-cultural-trabajo-precariedad-absoluta-alambre-20210621180804.html>
- Larrondo, P. (2022). El abecedario de la flamenca para ir a la Feria de Abril de Sevilla. *El Diario de Sevilla*. [https://www.diariodesevilla.es/wappissima/moda-flamenca/abecedario-flamenca-feria-abril-sevilla\\_0\\_1676834113.html](https://www.diariodesevilla.es/wappissima/moda-flamenca/abecedario-flamenca-feria-abril-sevilla_0_1676834113.html)
- Larrondo, P. (2022). SIQ Andalucía 2022: La transgresión se adueña de la pasarela en la jornada final de desfiles. *El Diario de Sevilla*. [https://www.diariodesevilla.es/wappissima/actualidad/SIQ-Andalucia-2022-ultima-jornada-desfiles\\_0\\_1672334346.html](https://www.diariodesevilla.es/wappissima/actualidad/SIQ-Andalucia-2022-ultima-jornada-desfiles_0_1672334346.html)
- Manzano, L. (2014). Moda sostenible y hábitos de consumo. Universidad de Sevilla. Grado en Periodismo. Recuperado a partir de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/29430/Moda%20sostenible%20y%20h%C3%A1bitos%20de%20consumo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Riaño, P. (2021). Guillermo Busutil, Premio Nacional de Periodismo Cultural: “No tengo contrato”. *elDiario.es*. [https://www.eldiario.es/cultura/guillermo-busutil-premio-nacional-periodismo-cultural-no-contrato\\_1\\_8059883.html](https://www.eldiario.es/cultura/guillermo-busutil-premio-nacional-periodismo-cultural-no-contrato_1_8059883.html)
- Ufarte Ruiz, M.J. (2014). El periodismo andaluz en la ola 3.0. Andalucía ante el futuro del periodismo y el desafío del mundo digital. *Andalucía ante el futuro del periodismo y el desafío del*

*mundo digital* (pp. 33-42). [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/97373/  
librodef-33-42.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/97373/librodef-33-42.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

