

# PODCAST DAYS E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: EL FUTURO DE UN SECTOR EN AUGE SE DEBATE LOS DÍAS 26 Y 27 DE OCTUBRE EN EL COAM



QUE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) ESTÁ REVOLUCIONANDO EL MUNDO NO ES NINGÚN SECRETO. SUS INNUMERABLES APLICACIONES Y LA RÁPIDA EVOLUCIÓN QUE ES CAPAZ DE EXPERIMENTAR EN TIEMPO RÉCORD, ESTÁ GENERANDO OLEADAS DE SEGUIDORES PERO TAMBIÉN MUCHAS VOCES DISCORDANTES QUE INTENTAN ADVERTIR DEL PELIGRO QUE PUEDE SUPONER SU MALA APLICACIÓN O LA AUSENCIA DE REGULACIÓN AL RESPECTO. PERO, EN CONCRETO, ¿QUÉ EFECTOS ESTÁ TENIENDO SU APLICACIÓN EN EL SECTOR DEL PODCASTING? ESTE SERÁ UNO DE LOS TEMAS CENTRALES QUE OCUPARAN MESAS REDONDAS, DEBATES Y CHARLAS EN PODCAST DAYS, EL EVENTO DE REFERENCIA DEL PODCASTING EN ESPAÑOL QUE SE LLEVARÁ A CABO LOS DÍAS 26 Y 27 DE OCTUBRE DE 2023 EN EL COLEGIO OFICIAL DE ARQUITECTOS DE MADRID (COAM).

Según datos de PODCAST INDEX, directorio de podcast en código abierto, a día de hoy ya existen más de 4 millones de podcast en el mundo. Una cifra que aumenta día a día. Cuando hablamos de Podcasts e Inteligencia Artificial (IA), nos estamos refiriendo a dos sectores de nueva generación que están experimentando una evolución vertiginosa con multitud de aplicaciones, tantas, que en muchos casos escapan al conocimiento del común de los mortales. Sin embargo, la aplicación de la IA en el sector del Podcasting ha abierto un

abánico de oportunidades en lo que a la creación de contenidos se refiere, pero también ha dado pie a un serio debate sobre si en algún momento podrá sustituir completamente a la creación y producción “humana” de los mismos. David Mulé, director de La Constante, y Rubén Galgo, director de BrandStocker, dos profesionales con un amplio bagaje en el sector del podcast, decidieron hace cuatro años lanzarse a diseñar un evento que aglutinase a los principales actores del mundo del podcast en español, creando un espacio abierto perfecto para conectar e impulsar profesionales y empresas de un sector en auge. Este año, Podcast Days celebra su cuarta edición los días 26 y 27 de octubre en el COAM y, como no podía ser de otra manera, una gran parte de sus contenidos girarán en torno a las innumerables aplicaciones de IA, así como las ventajas y peligros de su uso.

“Es innegable que la IA está transformando la forma en la que se crea y consume contenido de audio”, afirma David Mulé, “a día de hoy ya existen muchas herramientas que contribuyen a facilitar su producción y creación, y suponen una excelente solución a trabas de comunicación que, sin su aplicación, requieren de muchas horas de trabajo para poder solventarlas y trasladar un mensaje claro”. Por ejemplo, ya existen aplicaciones que realizan transcripciones automáticas y de gran calidad de voz a texto, permitiendo al interlocutor centrarse en la conversación sin preocuparse por posibles errores de transcripción. En el caso de los podcasts que tienen oyentes de diferentes nacionalidades, la IA también permite solucionar de forma automática errores de traducción al momento, permitiendo que se entienda el contenido de forma clara en cualquier idioma.

Sin embargo, uno de los temas que más debate está despertando es la inclusión de las voces sintéticas en la creación de contenidos. “Las voces sintéticas están suponiendo un gran avance en eficiencia y eficacia tanto en tiempos como en costes”, afirma Rubén Galgo, “del mismo modo que representan una ayuda en momentos o situaciones en los que una persona no puede leer o pronunciar bien, también hay muchos oyentes que se sienten incómodos escuchándolas porque, dicen, carecen de emoción y expresividad”.

Ambos coinciden en que son indudables los beneficios que representa esta nueva tecnología para enviar un mensaje claro en el menor tiempo posible, sin embargo, es importante realizar una aplicación ética para que su uso no implique ninguna discriminación.

Ya existen programas producidos, diseñados y locutados por IA, como es el caso de “Synthetic Stories”, programa que no sólo desarrolla su propio guion y efectos de sonido, sino que reproduce sus historias con voces clonadas de presentadores famosos; o el programa “Hackers News Recap” que ofrece resúmenes diarios de noticias sacadas del foro de noticias con el mismo nombre. Sin embargo, para la audiencia, aquí reside la gran diferencia. En los sectores como los boletines de noticias puede bastar una locución de IA ya que su éxito reside en poder de ofrecer información de forma constante y automática pase lo que pase, pero el negocio de los podcast no se basa en los datos, sino en la experiencia y la conversación.

Si algo resulta innegable es que la IA permite aplicar una altísima precisión en el análisis de datos, lo que permite que algunas herramientas ya sean capaces de evaluar el contexto de los diferentes episodios y decidir que marca de anunciantes puede encajar mejor con esa audiencia concreta. Una opción que permitirá sacar el máximo partido a la rentabilidad de los anunciantes.

## **SOBRE PODCAST DAYS**

Cada vez son más las personas interesadas por desarrollarse en el mundo del Podcasting, un sector que ha crecido exponencialmente en los últimos años y que está despertando el interés de una gran cantidad de aficionados a esta nueva forma de consumir contenidos. PODCAST DAYS, el evento anual de referencia del podcasting en español, representa un espacio perfecto de inmersión para aquellos que buscan conocer desde dentro el ecosistema de este sector en auge. Un evento que durante dos días permitirá conocer de cerca a todos los actores de la industria del Podcast, asistir a talleres y charlas de los mejores profesionales y plataformas del momento, y por supuesto, establecer una importante red de contactos para inspirarse y crecer en este mundo.

El mundo del podcasting ha dado lugar a nuevas empresas y grandes plataformas que ofrecen una amplia variedad de contenidos. En 2018, nació PODCAST DAYS, un evento que reúne a los mejores profesionales del podcasting para compartir conocimientos, analizar las tendencias del mercado y descubrir nuevas oportunidades. Cuatro años más tarde, se ha convertido en el encuentro de referencia para las principales empresas del sector en España. Este evento está diseñado para aquellos que ya están inmersos en la industria del podcast y desean compartir su experiencia y conocer a otros actores del sector, así como para aquellos que ven una posible oportunidad profesional en el podcasting y quieren profundizar en su funcionamiento para poder crecer e inspirarse.

El evento estará dividido en tres zonas principales. La “Zona Conecta” será un espacio dedicado al networking entre podcasters, plataformas, marcas y oyentes; la “Zona Impulsa” será el espacio donde se potenciará a profesionales, marcas y podcast; y la “Zona Inspira” será el lugar donde los asistentes que se estén iniciando en el mundo del podcasting podrán descubrir hasta dónde puede llegar su propósito de la mano de grandes genios.

La preventa de entradas ya está disponible en la web de PODCAST DAYS para todos aquellos que quieran asegurar su participación en este evento de referencia dedicado a conocer en profundidad el ecosistema del podcasting en español. Existen dos tipos de entradas: una **básica**, que incluye acceso a la zona expositiva, un café con... tu podcaster favorito, coffe break y networking, y cóctel y networking; y otra para **profesionales** que ofrece servicios ampliados para poder participar en mesas redondas, casos de éxito,

talleres, Pod Talent, Podcast Lab y fiesta Pizza&Beer, además de los mencionados anteriormente.

Así es cómo PODCAST DAYS se convierte en un punto de encuentro tanto para profesionales como para aficionados del podcasting en España, quienes podrán tomar ideas de casos de éxito y conocer las últimas tendencias del sector en un evento que, además, está comprometido con la sostenibilidad, con severos compromisos en cuanto a movilidad, contribución social, gestión de residuos, consumos y sensibilización para minimizar su impacto negativo en el medioambiente y promover un impacto social positivo.

Además, para el diseño del evento se han tenido en cuenta los estándares más exigentes en cuanto a sostenibilidad, entendiéndola desde una perspectiva de equilibrio entre el crecimiento de la economía, el respeto al medioambiente y el bienestar social. Para ello se han tomado decisiones en cuanto a movilidad, contribución social, residuos, consumos y sensibilización, en el prediseño del evento para minimizar su impacto negativo y, en la medida de lo posible, promover un impacto positivo.

Detrás de este proyecto se encuentran grandes profesionales del sector como los productores David Mulé (La Constante) y Rubén Galgo (BrandStocker) y Laura Alonso que aporta su know how como Event Manager de Impact Hub Madrid, quien velará por organizar un evento 100% sostenible.

**PODCAST**  
DAYS

PRENSA Y COMUNICACIÓN  
THE APARTMENT Strategic Communication

Tania Navarrete • [tania@theapartment.es](mailto:tania@theapartment.es)