

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

**La producción independiente de podcast narrativos no ficción
en Iberoamérica: nuevos modelos de creación, financiación y
relación con la audiencia**

**The independent production of non-fiction narrative podcasts
in Ibero-America : new models of creation, financing and
relationship with the audience**

**A produção independente de podcasts narrativos de nao-
ficção na Ibero-America: novos modelos de criação,
financiamento e relação com os ouvintes**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Raúl Antonio Rodríguez Ortiz

Director

Manuel Ángel Fernández Sande

Madrid

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



**UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID**

TESIS DOCTORAL

**LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE DE PÓDCAST NARRATIVOS NO FICCIÓN EN
IBEROAMÉRICA: NUEVOS MODELOS DE CREACIÓN, FINANCIACIÓN Y
RELACIÓN CON LA AUDIENCIA**

**THE INDEPENDENT PRODUCTION OF NON-FICTION NARRATIVE PODCASTS IN
IBERO-AMERICA: NEW MODELS OF CREATION, FINANCING AND RELATIONSHIP
WITH THE AUDIENCE**

**A PRODUÇÃO INDEPENDENTE DE PODCASTS NARRATIVOS DE NÃO-FICÇÃO NA
IBERO-AMERICA: NOVOS MODELOS DE CRIAÇÃO, FINANCIAMENTO E
RELAÇÃO COM OS OUVINTES**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

Presentada por:

Raúl Antonio Rodríguez Ortiz

Director:

Manuel Ángel Fernández Sande

Madrid, 2024

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



**UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID**

TESIS DOCTORAL

**LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE DE PÓDCAST NARRATIVOS NO FICCIÓN EN
IBEROAMÉRICA: NUEVOS MODELOS DE CREACIÓN, FINANCIACIÓN Y
RELACIÓN CON LA AUDIENCIA**

**THE INDEPENDENT PRODUCTION OF NON-FICTION NARRATIVE PODCASTS IN
IBERO-AMERICA: NEW MODELS OF CREATION, FINANCING AND RELATIONSHIP
WITH THE AUDIENCE**

**A PRODUÇÃO INDEPENDENTE DE PODCASTS NARRATIVOS DE NÃO-FICÇÃO NA
IBERO-AMERICA: NOVOS MODELOS DE CRIAÇÃO, FINANCIAMENTO E
RELAÇÃO COM OS OUVINTES**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PROGRAMA DE DOCTORADO EN PERIODISMO

Presentada por:

Raúl Antonio Rodríguez Ortiz

Director:

Manuel Ángel Fernández Sande

Madrid, 2024

AGRADECIMIENTOS

A cada una de las entrevistadas y entrevistados de los pódcast independientes, con quienes tuve largas e interesantes charlas sobre sus procesos de creación y producción.

A mi profesor guía, por sus palabras y consejos asertivos y certeros, durante todo el proceso de investigación y escritura.

A la profesora tutora de la Universidad de Porto, Ana Isabel Reis, quien fue un apoyo y guía fundamental durante mi estancia de investigación en Portugal.

A Cristóbal Allende, Oriol Serrano y Paola Irazábal.

DEDICATORIAS

A mis padres, quienes desde algún lugar me cuidan y me iluminan en este proceso.

A mis hermanos, cuñado y sobrinos.

A los 25 entrevistados para esta investigación, quienes demuestran creatividad, arrojo e ingenio para sacar adelante sus proyectos, con un compromiso social a toda prueba y que contribuyen, sin duda, a un mejor periodismo y comunicación (sonora).

ÍNDICE TEMÁTICO

I.	RESÚMENES	
1.	Resumen en español.....	15
2.	Resumen en inglés.....	17
3.	Resumen en portugués.....	19
II.	INTRODUCCIÓN	21
2.1.	El aumento del consumo online.....	21
2.2.	Los medios frente al podcast.....	22
2.3.	El “boom”	25
2.4.	Pero ¿qué tipo de podcast se consumen?.....	25
2.5.	El podcast narrativo independiente en Iberoamérica.....	26
III.	ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	29
3.1.	El podcast como industria.....	29
3.1.1.	De las plataformas a incentivos y alianzas dentro de la industria.....	32
3.2.	Podcast como objeto de estudio.....	37
3.2.1.	Del podcast al podcast independiente.....	39
3.3.	Podcast narrativo como espacio de producción.....	43
3.4.	Planteamiento del problema.....	47
IV.	OBJETIVOS.....	50
4.1.	Objetivos principales	
4.2.	Objetivos secundarios	
V.	MARCO TEÓRICO.....	51
5.1.	El podcast narrativo.....	52
5.1.1.	Consideraciones para una definición del podcast narrativo.....	52
5.1.2.	Antecedentes de las narrativas de no ficción.....	54
5.1.3.	Características del podcast narrativo.....	59
5.1.3.1.	El podcast narrativo dentro de los macrogéneros.....	59

5.1.3.2.	Lo narrativo documental como investigación periodística.....	61
5.1.3.3.	<i>True crime</i>	64
5.1.3.3.1.	¿Y cuándo fue el salto al podcast?.....	66
5.1.3.4.	Los subgéneros del podcast narrativo.....	69
5.2.	Podcast independiente.....	73
5.3.	Podcast como industria.....	80
5.3.1.	La amalgama -o no- entre la industria de la radio y el podcast.....	81
5.3.2.	Una industria del audio.....	84
5.4.	Dimensiones del proceso productivo del podcast narrativo de no ficción.....	87
5.4.1.	Narrativas sonoras.....	88
5.4.1.1.	Estructura narrativa.....	89
5.4.1.2.	Género de autor.....	94
5.4.1.3.	El foco en los oyentes y lo transmedia.....	96
5.4.2.	Producción.....	99
5.4.2.1.	De las etapas a los pasos a seguir.....	100
5.4.3.	Estética sonora.....	110
5.4.3.1.	Diseño sonoro.....	111
5.4.3.1.1.	La contribución de la ficción para un diseño sonoro en la no ficción.....	114
5.4.3.2.	Diseño musical.....	116
5.4.3.3.	Experiencias de diseño sonoro.....	119
5.4.4.	Financiación y monetización.....	122
5.4.4.1.	Financiamiento.....	127
5.4.4.1.1.	<i>Crowdfunding</i> o micromecenazgo.....	130
5.4.4.1.2.	Producciones para plataformas y <i>branded podcast</i>	132
5.4.4.1.3.	Subvenciones.....	134
5.4.4.2.	Monetización.....	135

5.4.4.2.1.	Publicidad.....	138
5.4.4.2.2.	Suscripción.....	140
5.4.4.2.3.	Venta de derechos y promoción cruzada.....	144
5.4.4.2.4.	Mirando hacia el futuro.....	145
5.4.5.	Publicación, distribución y relación con las audiencias.....	147
5.4.5.1.	De la participación al compromiso activo.....	148
5.4.5.2.	Estrategias de medios y redes sociales.....	154
VI.	METODOLOGÍA.....	164
6.1.	Introducción.....	164
6.1.1.	Las tres etapas del diseño metodológico.....	165
6.1.2.	¿Por qué se han elegido la entrevista y el análisis de contenido?.....	167
6.2.	Investigación previa.....	169
6.3.	Muestra de pódcast iberoamericanos.....	171
6.3.1.	Descripción general de los criterios de selección.....	175
6.3.1.1.	Primer criterio de selección.....	176
6.3.1.2.	Segundo criterio de selección.....	177
6.3.1.3.	Tercer criterio de selección.....	180
6.4.	Técnicas de recogida de información.....	188
6.4.1.	Análisis de contenido.....	188
6.4.2.	Entrevista semi estructurada	207
VII.	RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	219
7.1.	Narrativas sonoras.....	220
7.1.1.	Cómo definen su pódcast.....	221
7.1.2.	Motivaciones de los productores.....	226
7.1.2.1.	Motivaciones e intereses.....	226
7.1.2.2.	Perspectiva de autor.....	231
7.1.3.	Temas tratados.....	235
7.1.4.	Estructuras narrativas.....	240
7.1.5.	Recursos narrativos.....	248
7.1.5.1.	Otros recursos narrativos.....	251
7.1.6.	Narración.....	256
7.1.7.	Géneros, técnicas y herramientas.....	258

7.2.	Cadena de producción.....	270
7.2.1.	Preproducción.....	274
7.2.2.	Producción.....	276
7.2.2.1.	Estrategias de producción y trabajo en terreno.....	279
7.2.3.	Sonido, montaje y postproducción.....	282
7.2.3.1.	Tiempos de producción.....	284
7.2.4.	Publicación y distribución.....	287
7.3.	Estética sonora.....	293
7.3.1.	La construcción de la sonoridad en los podcast narrativos.....	293
7.3.2.	Elementos del diseño sonoro.....	299
7.3.2.1.	Recursos sonoros.....	299
7.3.2.2.	Diseño musical.....	302
7.3.2.2.1.	Función de los recursos sonoros y la música.....	305
7.3.2.2.1.1.	Función de los recursos sonoros.....	305
7.3.2.2.1.2.	Función de la música.....	307
7.4.	Financiamiento y monetización.....	314
7.4.1.	Costos de producción de un podcast narrativo independiente.....	316
7.4.2.	Formas y estrategias de financiamiento del podcast narrativo independiente.....	322
7.4.3.	Mecanismos de monetización	333
7.5.	Publicación, distribución y relación con las audiencias.....	342
7.5.1.	Promoción del podcast.....	342
7.5.2.	Publicación y frecuencia de publicación.....	346
7.5.3.	Formación de audiencias.....	353
7.5.3.1.	Estrategia de redes sociales.....	362
7.5.4.	Relación e interacción con las audiencias.....	367
7.6.	Estado del podcast narrativo independiente.....	375
7.6.1.	Características actuales.....	375
7.6.2.	Obstáculos para el podcast narrativo independiente.....	378
7.6.3.	Desafíos del podcast narrativo de no ficción.....	382
VIII.	CONCLUSIONES.....	387
	Conclusiones en español.....	387
8.1.	Narrativas sonoras.....	390
8.2.	Producción.....	396
8.3.	Estética sonora.....	401

8.4.	Financiación y monetización.....	405
8.5.	Publicación, distribución y relación con las audiencias.....	408
8.6.	Estado del podcasting independiente.....	412
8.7.	Limitaciones y proyecciones.....	414
8.8.	Guía para la producción del pódcast narrativo independiente.....	416
	Conclusiones en portugués.....	427
IX.	BIBLIOGRAFÍA.....	467
X.	ANEXOS.....	497

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N°1	Erick Yáñez, productor de <i>Cuir</i> (México).....	222
Imagen N°2	Sebastián Ortega, investigador de <i>Fugas</i> (Argentina).....	223
Imagen N°3	Portada y acceso al sitio de <i>Praia dos Ossos</i> (Brasil).....	227
Imagen N°4	Portada y acceso al sitio de <i>La historia es ayer</i> (España).....	229
Imagen N°5	Martín Parodi, productor artístico de <i>La segunda muerte del dios punk</i> (Argentina).....	233
Imagen N°6	Acceso a una <i>playlist</i> con 17 episodios seleccionados por los mismos productores.....	238
Imagen N°7	Juan Serrano, director de <i>Un periódico de ayer</i> (Colombia).....	242
Imagen N°8	Portada y acceso al sitio de Relato Nacional (Chile).....	245
Imagen N°9	Catarina Reis, productora de <i>Sons de Lisboa</i> (Portugal).....	247
Imagen N°10	Ricardo Terto, productor de <i>Até que se prove o contrário</i> (Brasil).....	255
Imagen N°11	Portada y acceso a playlist del pódcast en Spotify (Perú).....	257
Imagen N°12	María Court, codirectora y voz de <i>El estallido de las cosas</i> (Chile).....	261

Imagen N°13 Aitor Lagunas, director de <i>Brazalete negro</i> y editor de <i>Panenka podcast</i> (España).....	266
Imagen N°14 Patxi Belyeu, director y productor de <i>Si no sabéis de mí</i> (España).....	271
Imagen N°15 Portada y acceso al micrositio de <i>Brazalete negro</i> (España).....	273
Imagen N°16 Maju Carrión, productora de <i>Transhistorias de cuidados</i> (Perú).....	275
Imagen N°17 Portada y acceso al sitio de <i>Cartagena federal</i> (Colombia).....	278
Imagen N°18 Portada y acceso al micrositio de <i>Até que se prove o contrário</i> (Brasil).....	280
Imagen N°19 Yissel Ibarra, productora de <i>Así como suena</i> (México).....	283
Imagen N°20 Portada y acceso al micrositio de <i>Fugas</i> (Argentina).....	289
Imagen N°21 Lais Lifschitz, diseñadora y montajista de <i>Praia dos Ossos</i> (Brasil).....	296
Imagen N°22 Portada y acceso micrositio de <i>110 histórias, 110 objetos</i> (Portugal).....	300
Imagen N°23 Portada y acceso a micrositio de <i>El estallido de las cosas</i> (Chile).....	304
Imagen N°24 Portada y acceso al micrositio de <i>Un periódico de ayer</i> (Colombia)...	306
Imagen N°25 Pedro Espinosa, productor creativo de <i>Cartagena federal</i> (Colombia).....	308
Imagen N°26 Bernardo Afonso, diseñador sonoro de <i>Segurança privada, exército de precários</i> (Portugal).....	309
Imagen N°27 Marcus Hurst, director y productor de <i>La historia es ayer</i> (España).....	311
Imagen N°28 Sebastián Duque, director de producción de <i>Cartagena federal</i> (Colombia).....	317
Imagen N°29 Portada y acceso a micrositio de <i>La Segunda muerte del dios punk</i> (Argentina).....	319
Imagen N°30 Tomás Pérez Vizzón, director de <i>Fugas</i> (Argentina).....	324

Imagen N°31 Portada y acceso al sitio de <i>Así como suena</i> (México).....	327
Imagen N°32 Pedro Miguel Santos, investigador de <i>Segurança privada, exército de precários</i> (Portugal)	332
Imagen N°33 Marta Salicrú, productora ejecutiva de <i>Brazalete negro</i> (España)....	336
Imagen N°34 Branca Vianna, productora de <i>Praia dos Ossos</i> (Brasil).....	339
Imagen N°35 Nancy Castillo, directora de <i>Relato nacional</i> (Chile).....	343
Imagen N°36 Premio CLAP 2021 al micrositio de <i>Praia dos Ossos</i> (Brasil).....	344
Imagen N°37 Portada y acceso al micrositio de <i>Cuir</i> (México).....	347
Imagen N°38 Joana Lobo, coordinadora de <i>110 histórias, 110 objetos</i> (Portugal)..	349
Imagen N°39 Nicolás Maggi, productor de <i>La segunda muerte....</i> (Argentina).....	355
Imagen N°40 Marco Antonio Gonçalves, productor de <i>110 histórias, 110 objetos</i> (Portugal).....	361
Imagen N°41 Portada y acceso a micrositio de <i>Si no sabéis de mí</i> (España).....	365
Imagen N°42 Portada y acceso al micrositio de <i>Segurança privada, exército de precários</i> (Portugal).....	368
Imagen N°43 Portada y acceso al micrositio de <i>Sons de Lisboa</i> (Portugal).....	372
Imagen N°44 Carlos Puig, director de <i>Así como suena</i> (México).....	376

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 Aspectos clave de las diferentes etapas de producción.....	109
Tabla N°2 Guía para elaborar una estrategia de medios y redes sociales para promocionar tu pódcast.....	160
Tabla N°3 Consumo de pódcast en los países seleccionados.....	170
Tabla N°4 Listado de pódcast seleccionados.....	181

Tabla N°5 Ficha de registro, descripción y análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica.....	191
Tabla N°6 Episodios de podcast narrativos independientes analizados.....	201
Tabla N°7 Pauta de entrevistas a productores de podcast narrativos independientes de Iberoamérica.....	208
Tabla N°8 Entrevistados de cada podcast narrativo independiente.....	214
Tabla N°9 Ejemplo de codificación.....	217
Tabla N°10 Las temáticas que tratan los 17 podcast narrativos de no ficción independientes.....	225
Tabla N°11 <i>Playlist</i> ordenada por país, en orden alfabético.....	238
Tabla N°12 Costos de producción por episodio y temporada o proyecto.....	320
Tabla N°13 Mecanismos de financiación de los 17 podcast narrativos de no ficción independientes.....	329
Tabla N°14 Frecuencia de publicación de los 17 podcast estudiados.....	351
Tabla N°15 Podcast escuchados, según género.....	356
Tabla N°16 Rangos etarios de los oyentes de podcast.....	359
Tabla N°17 Guía para el desarrollo del podcast narrativo de no ficción	418

ÍNDICE DE INFOGRAFÍAS Y GRÁFICOS

Infografía N°1 Géneros, subgéneros, técnicas y herramientas en el podcast narrativo de no ficción.....	73
Infografía N°2 Principios fundamentales y dimensiones de la producción del podcast narrativo de no ficción independiente.....	417
Gráfico N°1 Número de capítulos, según el tipo de historia.....	236
Gráfico N°2 Formato de producción de acuerdo con la historia tratada.....	240

Gráfico N°3: Estructuras narrativas utilizadas por los podcast narrativos independientes iberoamericanos.....	243
Gráfico N°4 Recursos narrativos utilizados por los 17 podcast iberoamericanos.....	249
Gráfico N°5 Técnicas narrativas.....	251
Gráfico N°6 Tipo de narrador.....	253
Gráfico N°7 Clasificación por principal género al que pertenecen los 17 podcast.....	258
Gráfico N°8 Subgéneros utilizados en los 17 podcast narrativos de no ficción independientes.....	260
Gráfico N°9 Uso de herramientas y técnicas en los podcast narrativos independientes.....	263
Gráfico N°10 Tiempo de duración promedio de cada podcast, de acuerdo con los episodios analizados.....	286
Gráfico N°11 Duración promedio de los podcast de acuerdo con rangos de tiempo.....	287
Gráfico N°12 Calidad sonora de las producciones de podcast narrativos independientes.....	298
Gráfico N°13 Producción de música en el podcast narrativo de no ficción.....	303
Gráfico N°14 Función de los recursos y efectos sonoros.....	306
Gráfico N°15 Función de la música dentro de los podcast narrativos	310
Gráfico N°16 Menciones y publicidad en los 103 episodios de podcast narrativos independientes.....	337
Gráfico N°17 Plataformas de publicación de los 17 podcast estudiados.....	347
Gráfico N°18 Principales redes sociales utilizados por los 17 podcast.....	363
Gráfico N°19 Estrategias de vinculación directa con la audiencia del podcast.....	371

I. RESÚMENES

La producción independiente de podcast narrativos de no ficción en Iberoamérica: nuevos modelos de creación, financiación y relación con la audiencia

RESUMEN

La expansión del podcast ha motivado la diversificación de las narrativas sonoras, más allá de las utilizadas usualmente en la radio. Los podcast conversacionales copan gran parte de la oferta, pero también los de ficción y narrativos de no ficción se van colando cada vez con más fuerza. El radioteatro clásico reconvertido en ficción sonora vive una nueva etapa, desde mediados de la década pasada, mientras las historias reales que recoge el podcast narrativo de no ficción seducen a las audiencias por el carácter de aquellas, la forma de contarlas y sus cuidados diseños sonoros. Por ello se pondrá el foco, en esta tesis doctoral, en este tipo de podcast, los que se nutren del periodismo, pero van más allá de él, proponiendo, por ejemplo, narrativas más personales o nuevas formas de concebir el *true crime* norteamericano, por medio de una escucha inmersiva y que sorprende sonoramente.

A partir de ello se plantea el objetivo de describir el escenario del podcast narrativo iberoamericano, a través de 17 podcast de ocho países de la región. Específicamente se analiza toda la cadena productiva y de valor de estos podcast, de manera de conocer las narrativas sonoras, producción, estética, financiación y monetización, y publicación, distribución y relación con las audiencias. Por medio de una metodología mixta, que incluye 23 entrevistas a los creadores, productores y/o diseñadores sonoros, y un análisis de contenido de 103 episodios de estos podcast se representa este sector independiente, que hasta ahora no ha sido abordado profundamente. Los resultados y conclusiones son estimulantes, toda vez que permiten imaginar una nueva manera de entender lo independiente; las temáticas personales e históricas cruzan el interés de estos podcast; las narrativas son variadas, combinando lo clásico con nuevas formas de contar; y las estéticas sonoras son cuidadas e inmersivas. La financiación y la monetización siguen siendo un pendiente y un desafío, mientras las formas de vincularse con las audiencias están superando el online, a través de presentaciones en vivo -o *lives*-, y se producen nuevas historias, a partir de las propuestas o colaboración

de los miembros de sus comunidades. En definitiva, una apuesta por un modelo, que no centra su preocupación en la financiación, sino más bien en la creación, en el tipo de historia que se narra, y en la relación con los oyentes.

The independent production of non-fiction narrative podcasts in Ibero-america: new models of creation, financing and relationship with the audience

ABSTRACT

The expansion of the podcast has motivated the diversification of sound narratives, beyond those usually used on the radio. Conversational podcasts take up a large part of the offer, but fiction and narrative podcasts are also creeping in with more and more force. The classic radio drama converted into sound fiction has been experiencing a new stage, since the middle of the last decade, while the real stories collected by the narrative nonfiction podcast seduce audiences due to the nature of the stories, the way they are told and their careful sound designs. For this reason, the focus will be placed, in this doctoral thesis, on this type of podcasts, which are nourished by journalism, but go beyond it, proposing, for example, more personal narratives or new ways of conceiving the american true crime, through an immersive listening that surprises sonically.

From this, the objective of describing the scenario of the Ibero-American narrative podcast is set, through 17 podcasts from 8 countries in the region. Specifically, the entire productive and value chain of these podcasts is analyzed, in order to know the sound narratives, production, aesthetics, financing and monetization processes, and publication, distribution and relationship with the audiences. Through a mixed methodology, which includes 23 interviews with creators, producers and/or sound designers, and a content analysis of 103 episodes of these podcasts, this independent sector is represented, which until now has not been deeply addressed. The results and conclusions are stimulating, since they allow us to imagine a new way of understanding independence; personal and historical themes cross the interest of these podcasts; the narratives are varied, combining the classic with new ways of telling; and the sound aesthetics are careful and immersive. Financing and monetization continue to be a pending and a challenge, while the ways of connecting with audiences are surpassing online, through live presentations -or lives-, and new stories that are produced from proposals or collaboration of the members of their communities. In short, a

commitment to a model that does not focus its concern on financing, but rather on creation, the type of story that is told and the relationship with listeners.

A produção independente de podcasts narrativos de não-ficção na ibero-américa: novos modelos de criação, financiamento e relação com os ouvintes

RESUMO

A expansão do podcast motivou a diversificação de narrativas sonoras, além daquelas habitualmente utilizadas nas rádios. Os podcasts conversacionais ocupam uma grande parte da oferta, mas também os podcasts de ficção e narrativos de não ficção estão a entrar cada vez mais fortemente. O radiodrama clássico convertido hoje em ficção sonora vive uma nova etapa, desde meados da década passada, enquanto as histórias reais recolhidas pelo podcast narrativo de não ficção seduzem o público pelo caráter das aquelas, pela forma como são contadas e pelos seus cuidadosos desenhos sonoros. Por isso, o foco será colocado, nesta tese de doutoramento, neste tipo de podcasts, que se alimentam do jornalismo, mas vão além dele, propondo, por exemplo, narrativas mais pessoais ou novas formas de conceber o *true crime* americano, através de uma escuta imersiva e que surpreende sonoramente.

A partir disso, o objetivo é descrever o cenário do podcast narrativo ibero-americano, através de 17 podcasts de 8 países da região. Especificamente, toda a cadeia de produção e valor destes podcasts é analisada, de forma de conhecer as narrativas sonoras, produção, estética sonora, financiamento e rentabilização, e publicação, distribuição e relacionamento com as audiências de. Através de uma metodologia mista, que inclui 23 entrevistas a criadores, produtores e/ou sound designers, e uma análise de conteúdo de 103 episódios destes podcasts, está representado este setor independente, que até agora não foi profundamente abordado. Os resultados e conclusões são estimulantes, pois permitem imaginar uma nova forma de entender o independente; temas pessoais e históricos cruzam o interesse destes podcasts; as narrativas são variadas, combinando o clássico com novas formas de contar; e a estética sonora é cuidadosa e imersiva. O financiamento e a monetização continuam a ser uma pendência e um desafio, enquanto as formas de se conectar com o público estão indo além do online, através de shows ao vivo e novas histórias que são produzidas a partir das propostas ou colaboração dos membros de suas comunidades. Em suma, um

compromisso com um modelo, que não centra a sua preocupação no financiamento, mas sim na criação, no tipo de história que é contada e na relação com os ouvintes.

II. INTRODUCCIÓN

Gracias a la penetración del pódcast, el ecosistema sonoro vive un excelente momento para la creación y desarrollo de proyectos pensados para el espacio digital. Esto se confirma tanto a través del consumo online, en general, como del audio y de los pódcast, en particular. Varios estudios, que son complementarios, nos permiten comprender la evolución del mundo digital, de manera especial en la “audiosfera” (Bachura-Wojtasik, 2018) y en el pódcast.

En este formato -y en específico en el pódcast narrativo de no ficción independiente, como explicaremos en breve- pondremos el foco de esta investigación realizada en ocho países iberoamericanos: Argentina, Brasil Chile, Colombia, España, México, Perú y Portugal, cuyos mercados están hoy en día en crecimiento y son considerados relevantes en el principal informe de consumo digital, como es *Digital News Report*¹. De este modo podremos una visión panorámica de este tipo de pódcast en español y en portugués.

2.1. El aumento del consumo online

La pandemia del coronavirus fue un acelerador del consumo digital en todo el mundo. Influenciados por el confinamiento, los usuarios de internet crecieron un 4%, en 2022, alcanzando casi 5 mil millones de personas. Esto representa el doble de hace una década, según el informe de We Are Social (2022). En dispositivos móviles, los usuarios alcanzaron, a inicios de ese año, al 67,1% de la población, con 95 millones de nuevos cibernautas en los últimos 12 meses. Una cifra récord, cuyo estudio por lo demás incluye redes sociales, las que incrementaron su consumo, notablemente, en 10% interanual.

En Iberoamérica, podemos ver una evolución en los últimos cuatro años con altas tasas de crecimiento en el consumo móvil en Argentina, México, Brasil y España, por ejemplo. Según Comscore (2021), Brasil y México sobresalen a nivel mundial por el tamaño de sus audiencias que consumen contenido a través del móvil. Mientras, Perú tuvo el mayor crecimiento regional, de un 10% en su audiencia digital, en el periodo 2019-2021.

¹ En el informe 2021 se incluyeron por primera vez Colombia y Perú, dentro de 46 mercados relevantes, sumándose así a Argentina, Brasil, Chile, España, México y Portugal.

Si bien se está dando la tendencia de la conexión multiplataforma o por distintos dispositivos en países desarrollados, como Estados Unidos y Reino Unido, en América Latina predomina el consumo móvil, a excepción de Argentina que también presenta dicha tendencia (Comscore, 2022). En el consumo digital, enero 2020-enero 2022, los países que registraron mayor alza en el total de minutos de consumo móvil fueron México y Argentina 7%, Brasil 6% y España 3%, principalmente ligado a entretenimiento, que aumentó un 43%. El caso de Brasil resulta impresionante, ya que su consumo de minutos móviles fue del 92%, del total de minutos consumidos en el país. Vale decir, 9 de cada 10 personas, que consumen contenido digital, lo hacen por el móvil y no por el ordenador.

Es decir, el consumo digital móvil es parte fundamental de la vida de las personas, para informarse, entretenerse o acceder a servicios, entre otros fines. Esto resulta muy atractivo para el estudio del podcast, considerando la escucha personalizada, asincrónica y móvil que caracteriza el consumo de este formato de audio.

2.2. Los medios frente al podcast

El bajo interés por informarse a través de los medios tradicionales se viene dando hace varios años. Aun cuando la pandemia moderó aquella tendencia, con mayor consumo de televisión y aplicaciones desde el hogar, el decrecimiento no deja de atenuarse sobre todo en la prensa escrita. Esto ocurre en contraposición con los medios digitales y las redes sociales móviles.

El informe de *Digital News Report* (Newman, 2021) registra una baja importante de los medios impresos. Por ejemplo, en Portugal bajó 20 puntos, del 47% al 27%, entre 2016 y 2021, y 28 puntos en Brasil, de 40% a 12%. Presumiblemente debido a la pandemia aumentó la confianza en las noticias al 44%, 6 puntos más que en el informe de 2020, sin embargo, hay un desinterés por las noticias convencionales. Es decir, se buscan otros medios, otros temas de interés y otras formas de contar, más allá de la noticia dura o clásica, lo que nos llevará al podcast como un medio atractivo para informarse “de otra forma”.

El consumo informativo online, incluyendo las redes sociales, llegó al 78%, según este mismo estudio. El uso de redes sociales móviles para consumir noticias es más popular entre los jóvenes y los estratos educativos más bajos destacando WhatsApp y Telegram, especialmente en los países menos desarrollados. De acuerdo con el estudio *Global Media Outlook Report 2022* (Yougov, 2022), el 42% de los encuestados consumió con mayor frecuencia webs, apps y *streaming* en el último año, mientras el 19% admitió que, en los 12 meses anteriores, escuchó menos radio y consumió un 18% menos de diarios y revistas.

El informe de 2023 de *Digital News Report* confirma estas tendencias, bajando el interés por las noticias de 63% en 2017 a 48% en 2023: “el consumo de medios tradicionales, como la televisión y la prensa escrita, sigue disminuyendo en la mayoría de los mercados, y la caída no se compensa con el consumo online y en redes sociales. Observamos que los consumidores online acceden a las noticias con menos frecuencia que en el pasado, y también muestran menos interés” (Newman, 2023).

En el caso del podcast, el 31% de los consultados en 2021 (Newman, 2021), al igual que en 2020, accedió a un podcast en el último mes, en los 20 países donde el término es conocido, siendo muy popular en España con 38% y Argentina con 29%, que son dos países, entre los ocho considerados en nuestro estudio, que aparecen en esta medición especial.

Aun cuando el podcast cumple 20 años en 2024, su estudio ha sido paulatino. Se cubre hasta ahora el consumo general, de modo más global y regional, y los narrativos y de ficción en menor medida, a través de estudios de casos, como veremos en breve. Más recientemente están siendo foco de interés los podcast de noticias, que han logrado buen rendimiento. Estos “son de especial interés para los medios, porque atraen a usuarios más jóvenes y de mayor poder adquisitivo: un grupo muy demandado por los anunciantes y que, potencialmente, constituye la próxima generación de suscriptores”, señala el informe ejecutivo (Newman, 2021).

Así, por primera vez en 2023 se hace un estudio más pormenorizado de los podcast de noticias a nivel mundial y se propone una clasificación interesante en relación con los podcast documentales o narrativos, que pueden ser útiles para esta investigación, según

trataremos más adelante. “El podcast periodístico continúa resonando entre las audiencias jóvenes y educadas, aunque en general sigue siendo una actividad minoritaria. Alrededor de un tercio (34%) accede a un podcast al mes, y el 12% consume algún programa informativo” (Newman, 2023). Es decir, aumentó de 3 puntos porcentuales el consumo en tres años.

En América Latina, según Comscore (2022), la mitad de los usuarios de Centroamérica y Cono Sur² declaró escuchar podcast el último mes, con una dedicación de 3 horas a la semana. La música, educación, televisión y cine, y tecnología son las temáticas predilectas de los oyentes de podcast en los países sudamericanos. En América Central se mantienen las primeras dos preferencias, y la tecnología queda en el tercero, y deporte y vida sana quedan en el cuarto lugar.

En el caso específico de España, que ha avanzado más en comparación con América Latina, en el estudio de estas “nuevas audiencias” de radio online y de podcast, se da cuenta de una evolución en el consumo (AIMC, 2023; AIMC, 2022): la penetración de la radio es del 54,4% (radio generalista y temática). Esta es la más baja desde el 2012, cuando llegó a 61,9%. En tanto, la radio por internet llegó en 2021 a 7,8% y en 2022 a 10,2%, la más alta registrada a la fecha desde su primera medición en 2010, cuando alcanzó un 2,1% de penetración. Mientras la escucha/descarga de podcast por internet alcanza el 10,8%, de un total de 36.674 usuarios en la web el último mes, en 2022.

Este giro hacia el audio, que sostienen informes más globales como Yugov y *Digital News Report*, regionales como Comscore, y locales, como el de AIMC en España, abre infinitas posibilidades para su estudio cuantitativo y cualitativo, ya que la “audificación” de la que hablábamos copa varios dispositivos y momentos de la vida diaria, como en la casa, en el transporte o en el trabajo: altavoces inteligentes, plataformas de *streaming*, podcast, radio online y aplicaciones, que utilizan la voz o el audio como parte esencial de su oferta o producción.

² Del Cono Sur incluye Paraguay, Uruguay, Argentina, Chile y Ecuador; mientras de Centroamérica Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico y República Dominicana.

2.3. El “boom”

Pese a que las grandes plataformas cada cierto tiempo liberan sus cifras para fines de mercado, estas revelan el alto consumo que tiene el pódcast. Esto ocurre, aun cuando se hable hace varios años de un “boom” del formato, de “la época dorada del pódcast” o que, año a año, se califique a este o al pasado como el “año del pódcast”. Sin embargo, las cifras no desmienten esta tendencia que se ha hecho permanente en los últimos años. Spotify, la popular plataforma sueca de *streaming* de audio, experimentó un aumento de 1,2 mil millones de horas de uso en su aplicación móvil, según datos de 2022 (Comscore, 2023). Mientras en el primer trimestre de ese año, dicha plataforma anunció que alcanzó los 4 millones de pódcast y sostuvo que la generación Z, es decir, aquellos nacidos desde mediados de las década del '90, encuentra en los pódcast un buen refugio (El Espectador, 2022, abril 27).

2.4. Pero ¿qué tipo de pódcast se consumen?

Según el III Informe anual sobre el consumo de pódcast en español, realizado por el Observatorio Ivoox, a partir de una encuesta a más de 3.600 oyentes españoles, los consultados afirmaron que escuchan más pódcast que el año pasado (36,21%) o igual (54,05%). Además, considerando la variable monetización, que es un problema y un desafío a la vez como veremos prontamente, el 58,51% aseguró estar dispuesto a pagar por contenido exclusivo. Su principal motivación para ello sería apoyar económicamente al creador (59,50%). Es decir, el hábito de escucha del oyente español se caracteriza porque “sigue escuchando con frecuencia, está más dispuesto a pagar y es receptivo con la publicidad” (Observatorio Ivoox, 2023).

Los formatos predilectos son el conversacional (52,49%), seguido del narrativo o documental (49,28%) y la entrevista (43,42%), los que se expresan en diferentes temáticas, de las cuales las más populares son el misterio (15,20%), la historia (14,16%) y el humor (9,19%), junto con la temática de noticias y sucesos, que crece al 6,7%, motivado por el true crime.

De forma más significativa en los últimos años, el pódcast narrativo ha enfrentado una expansión importante dentro de la no ficción sonora, tanto en España, según leíamos,

(Observatorio Ivoxx, 2023; Pedrero Esteben et al., 2023) como en Iberoamérica (Podcasteros, 2022; Podcasteros, 2021).

En efecto, en el periodo 2017-2022, los oyentes incrementaron su preferencia por el pódcast narrativo iberoamericano, del 31,95% al 58,34% (Podcasteros, 2022), solo por detrás del de charla y variedades (conversacional) y de entrevistas.

2.5. El pódcast narrativo independiente en Iberoamérica

En base a estos antecedentes del consumo online, que está por sobre los medios offline, y la ampliación y maduración que está viviendo el audio y el pódcast en particular, se abre un mercado de contenidos sonoros incomparable que está siendo atractivo para los oyentes, en especial el pódcast narrativo.

En este ecosistema del podcasting, que se ha complejizado y formalizado en los últimos años (Sullivan, 2020), encontramos desde las radios tradicionales hasta podcasteros independientes, quienes comenzaron este nuevo formato a mediados del 2000 (Godinez Galay, 2015; García Marín, 2020). Estos son un grupo amplio y diverso, que va desde el amateurismo hasta profesionales, quienes han dejado los medios para armar su propio proyecto de pódcast y/o armar su productora independiente. En algunos casos exitosos, son capturados por productoras de pódcast, como Spotify Studios, o hacen alianzas con ellos, sin necesariamente perder su independencia creativa y editorial, como es el caso de Anfibia Pódcast de Argentina, que será parte de nuestro estudio.

A partir de este escenario abierto, desafiante y en transformación, este estudio se dedicará a investigar 17 pódcast narrativos independientes de 8 países de Iberoamérica, buscando a partir de sus narrativas, estéticas sonoras, producción, modos de financiamiento y monetización, y distribución y relación con las audiencias, proponer una guía o modelo creativo y productivo del pódcast independiente de no ficción, que se aprovecha de las cualidades de la nueva etapa, como de la valoración del audio en general y del pódcast en particular. Este se alimenta de las características del oyente digital, que busca, selecciona y escucha cuando quiere y donde quiere. Es decir, un consumo a la carta, móvil, personalizado, asincrónico, inmersivo y conectado a comunidades de escucha en torno al pódcast.

¿Qué es lo que captura a las audiencias del podcast narrativo? ¿Qué temáticas y narrativas sonoras se proponen dentro de una oferta cada vez más hipersegmentada o de nicho? ¿qué lugar tiene el diseño sonoro para enganchar o sumergir al oyente en la historia? ¿Qué modelos de financiación y monetización se ponen en marcha para hacer sostenible estos proyectos? ¿Qué estrategias de distribución y comunicación se están siguiendo para fidelizar audiencias de un podcast independiente de este tipo?

Estas y otras preguntas serán respondidas en la presente tesis doctoral que se divide en cinco grandes apartados. El siguiente capítulo, que corresponde al tercero después de los resúmenes y de esta introducción, presentará los antecedentes de esta nueva etapa que se vive en torno al podcast, los que serán dirigidos principalmente hacia el conocimiento que se tiene de este formato, y del narrativo especialmente. Esto permitirá justificar el planteamiento del problema, en relación con el estado del podcasting independiente en Iberoamérica, considerando los ocho países representativos incluidos en el estudio. El cuarto apartado serán los objetivos generales y específicos, tomando en cuenta todas las dimensiones que abarca la investigación, la que explicará toda la cadena productiva y de valor del podcast narrativo independiente. El quinto estará dedicado al marco teórico y de qué forma este tipo de podcast se plantea como un contenido sonoro de excelencia, hipersegmentado, a la carta y distribuido masivamente logrando seguidores y formando comunidades en torno a él. Para lograr aquello se estudiarán cinco dimensiones, que serán de interés para efectos de este estudio: narrativa, estética, producción, financiación y monetización y distribución y relación con las audiencias, las que conjuntamente permitirán saber cómo se cuenta una historia, cómo se hace, cómo se financia y monetiza, y cómo se publica y distribuye. De esta forma podremos obtener las categorías y subcategorías para el análisis, que serán definidas y operacionalizadas en el marco metodológico, que corresponde al sexto capítulo.

En este apartado se exponen los fundamentos del estudio cualitativo, el diseño muestral, las técnicas e instrumentos de recolección de información. En total se realizaron 23 entrevistas a 25 productores y/o diseñadores sonoros de los 17 podcast de los 8 países iberoamericanos, con quienes se discutió sobre las cinco dimensiones comprendidas en el estudio en relación con su podcast. Además, se hizo un análisis de

contenido de 103 episodios de estos pódcast independientes, que permiten analizar el audio, sus maneras de narrar y sus propuestas sonoras, entre otros aspectos.

El séptimo capítulo estará dedicado a los resultados y discusión del estudio, el que propone una clasificación del pódcast narrativo independiente y exhibe las diferencias y similitudes entre este tipo de producciones. También será tema su dependencia “formativa” de la radio tradicional, o su independencia y exploración de nuevos géneros y formas de contar. A partir de la relación creativa, productiva, de financiación y monetización, y distribución y vinculación con la audiencia se propone un modelo o guía para el análisis del pódcast, que supera la lógica de un programa tradicional de radio para adaptarse a narrativas sonoras propias no ficcionales.

En el octavo capítulo se presentan las conclusiones, en las cuales las transformaciones son mayores de las que inicialmente se pensaban. Por ejemplo, toda vez que los pódcast dibujan su razón de ser en la extensión o superación de las formas periodísticas radiofónicas tradicionales, estos beben de grandes historias, que pueden venir de la Historia y de la actualidad, como también de las historias personales. Estos pódcast independientes usan estrategias de distribución masiva y digital, para la comercialización y relación con la audiencia. Así, algunas conclusiones de entrada y de salida de esta cadena productiva permiten avizorar que la comunicación sonora en español y portugués vive un momento sinigual con el pódcast. Esta está basada en una “cultura del audio” en franca expansión, en la que convive lo viejo con lo nuevo, en un entorno comunicativo y mediático convergente.

III. ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Quizás nadie imaginaba lo que ha logrado el podcast: revitalizar el ecosistema del audio. Cuando muchos daban a la radio por muerta o pensaban hace años que subir audios a los antiguos blogs/audioblogs era algo engorroso, y que además costaba reproducirlos por la baja velocidad de internet, entre otras anécdotas y mitos que han quedado en el pasado, el podcast ha ampliado las fronteras de la radio hacia un universo digital, diverso, activo y prometedor en lo sonoro.

Las cifras lo demuestran. Si en 2010 había 300 podcast en español, en 2023 hay 500 mil (Martínez, 2023, septiembre 27), es decir, hubo un incremento en 13 años de más 1.666%. En 2005, cuando los estudios eran incipientes y principalmente realizados en Estados Unidos, 1,25 millones de norteamericanos declararon escuchar un podcast semanalmente (Bridge Ratings, 2006). El salto desde allí ha sido exponencial a nivel global. En 2017, 90 millones de personas escuchaban un podcast en el mundo, mientras en 2023 se estima que habrá 410 millones de oyentes. Es decir 4,5 veces más que hace 6 años. Para 2028 se estiman 700 millones (Statista, 2023a), Toda una hazaña, lo que revela la maduración del sector. El mercado lograría mover hacia 2032, más 144.000 millones de dólares (Statista, 2023b).

Sobre la base de esto se puede sostener la producción de podcast en, al menos, tres ámbitos: como industria, como objeto de estudio y desde los productores.

3.1. El podcast como industria

La expansión del medio sonoro motivado por el podcasting ha fortalecido tanto el ecosistema del audio (Martínez Costa y Legorburu, 2021; Newman et al., 2023) -con diversos agentes, como podcasteros independientes, productoras, plataformas, agregadores y empresas radiofónicas y de medios- como la oferta de contenidos y formatos. Esta es cada vez más extensa y, a la vez, de nicho, cubriendo una amplia gama de gustos e intereses, lo que conforma una verdadera industria creativa y cultural.

En la conferencia general de la Unesco, en 2005, se adoptó la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (UNESCO, 2005) en la que se reconoce la doble naturaleza de los bienes y servicios culturales, es decir su

naturaleza tanto económica como cultural. Por ello, los países firmantes deben apostar por el desarrollo de los agentes culturales de sus naciones, a través del fomento de las industrias culturales.

Se estimaba en 2010 que las industrias culturales y creativas contribuían entre el 2% y 6% al PIB de las economías nacionales (UNESCO, 2010), mientras que en 2022 estas industrias lograron aportar un 3,1% del PIB mundial, aun cuando la pandemia y el confinamiento afectaron a estos sectores. “Es posible que esta cifra no refleje el panorama completo, habida cuenta del alto nivel de informalidad en estas industrias, pero apunta a la importancia que tienen para la economía mundial. Tan solo en la Unión Europea (UE), el crecimiento total de los ingresos de estas industrias entre 2013 y 2019 se estimó en casi un 17%” (UNESCO, 2022).

Por ello importa definir lo que entendemos como industria cultural y creativa, y qué lugar tiene el podcast dentro de ella. En una acepción más clásica Ramón Zallo (1988) concibe a las “industrias culturales” como el “conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de bienes y servicios con contenidos simbólicos destinadas a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social” (p.26). UNESCO años después plantea que “el concepto de industria cultural y creativa debe entenderse no en el sentido puramente ‘industrial’ del término, sino en el sentido de sectores de actividad organizada, compuestos por las funciones necesarias para permitir que los bienes servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial lleguen al público o al mercado” (UNESCO, 2010, p.18). Vale decir, el valor económico y cultural simbólico se relaciona expresamente con el público que accede a esos bienes y servicios.

El podcast como actividad creativa y cultural es reconocido junto con filmes y vídeos, radio y televisión, mainstreaming, juegos de vídeo y de animación como parte de los medios audiovisuales y creativos, además del patrimonio cultural y natural, artes visuales y artesanía, libros y prensa, y otros, por lo que también debiese ser incluido en las políticas para el fomento de la creatividad en el mundo actual. (UNESCO, 2010).

Bonini (2015) ya reconocía hace unos años el proceso de transformación que estaba viviendo el podcast hacia un medio masivo e industrial: “Lo que ocurre con el

podcasting, once años después de su invención, es la transformación de un medio *do-it yourself*, amateur y para entendidos en un medio comercial de masas: de la difusión selectiva a la radiodifusión” (p. 30). A estas alturas, el pódcast cobra vida propia y vive dentro de la radio también, a través de la radio a la carta, o lo que se conoce como programación inversa. Es decir, empresas radiofónicas, como Cadena Ser de España, llevan a la antena algunos de sus pódcast, entretejiendo así una red estratégica de difusión por la web y los agregadores (Legorburu, García y Dorado, 2019). Así, se está conformando una cultura profesional en torno al pódcast (Martín Morán y Martín Nieto, 2022).

“El pódcast se está erigiendo como una nueva industria creativa y cultural en la que los medios están formando parte, pero también y muy importante las plataformas tecnológicas”, indica María Jesús Espinosa de los Monteros, directora general de Prisa Audio (Díaz, 2023, julio 1). Sin embargo, se presentan varios obstáculos y desafíos en este sentido para el desarrollo del sector.

La UNESCO (2022) reconoce que la pandemia y la crisis económica aceleraron la transformación digital de las industrias culturales, con un aumento significativo del consumo de streaming afectando a los titulares de propiedad intelectual, ya que sus obras o producciones se publican a través de proveedores de intercambio de contenido online. Esto genera una brecha de valor (*value gap*) entre los ingresos que éstos perciben y los que reciben los creadores.

En relación con el pódcast, además de la propiedad intelectual de las producciones que manejan las grandes plataformas, en desmedro de los propios creadores de contenido, los ingresos publicitarios y el pago por suscripción a plataformas de streaming de audio son también parte de los problemas y desafíos, como explica Javier Celaya, responsable de la expansión internacional del pódcast y audiolibro de la danesa Podimo (Montero, 2022, febrero 20). Es lo que se conoce como la formalización de la industria del pódcast (Sullivan, 2020), cuando aún se busca consensuar mediciones de métricas estandarizadas para fines de marketing, comercialización y distribución.

A propósito del estudio del Observatorio Nebrija del Español sobre las tendencias de producción del pódcast en España, con la finalidad de establecer indicadores “la mayor

dificultad para ese logro es que aún no existe una unidad de concepto con relación al audio hablado bajo demanda: algunas plataformas hablan de podcasts, otras se refieren a este producto como audioentretenimiento, hay quien etiqueta los podcasts como audiolibros, quien denomina pódcast a los programas emitidos en radio y distribuidos después a la carta, y en cada vez más casos se hibridan audio y vídeo hasta diluir la naturaleza sonora de este medio. Sin una acepción unívoca y reconocible del pódcast, la industria tendrá más difícil lograr su anhelada expansión hacia públicos, anunciantes e instituciones. (Pedrero Esteban et al., 2023).

Desde la clasificación en plataformas y agregadores hasta las formas de medir y proteger a los creadores en sus derechos de autor terminan por ser un círculo complejo para solventar la industria. Aun cuando estos obstáculos se convierten, de otra forma, en desafíos para todos los actores, incluyendo los Estados, empresas, creadores y oyentes, en una cultura viva en torno al pódcast y los medios audiovisuales.

3.1.1. De las plataformas a incentivos y alianzas dentro de la industria

Podimo, Podium Podcast, Ivoox, Audible, Storytel, Spotify Studios, entre otros, se han convertido en actores dominantes de la industria del audio en español. De estos, el 45% concentra su catálogo en el pódcast, un 38% en audiolibros y un 17% ofrece ambos, destacándose la mayor diversidad de contenidos para fidelizar audiencias (Dosdoce.com, 2023, marzo 23).

Al igual que las industrias culturales y creativas enfrentan los riesgos de la concentración geográfica en Iberoamérica (Sánchez Balaguer et al., 2018) y procesos de concentración de la propiedad horizontal, vertical o cruzada en el sector infocomunicacional en América Latina (que incluye por cierto a la industria del cine, del libro, de la prensa, etc.) (Becerra y Mastrini, 2017), esta “nueva industria” del pódcast estaría avanzando en esa dirección. Esto a riesgo de perder completamente la filosofía amateur o la posibilidad de generar proyectos autogestionados, a causa de la falta de financiamiento o de redes que permitan apoyar cualquier fase de la etapa productiva y/o de valor.

En efecto, tal como advertía Bonini (2015) que el pódcast ya es un medio de masas e industrial y Espinosa de los Monteros (Díaz, 2023, julio 1), que las plataformas

tecnológicas han hecho industria, las plataformas como modelo de negocios emergentes de la economía digital no responden a las fusiones tradicionales. Ni horizontales, ni verticales ni conglomerales, advierte Srnicek (2018), sino más bien a conexiones rizomáticas en las que las plataformas buscan ubicarse en posiciones clave dentro del ecosistema. Para expandir su economía y lograr neutralizar la competencia se encierran en sí mismas, por ejemplo Facebook o Apple (a excepción de Apple Store) obligan al usuario a estar conectado dentro de la plataforma, con todos los servicios que le ofrece de manera interconectada.

“Las plataformas, en resumidas cuentas, son un nuevo tipo de empresa; se caracterizan por proporcionar la infraestructura para intermediar entre diferentes grupos usuarios, por desplegar tendencias monopólicas impulsadas por efectos de red, por uso de subvenciones cruzadas para captar diferentes grupos usuarios y por tener una arquitectura central establecida que controla las posibilidades de interacción”, explica Srnicek (2018, p. 49)

Spotify sería así una plataforma de productos, la que gracias a la tecnología digital ofrece bienes como servicios con el objetivo de controlar la industria -del audio en este caso-, a través del *on demand* y de llevar sus costos marginales a cero. Este cambio de productos a servicios en las industrias no es otra cosa que concentración de la propiedad de manera rizomática, como veíamos, al dotarse de más, mayor y quizás completa infraestructura.

Esta concentración también se refleja en los procesos de inversión y desinversión de estas plataformas, tanto en personal como en propuestas tecnológicas. La nueva plataforma Sonora en España a finales de 2023 sufrió una reestructuración, con el despido de 15 trabajadores y la salida de los tres fundadores, incluyendo el impulsor del proyecto Toni Garrido (Dirconfidencial, 2023, septiembre 5). Mientras Spotify, pese a llegar a tener 574 millones de usuarios en 2023, es decir, un 25,8% más que hace un año, ha hecho varios ajustes a su plantilla. A inicios de 2023 redujo sus trabajadores en 6%, en tanto, para finales de este mismo año anunció el recorte de 1.500 trabajadores, lo que representa el 17% de la fuerza laboral (Velasco, 2023). En la unidad de pódcast, específicamente, despidieron 200 empleados en junio de 2023, es decir, al 2% de la

plantilla, debido a las pérdidas de 565 millones de dólares en los primeros 6 meses de 2023. Esto habría ocurrido después de inyectar 1.000 millones de dólares en el mercado del podcast, lo que no habría dado los frutos esperados. Debido a esto han tenido que reestructurar la unidad de podcast, reduciendo personal y tomando otras decisiones de inversión: “De hecho, la compañía despidió en junio a 200 empleados, alrededor de 2% de su nómina y eliminó programas para centrarse en solo contenidos limitados, originales y exclusivos. Con ello, tomaron la decisión de cerrar marcas y consolidó su trabajo en Spotify Studios. Esto lo llevó a subir el precio de las suscripciones básicas US\$1, hasta US\$10,99 al mes” (Sánchez, 2023).

Así también, Amazon, Spotify y Facebook paralizaron sus estrategias de audio en vivo. Aun cuando Amazon, por ejemplo, tenía la aplicación Amp, que permitía la conexión en vivo entre los creadores de música, decidió cerrarla y enfocarse en Amazon Music, donde tienen alojados los podcast y una biblioteca con podcast y música. (González, 2023).

Estas plataformas que dominan la producción y la distribución, y por las cuales pasan muchos de los podcast independientes, plantean sus propias reglas del juego, sobre la base de la competencia y la rentabilidad ofreciendo bienes como servicios que puedan cubrir toda la infraestructura de su industria.

Específicamente, el Mapa de la industria del audio en español realizado por Dosdoce.com (2023, marzo 23) identifica más de 430 empresas que pertenecen a tres actividades económicas. El 36% realiza servicios de producción, el 18% son medios de comunicación que producen estos formatos de audios y el 14% son plataformas de audios con podcast, audiolibros, ficciones sonoras y bookcasts, entre otros contenidos basados en el audio. Un año después las cifras son reveladoras: el mercado del audio en español ha crecido un 75% en un año llegando a 740 actores que tienen actividad económica en el sector. Bajan las productoras de contenidos sonoros a 30,29%, suben los medios del 18 al 22,1%, y también disminuye la representación de las plataformas a 11,46%. Otra conclusión relevante es que “aunque España sigue siendo el principal lugar de origen de entidades que componen la industria del audio (40,27%), América Latina ha tenido un espectacular crecimiento en 2023 (30,7%), alcanzando el 37% del total de

la representación de las entidades que componen este mapa” (Dosdoce.com, 2024, enero 25). Este incremento está liderado por Argentina (24,8%), México (21,76%) y Colombia (19,85%), aunque no deja de ser importante el aumento de Uruguay (14,4%) y Chile (8,2%), destaca el Mapa. A esto se suma el mercado latino de los Estados Unidos que alcanza el 15,7% del total.

La comparación de estos mapas demuestra no solo el crecimiento acelerado de la industria del audio, con una serie de actores como medios, productoras, plataformas y otros agentes intermedios, como bibliotecas o centros de formación, sino que también ha supuesto el fin del monopolio del audio que tuvo la radio. Este ahora es compartido por varios actores, con o sin relación con ella.

Dentro de las acciones positivas para fomentar la industria, el Gobierno de España puso en marcha el Espacio Audio, que busca fomentar, dinamizar e internacionalizar la industria del audio en español y de las lenguas cooficiales presentes dentro del Estado, como los pódcast, audiolibros, música y otros sectores creativos del audio. Este programa forma parte del Proyecto Estratégico (PERTE) de la Nueva Economía de la Lengua, que cuenta con 160 millones de euros, para financiar iniciativas que permitan su promoción e internacionalización. Estos recursos corresponden a una adenda a la segunda fase del Plan de Recuperación después de la pandemia, otorgados por la Unión Europea, para el periodo 2021-2026, por 163 mil millones de euros (Gobierno de España, 2023).

Si bien no existen iniciativas similares en América Latina, el año 2021 fue declarado el Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible, a raíz del impacto que tuvo la pandemia en las industrias culturales y creativas, que registraron una disminución de casi 14% en el segundo semestre de 2020 en comparación con el año anterior (OEI, 2021). En una propuesta conjunta de la UNESCO, Mercado Común del Sur (MERCOSUR), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) se busca fomentar las industrias creativas y digitales con foco en políticas públicas, formación y capacitación, y gestión cultural. Lamentablemente, no existen proyectos vinculados a

pódcast, solo hay dos relacionados con la radio, en Ecuador y Argentina respectivamente³.

A la acción de los estados para fomentar este sector de las industrias culturales y creativas, los propios medios y plataformas están organizándose para fomentar el crecimiento y maduración del sector aunque con los códigos que planteábamos, según el capitalismo de las plataformas que explica muy bien Srnicek (2018). Prisa Audio en España presentó la alianza WePod, compuesta por nueve socios de siete países europeos, con la meta de producir 24 pódcast. Junto con Prisa Audio están las productoras de audio Bulle Media (Bélgica), News Decoder (Francia), Magyar Jeti Zrt (Hungría), Chora Media (Italia), Outriders (Polonia) y Press Freedom (Serbia), las que en conjunto desarrollarán producciones periodísticas colaborativas sobre el continente, crearán un manual estratégico sobre el pódcast en Europa, y programarán actividades formativas y de divulgación, de camino a la formación de la Asociación Europea del Pódcast.

Con el financiamiento del Programa Europa Creativa (CREA) se busca cubrir un déficit en la industria europea del audio, reconoce María Jesús Espinosa de los Monteros, directora general de PRISA Audio: “Hasta ahora, la industria ha estado enormemente fragmentada por los distintos idiomas. Queremos aunar fuerzas para que las historias de nuestro continente brillen y conmuevan más allá de nuestras fronteras. Queremos crear un relato sonoro europeo con las distintas voces y acentos que enriquecen nuestra región” (Cinco días, 2023).

Junto a ello están proliferando los festivales de pódcast en la región, como Estación Podcast en España (desde 2022), Estéreo en Argentina (desde 2022) y Podcast Fest en Chile (desde 2020), que agrupan a investigadores, creadores, productoras, etc. Si bien hay espacio para la producción independiente, gran parte de la programación la concentran los pódcast más masivos o populares. Aun así, la buena noticia del trabajo en red entre estos festivales ha dado pie a la creación del Circuito Iberoamericano de

³ A octubre de 2023 hay 323 proyectos activos, que son promovidos por la OEI. Sin embargo, ninguno está relacionado a pódcast y solo dos a radio. El de Ecuador vinculado al derecho a la educación a través de los medios radiales y televisivos que complementan el trabajo en aula. Para ver el detalle de este y de los otros proyectos aquí https://oei.int/proyectos?project_page=4

Festivales de Podcast, que está conformado por siete festivales: Estéreo (Argentina), Al Oído (Colombia), Podcastinación (Colombia), Podcast Fest (Chile), Estación Podcast (España), Prosodia (España) y Sonora (Uruguay) (Estación Podcast, 2023).

Para 2024 y 2025 se esperan actividades conjuntas y la formalización del circuito como entidad, para consolidar la industria del podcast en español.

En un sentido más abarcador, y a propósito de los obstáculos y desafíos que se han detectado y hemos puesto aquí sobre la mesa, la UNESCO (2022) busca promover la inversión pública y educación para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Sobre todo, en sectores menos atendidos como artes mediáticas y diseño, dentro de las que identificamos el podcast, en comparación con el cine, música y artes escénicas que tienen una evolución más favorable.

3.2. Podcast como objeto de estudio

La web radio o ciberradio (Cebrián, 2008), post radio (Ortiz Sobrino, 2012), metarradio (Sánchez-Hernández, 2018), radio expandida (Kischinevsky, 2018) o el transpodcast (García-Marín, 2017), han sido una respuesta conceptual al “nuevo fenómeno” de la radio por internet y el surgimiento del podcast hace 20 años. Estos conceptos acuñados por investigadores en el área radiofónica han sido un intento por explicar el fenómeno de la radio digital, cómo el medio radio está mediatizado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y, por supuesto, la expansión de la radio hacia el podcast y otros formatos de audio. Con un enfoque diacrónico, Balsebre, Ortiz Sobrino y Soengas (2023) han investigado la evolución de la radio hacia el entorno digital, cuyo medio, advierten, está afectado por “unos cambios drásticos que afectan incluso a su identidad” (p.18). Esto debido a la hibridación, la digitalización (que permite el acceso y selección de contenidos, y una participación más activa de los oyentes, etc.), la audificación de los ciudadanos, y una convergencia de la radio hertziana con las plataformas digitales, donde el streaming y el podcasting son las principales expresiones de aquello.

Este universo audible se entiende, a través de una serie de conceptos que explican mejor hoy este ecosistema, como la sonosfera (Perona-Páez, Barbeito-Veloso y Fajula-Payet,

2014), audiosfera (Bachura-Wojtasik, 2018) u otros, como audiostreaming o audio online, etc. (Martín Morán y Martín Nieto, 2022), pues el audio está mediando todas nuestras formas de comunicación, con notas de voz, audiolibros, radio *on demand*, altavoces inteligentes, streaming de audio y pódcast (Martínez-Costa y Legorburu, 2021).

Varios de estos, como los audiolibros, la radio a la carta y los pódcast, comprenden toda una cadena productiva y de valor, desde la creación, producción, financiación y monetización, publicación y distribución, y formas de consumo del audio, que permiten una vinculación más activa con los oyentes.

Los tres aspectos principales de la nueva etapa, que comenzó a manifestarse a mediados de la década del 2000, son la navegación, interactividad e hipersegmentación (Cebrián, 2008). Estas buscaban aprovechar el rol activo y participativo que tiene el auditor en la radio en internet. Gracias a la consolidación del pódcast, como formato de audio con identidad propia, dichas propiedades se han especializado, reflejándose en la movilidad, la fragmentación narrativa y la integración multidispositivo (Pérez Alaejos et al., 2022), como también en las motivaciones de los escuchas que valoran el carácter inmersivo, interactivo, y multitarea, entre otros (Perks et al., 2019; Rime et al., 2023).

Esto es muy distinto a lo que ocurría a inicios de la década anterior cuando todavía existía una lenta penetración del pódcast y, por otra parte, la industria radiofónica comenzaba a reconvertir su modelo de producción y de financiación (Blanco et al., 2013; Fernández Sande y Peinado Miguel, 2012), debido al declive de los medios tradicionales y la convergencia mediática.

Así, el pódcast que nació en 2004, como archivo de audio en la web, con contenidos tan diversos -debate, tertulia, ficción, humor, etc.- como quienes los hacen, ha amplificado el mercado sonoro y de contenidos radiofónicos moviendo más de 17 mil millones de dólares en el mundo y a 2022 contaba con 360 millones de oyentes (Statista, 2023, julio 3). Hoy se producen pódcast nativos o especialmente creados para la web, que ya no siguen las convenciones básicas, tanto expresivas como temáticas, de la radio. Además tienen duración variable, son serializados y distribuidos en diversos agregadores.

Pese a este apasionante mundo que ofrece el podcast y el crecimiento, tanto en volumen como en términos económicos, no existe mucha producción científica en torno a él. Con foco en las bases de Scopus y de Web Of Science (WOS), Galán et al. (2018) advierte que ésta se concentra principalmente en países anglosajones como EE.UU. y Reino Unido, y solo dos correspondían, en esos años, al idioma español.

Cinco años después esto ha cambiado, pero no completamente. La revisión de literatura sobre el podcast en el concierto español y portugués, en las bases de datos Dialnet y RCCAP, sigue siendo baja, aun cuando se ha duplicado y triplicado en 2021 y 2022, respectivamente, en comparación con 2020 (García Marín et al., 2023). En total, 112 artículos de revistas, 40 capítulos de libros, 2 libros y 8 tesis doctorales demuestran un interés en aumento de la investigación, desde las Ciencias de la Comunicación, sobre todo en el uso del podcast en el contexto educativo.

Así, tal como planteaba Bonini (2015) quien hace casi una década veía que el podcast se convertía en un medio masivo e industrial, Balsebre, Ortiz Sobrino y Soengas (2023) entienden a este como un medio de comunicación de masas, que es una alternativa a la programación convencional, pese a que no existe un completo consenso en el mundo académico, profesional e industrial. Esto ocurre, a su juicio, por varias razones: combina tecnologías de distribución multiplataforma, reproducción, y formas de financiación como micromecenazgo, suscripciones de pago y publicidad (aunque esto como un gran desafío, por cierto), lo que lo constituyen como un verdadero mercado del podcasting, con un potencial sonoro, transmedia y multimedial.

3.2.1. Del podcast al podcast independiente

Con todo, a dos décadas del nacimiento del podcasting, existe un conocimiento consistente sobre el nacimiento, las características y evolución de este formato de audio (Berry, 2006; Gallego, 2010; Bonini, 2015; Martí, Martínez-Costa y Escobedo, 2019), caracterizado, como veíamos en la era de los auriculares, por su movilidad, asincronía, control sobre los contenidos y por ser inmersivo sin impedir la multitarea, etc. A esto se suma, la adaptación, la especificidad (Pérez Alaejos et al., 2018) y las narrativas transmedias (Visa y Serés, 2018; García-Marín y Aparici, 2018).

Las narrativas sonoras han concentrado buena parte de los estudios cualitativos (Lindgren, 2016; McHugh, 2016; 2022; Legorburu, Edo y García González, 2021; Santos y Peixinho, 2019). Sin embargo, existen progresos significativos en producción, comercialización, datificación y distribución (Pedrero Esteban et al., 2023; Pérez-Alaejos et al., 2022; Gallego, 2021; Terol-Bolinches et al., 2021). Este avance ocurre más bien a nivel de industria y en escasa proporción con el comportamiento del pódcast independiente o fuera de la industria radiofónica tradicional. Estos van desde las motivaciones y sentido que cobra la autonomía (Adler, 2021; Spinelli y Dann, 2019) hasta estrategias de financiamiento, como el crowdfunding o micromecenazgo (Fernández Sande, 2015).

A inicios de la década pasada, Markman (2011) y Millette (2011) fueron pioneros con estudios exploratorios del pódcast independiente anglosajón, en Norteamérica, Europa y Oceanía, y Canadá, respectivamente.

Markman (2011) buscaba determinar un perfil preliminar de podcasteros independientes y sus motivaciones para hacer pódcast. Con respuestas mayoritarias de productores de América del Norte, seguidos en menor medida de Europa y mucho menos de Oceanía, el perfil de los productores destacaba por ser en su mayoría hombres, de más de 35 años y con alto nivel educacional: “estos podcasters estaban más motivados para comenzar por factores relacionados con la tecnología y el contenido. En particular, muchos se sintieron atraídos por el podcasting como una oportunidad de hacer radio en sus propios términos” (Markman, 2011, p. 556). A esto se agregan motivos personales e interpersonales para hacer pódcast, como también su interés por el proceso de producción y la búsqueda de réditos económicos. Es decir, la fascinación por esta nueva tecnología y hacer una radio distinta a la que escuchaban eran las principales motivaciones que movían a estos nuevos podcasteros.

Millette (2011), en tanto, se enfoca en las lógicas de participación que planteaban las producciones de pódcast independientes, en Montreal, Canadá, y de qué forma ellas podían convertir a estos productores en una subcultura propia. Los resultados demostraron que estos podcasteros producían y proponían un contenido competitivo,

no en términos de mercado, pero sí en cuanto al contenido y al formato que asumía el pódcast.

Es decir, estas dos investigaciones incipientes, para ese entonces, revelan lo que estaría en la esencia de estas producciones independientes: la autonomía respecto a la radio, la libertad creativa y editorial, la apropiación tecnológica y la participación, aspectos que discutiremos más profundamente en el apartado siguiente.

Así lo reconoce García Marín (2020): “la creatividad personal y colectiva del *Do It Yourself* y, sobre todo, del *Do It Together* (hazlo con otros) pone en circulación interpretaciones alternativas de la realidad mediante procesos que privilegian el modelo de la amplia circulación y sobreabundancia de medios de tamaño menor” (p. 115).

En efecto, los podcasteros independientes no solo no renuncian, sino que entienden que el modelo de distribución masivo es una posibilidad para llegar a las audiencias, como también la creación de medios y/o productoras que sustenten dichos proyectos, más allá de los pódcast personales o auto expresivos.

Desde allí se ha dado un salto cualitativo en los últimos dos años, ya que ha aumentado el interés por investigar el pódcast independiente, aunque concentrados en estudios de casos de distintos países. Sin embargo, encontraremos algunos puntos comunes.

Adler (2021), por ejemplo, analiza 552 pódcast daneses para conocer las motivaciones de los productores para hacer este tipo de pódcast, que son de entrevistas y conversaciones sobre historias personales y autorreflexivas. Los resultados muestran que estos pódcast están entre las formas de la radio tradicional y la participación en línea, y que, además, la comercialización vuelve borrosa la independencia que suelen buscar y defender. En esa misma dirección, Adler (2022) investigó recientemente a podcasteras danesas que hablan con mirada de género sobre salud mental y sus diarios personales. Para lograr empatizar con las audiencias, las redes sociales han resultado útiles para interactuar con ellas y recibir opiniones de los oyentes.

Ortiz y Moreno (2023) analizaron las motivaciones de 30 podcasteros de Puerto Rico, buscando reconocer si sus trayectorias como productores responden a formas de capital social, cultural, simbólico o económico, de acuerdo con los postulados de Bourdieu

(1986; 2000). Los resultados plantean que “esta investigación percibe que la mayoría de los y las podcasters de Puerto Rico analizados emprendieron por motivaciones tecnológicas o mediáticas, personales, y creativas o de contenido” (p. 11). Es decir, en su mayoría promueven formas de capital cultural, social y simbólico, más que económico.

Siguiendo el mismo enfoque de Bourdieu, Jorgensen (2021) se centró específicamente en las relaciones que establecen los productores australianos con estrategias económicas y alternativas de capital. Dos conclusiones que son interesantes de consignar apuntan a la influencia del modelo norteamericano como tendencia global para lograr capital económico a mediana y mayor escala. Por el contrario, rechazar formas de capital económico tradicional permite autonomía creativa y construcción de capital cultural, a partir del capital social y simbólico.

Sellas y Bonet (2023), por su parte, exploran las redes de pódcast independientes españoles y su modelo financiero, buscando descifrar si estas redes mantienen sus filosofías de base amateur o se han institucionalizado, a la par de la formalización de la industria cultural del pódcast. La práctica y la voluntad los caracteriza y los diferencia de lo masivo, en tanto, modelo de negocio y de las métricas de escucha de los podcasts. No obstante, emplean la reproducción y distribución masiva que permite la tecnología digital para fines de creación de comunidades en torno al pódcast.

En investigaciones recientes, Tennant (2023) estudia las prácticas y decisiones editoriales de podcasteros independientes de Nueva Zelanda. Confirmando, al igual que los estudios anteriores que la libertad creativa y editorial es la base y la esencia del pódcast independiente, los productores neozelandeses desarrollan nuevas competencias tecnológicas y mediáticas. Estas facilitan la factura de su pódcast, pese a que no necesariamente vienen de la comunicación y del periodismo, sino que con la práctica se hacen productores de sus propias historias (García Marín, 2020b).

Mientras Contreras et al. (2022) estudia los perfiles de los productores de tres pódcast independientes de Córdoba, Argentina, encontrando un tipo que se ajusta a un productor transmedia o *transpodcaster*. Este, si bien conoce y maneja toda la

producción, apuesta por definir y compartir roles que permitan el cruce de lenguajes, sobre la base del audio como esencia del pódcast.

Cuatro aspectos comunes se reconocen y entroncan, en cierta medida, con los estudios iniciales de Markman (2011) y Millette (2011): a) las motivaciones para hacer pódcast; b) las estrategias y modelos económicos que sustentan sus producciones, y cómo los conciben en relación con el capital económico industrial; c) las decisiones editoriales y prácticas de producción; y) la participación y relación que establecen con las audiencias.

Veremos cómo se expresan estos elementos en el pódcast narrativo independiente, sobre el cual no hay evidencias concretas al respecto.

3.3. Pódcast narrativo como espacio de producción

Con una creación sonora rica en voces y formatos, que ha dejado a la radio como único soporte hablado y musical, el pódcast se ha convertido en el medio con mayor impacto y proyección, tanto creativo como social y cultural (Llinares, Fox y Berry, 2018). Este promete más productores de contenidos en un entorno convergente, más propuestas transmedias, nuevos modelos de financiación y de negocios, y audiencias más selectivas y participativas.

Esto puede ser posible, ya que Sellas y Solà (2019) planteaban que el podcasting está adquiriendo identidad propia. Si bien el audio lo vincula con el medio radiofónico, la manera de crear y producir lo define y a la vez lo distingue de él, por la producción sin prisa y pregrabada, por los contenidos atemporales y por la calidad sonora, que se entiende tanto por el diseño como por la inmersión que se busca del oyente.

Viendo esto, las empresas y anunciantes están acercándose al pódcast e invirtiendo en publicidad. Noticias, sociedad y cultura, y negocios son los tres principales géneros de pódcast que perciben ingresos publicitarios representando el 51% del total en este formato de audio. En el primer trimestre de 2023, las entradas llegaron a casi 289 millones de dólares, lo que representa un 56% más que en el mismo periodo de 2022 (Podsights, 2023).

Entre esta identidad propia y el mercado que crece, los géneros de no ficción viven una época de oro, a partir de Serial en 2014. Pódcast narrativo de no ficción o pódcast

documental; pódcast basado en hechos reales o historias de vida...son, entre otros apelativos con los cuales se ha ido entendiendo este género, que bebe del periodismo y también de otras artes para contar historias o *storytelling*.

La discusión sobre el género, herramientas y técnicas la daremos en el apartado teórico con más calma. Sin embargo, cuando se plantea que el pódcast narrativo sobrepasa al periodismo radiofónico, éste no es otra cosa que salir de los estudios para buscar y “contar las historias reales con sonidos”, tal como plantea Lechuga (2015) en su análisis del documental sonoro. De dicho género narrativo de no ficción se vale también este tipo de pódcast, aprovechando las mejores y asequibles tecnologías de grabación en alta calidad para registrar esa realidad.

Esto permite, con un buen oído que se empapa del entorno y de los personajes, rescatar buenas historias que nos puedan identificar, asombrar, asustar o enternecer. Son historias no solo locales o domésticas, sino que cobran un alcance global, con la inmersión y seguimiento de parte del oyente. De ahí el valor que tienen estas historias serializadas o en varios episodios independientes, que consumen bastante tiempo y dinero para producirlas.

Este auge de las historias documentales, seguramente, vive su mejor momento desde los años 60, cuando se da el resurgimiento del documental sonoro con las grabadoras portátiles (Rodríguez Ortiz, 2021; McHugh 2012; Madsen, 2005) y a su vez un impulso de los estudios del sonido y la experimentación sonora (Schaffer, 1966). Hablar de una nueva revolución, o tercera etapa, no sería del todo azaroso ni pretencioso.

Si bien falta mucho en cuanto a investigación del pódcast narrativo y más aún del independiente, los datos demuestran el buen momento de este género. En España, por ejemplo, el narrativo pisa fuerte. Los pódcast que más interesaron a los oyentes en 2022 fueron los conversacionales (59,76%), las entrevistas (46,08%) y los narrativos o documentales (43,67%) (Ivoox, 2022). Mientras el informe de este año revela que los conversacionales (52,49%) y las entrevistas (43,42%) bajan, mientras los narrativos/documentales suben más de 5,61%, hasta llegar al 49,28%.

Otro informe de este mercado dominante dentro del contexto iberoamericano es el del Observatorio de Nebrija del Español (Pedrero et al., 2023). Este estudio es el resultado de una investigación sobre las tendencias de producción de 263 títulos originales de todo el 2022, de las ocho plataformas más importantes del mercado, como son Amazon Music, Audible, Cuonda, iVoox, Podimo, Podium Podcast, Sonora y Spotify.

Las producciones fueron clasificadas en géneros conversacionales, narrativos de ficción y narrativos de no ficción. Casi la mitad de los podcasts estrenados correspondieron a no ficción (49,4% con 129 producciones), a las cuales aportó 58 títulos la nueva plataforma Sonora, que a finales de 2023 sufrió una reestructuración, como explicábamos anteriormente. Los narrativos, en tanto, fueron seguidos de los conversacionales (40,3% con 106 estrenos) y los de ficción (10,3% con podcasts de este tipo). (Pedrero Esteban et al., 2023)

El documental fue el subgénero más producido en la categoría de no ficción con un 44%, después los de desarrollo personal (11%), true crime (10%) y los ensayos sonoros (7%), según indica el estudio.

Como evaluación de estas tendencias, el estudio sobre producciones originales españolas señala que “al auge de la ficción sonora se suma la creciente apuesta por los géneros narrativos de no ficción, en especial documentales, reportajes de investigación, ensayos y true crime. Aunque entroncan con los grandes reportajes y documentales clásicos de la radio, estos podcasts se construyen apoyados en estructuras y recursos sonoros (ambientes, planos, músicas, efectos, foley...) menos vinculados a la inmediatez y más a la serenidad y la profundidad periodística” (Pedrero Esteban et al., 2023, p. 19).

Esto entrega varias señales importantes respecto a cómo se entiende y comporta el género narrativo dentro del podcast, para fines de su análisis, tanto narrativo como estético.

A nivel del podcast en español en Iberoamérica, Podcasteros ha sido precursor en realizar un estudio bianual desde 2017 y anual desde 2021 sobre las audiencias hispanohablantes de podcast. En relación con el narrativo, la preferencia por este tipo de podcast ha aumentado más de 25 puntos en 5 años llegando a 58,34% en 2022.

En la primera encuesta Pod 2017, en la que colaboraron más de 100 productores y podcasteros, 1.800 encuestados de España y América Latina contaron sus preferencias. Dentro de los formatos más escuchados el charla y variedades (conversacional) alcanzó el 78,65%, entrevistas 47,87%, actualidad 41,27%, magazine 32,59%, y en el quinto lugar quedó el narrativo con 31,95% (Podcasteros, 2017).

En 2022, sobre la base de 2.213 personas encuestadas, quienes se reconocieron como oyentes activos de pódcast, los formatos más escuchados fueron charla y variedades con 64,6%, entrevistas con 61,23%, y el narrativo documental con 58,34%, disminuyendo levemente en 0,14% respecto al año anterior cuando superó al de entrevistas (Podcasteros, 2022). Es decir, los conversacionales lideran las preferencias, pero el narrativo ha logrado aumentar su audiencia y conformar un gusto estable por este tipo de pódcast, que está basado en hechos reales.

Los desafíos para el pódcast narrativo, y el pódcast en general, están en cómo cautivar a las audiencias más jóvenes. “En 2023, aproximadamente una cuarta parte de los internautas de 16 a 34 años afirmó escuchar este formato de audio de forma semanal” (Statista, 2023a).

De aquellos que escuchan pódcast dentro de estas generaciones, los conversacionales llevan la delantera. En España se confirma esto: “la oferta original en 2022 permite reconocer dos perfiles de audiencia complementarios: la Generación Z (12-30 años), que conecta más con los podcasts conversacionales de ocio y entretenimiento con un relevante peso femenino; y la de podcasts narrativos de no ficción, más elaborados a nivel discursivo y expresivo, que entroncan de algún modo con la oferta radiofónica y con oyentes adultos (30-55 años) que encuentran en este tipo de producciones un complemento e incluso una alternativa al medio hertziano” (Pedrero Esteban et al., 2023)

Un papel clave jugarán los jóvenes, los que hasta pocos años no escuchaban pódcast y radio, ya que privilegiaban la música, como demostró un estudio con adolescentes de 13 a 19 años en México, Colombia y España (Pedrero, Rubio y Medina, 2019), mientras

que ahora son un grupo de interés para efectos de oferta y publicidad, ya que serán la generación próxima en este formato.

3.4. Planteamiento del problema: de las preguntas hacia los objetivos

Sobre la base de estos antecedentes, datos y conocimientos que existen sobre el pódcast entendido como industria, como objeto de estudio y en tanto producción se ha logrado tener una mirada amplia y a la vez concreta sobre el problema de investigación. Esto con el objetivo de analizar y comparar los pódcast narrativos independientes de ocho países iberoamericanos en lengua española y portuguesa, como son Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Portugal.

Frente a la incipiente literatura sobre pódcast independientes, principalmente del mundo anglosajón norteamericano, europeo y oceánico, y en menor medida de España y de casos puntuales como Argentina, nos preguntamos por la naturaleza de dicha independencia en las 17 producciones que estudiaremos. ¿Cómo entienden la independencia? ¿de qué forma la ponen en práctica? ¿de manera creativa, editorial, productiva, económica o de varias de estas formas? ¿cuáles son los principales obstáculos y/o desafíos que enfrentan los proyectos y/o productores independientes? ¿cómo esta independencia afecta, influye o posibilita la cadena productiva, de valor y de vinculación con sus audiencias?

Ahora bien, no interesará cualquier pódcast, sino que siguiendo la clasificación en tres géneros que hace el Observatorio Nebrija del Español (Pedrero Esteban et al., 2023), nos concentramos en el narrativo de no ficción o narrativo simplemente. Con esta elección no dejaremos de lado, por cierto, la clasificación que hacen Observatorio Ivoox (2023) e Podcasteros (2022) para clasificar los formatos más escuchados. Ambos estudios comparten todos, a excepción del audiolibro, que solo lo incluye el informe de Ivoox: es decir, conversacionales; entrevistas; crónicas; narrativos/documentales; audioficción o ficción sonora; magazine; actualidad, noticias o *daily*. Esto será de mucha utilidad, porque varios de estos formatos se convierten dentro del pódcast narrativo en subgénero, como habíamos visto previamente, tal como lo incluye la radiografía de los pódcast más escuchados en el informe de Nebrija (documentales, reportaje, true crime, ensayo, etc.).

Así vale la pena preguntarse por sus aspectos narrativos ¿qué temáticas tratan los podcast narrativos independientes? ¿cómo estructuran la historia? ¿cuáles son los géneros que utilizan para contar las historias? ¿qué otras herramientas y/o técnicas usan para narrar? (como el archivo sonoro, el paisaje sonoro o la historia de vida, por ejemplo).

En caso de usar narrador, ¿cuál es su rol dentro de la historia? ¿cómo podríamos definirlo? ¿como un narrador objetivo o como parte o protagonista de la historia?

En la dimensión estética, que ha cobrado mucha importancia en el podcast, con fines incluso artísticos, estéticos en sí mismos, y de vinculación con el oyente a través de una experiencia inmersiva, ¿cómo los podcast narrativos independientes construyen su sonoridad? ¿cómo crean y desarrollan el diseño musical, específicamente? ¿qué función cumple la música? ¿han empleado el binaural para la grabación o el dolby para la postproducción, con el objetivo de hacer posible la escucha inmersiva del oyente?

En relación con la producción de la historia, basada en hechos reales, que requiere muchas veces conocer y seguir a los personajes, e introducirse en sus hábitats naturales o entornos más cercanos: ¿cómo producen la historia? ¿cómo van relacionándose con los personajes? ¿cuáles son las etapas o fases reconocibles dentro de la producción? ¿dónde se graba la historia? ¿cómo producen el escenario en el que graban? ¿con qué equipos técnicos la graban? ¿cómo y cuándo escriben el guion? ¿cuánto es el tiempo que tardan en la producción del podcast? ¿cuál es la duración?

Uno de los grandes problemas y desafíos a la vez, como discutimos en apartados anteriores, es la financiación y monetización de los podcast en general, y de los independientes en mayor medida, cuando sus productores entienden que son una alternativa a los medios tradicionales o grandes productoras para contar por sus propios medios buscando modelos no comerciales, aunque sin renunciar a la masividad. En este sentido ¿cuánto cuesta hacer el podcast narrativo? ¿cómo lo financian? ¿cuáles son las estrategias que han ocupado para conseguir financiamiento? ¿cuáles son las vías de monetización que tiene el podcast?

A propósito de que los podcasts independientes aprovechan la publicación y distribución masiva y ponen dedicación y esfuerzo en conseguir audiencias y formar comunidades en torno a su podcast ¿cuáles son las estrategias de publicación que utilizan? ¿cómo miden el éxito de su podcast? ¿cuál es el perfil de los oyentes? ¿cuáles son los canales de interacción y participación que tienen con la audiencia?

Una serie de preguntas que orientan y vertebran la investigación, de modo de abordar todas las dimensiones de la cadena productiva, de valor y de relación con los oyentes, de parte de los podcasts narrativos independientes iberoamericanos.

Como veíamos son esfuerzos importantes y necesarios, toda vez que, en términos de investigación, la producción independiente y el podcast narrativo habían corrido por carriles distintos. Ha llegado el momento de cruzarlos y contribuir al estudio de un sector del cual nació el podcast, pero que ahora ha logrado, probablemente, una nueva fase de desarrollo. Por otra, los podcasts narrativos viven un momento privilegiado, porque los oyentes los buscan, eligen y siguen sus historias, contadas en clave íntima, creativa y sorprendente, por lo que será una contribución poder tener una panorámica de la producción independiente iberoamericana del podcast narrativo.

Así dentro de la línea de investigación de empresas radiofónicas investigaremos estas producciones, sus procesos de creación, sus narrativas -y cuánto se alimentan o reinventan las de la radio-, sus estéticas, su relación con el mercado del podcast y del audio, y sus estrategias para hacer crecer su comunidad, entre otros aspectos que nos preguntamos y que en el capítulo cinco abordaremos teóricamente.

IV. OBJETIVOS

4.1. Objetivos principales:

1. Determinar el estado actual del podcasting independiente en Iberoamérica a partir del podcast narrativo de no ficción.
2. Comparar las producciones de podcast narrativos independientes, en relación con sus dimensiones narrativas, estéticas, de producción, financiación y monetización, y promoción, publicación, distribución y relación con las audiencias.
3. Proponer un modelo o guía de la producción del podcast narrativo independiente en la región Iberoamericana.

4.2. Objetivos secundarios:

1. Analizar las narrativas sonoras que son utilizadas en este tipo de podcast y el grado de apropiación y innovación en comparación con los géneros radiofónicos.
2. Describir las formas de producción de estos podcast narrativos.
3. Examinar las estéticas y diseños sonoros que proponen estos podcast.
4. Determinar las estrategias o modelos de financiación y monetización que tienen estos podcast independientes.
5. Conocer los procesos de promoción, publicación, distribución del podcast y la relación que se establece con los oyentes
6. Establecer la contribución de estas producciones independientes de podcast en el mercado de la producción sonora en español y portugués.

V. MARCO TEÓRICO

Para cumplir los objetivos principales de determinar el estado del podcast narrativo de no ficción en el entorno iberoamericano y poder contrastar las narrativas, estéticas, formas de producción, financiación y monetización, y distribución y relación con las audiencias entre los distintos países atenderemos a dos grandes aspectos para realizar la discusión teórica: primero, la constitución de un sólido marco conceptual que responda a qué es el podcast narrativo, bajo qué criterios podemos considerar un podcast independiente, y cómo hoy el podcast se ha convertido o está en camino de convertirse en una industria cultural emergente, y si ella se diferencia o no de la industria radiofónica.

Sobre la base de esta discusión conceptual y cómo entenderemos los conceptos clave para efectos de esta investigación, abordaremos cinco dimensiones las que, en su conjunto, expresan la cadena productiva, de valor y de relación con las comunidades de oyentes de estos podcast.

Las dimensiones de narrativa, estética, productiva, de financiación y monetización, y distribución y vinculación con las audiencias se encuentran, sin embargo, en distinto estado de conocimiento científico. Algunas están en un nivel más exploratorio o inexplorado, como es el caso de la estética sonora sobre la cual el conocimiento es casi inexistente o no ha sido abordada como objeto de estudio en profundidad. Mientras que otras ya están en un nivel más descriptivo y/o comparativo, como las dimensiones de narrativa, productiva, de financiación y monetización. La última dimensión de distribución y relación con los oyentes está en plena evolución, por lo que el conocimiento que existe sobre ella está mutando y adaptándose tanto al mercado plataformizado (Hoelck y Ballon, 2015), audificado (Espinosa de los Monteros, 2020, octubre 17) y formalizado (Sullivan, 2019), como a las necesidades de las audiencias que buscan encuentros con los productores de sus podcast, más allá de lo virtual. Por ello, los productores han diseñado estrategias, como sesiones de escucha o *lives*, donde muestran sus shows o parte de ellos, como manera de fidelización y de formación de comunidades en torno al podcast.

5.1. El podcast narrativo

Al aproximarnos al podcast narrativo de no ficción, tanto en el planteamiento del problema como en la metodología para definir el diseño muestral, descubrimos que este tipo de podcast vive una importante expansión, tanto en España (Observatorio Ivoox, 2023; Pedrero Esteban et al., 2023) como en Iberoamérica (Podcasteros, 2022; Podcasteros 2017), donde aumentó más de 25 puntos, en cinco años, dentro de los oyentes consultados.

La tendencia es significativa, ya que el narrativo o documental está superando a la entrevista como formato preferido por las audiencias, y, específicamente, la temática de noticias y sucesos aumentó su producción motivada por el true crime (Ivoox, 2023). Así lo confirma también el estudio del Observatorio de Nebrija, en el cual el podcast narrativo lidera la cantidad de producciones -gracias a la plataforma Sonora que aportó casi la mitad del catálogo en este género de no ficción en 2022-, mientras el documental fue el subgénero más producido en la categoría de no ficción, seguido por el de desarrollo personal, true crime y ensayos sonoros (Pedrero et al., 2023).

5.1.1. Consideraciones para una definición del podcast narrativo

Para definir el podcast narrativo hay que considerar distintas tradiciones de la radio que se cruzan y resignifican en este género. Por ejemplo, el podcast narrativo bebe del documental sonoro en su acepción más mixta, que mezcla periodismo y arte (Lechuga, 2015); de su símil que es el reportaje sonoro, tal como se entiende en algunos países europeos, como en España, por ejemplo, (Legorburu, Edo y García González, 2021) y otros del este (Bialek, 2014); y de la crónica y de la entrevista. Es decir, el podcast narrativo se nutre de los géneros de realidad. Pero también se usan géneros de ficción, como la recreación y la dramatización, cuyos recursos ficcionales están al servicio de la historia, para que esta sea creíble y posible de ser contada, sobre la base de la veracidad de los hechos, según plantean Rodríguez y Godínez (2020), en relación con el documental sonoro.

Otro aspecto que no deja de ser relevante es cómo los propios productores entienden sus producciones, ya sea como podcast documental, podcast narrativo, documental

sonoro, podcast de no ficción, cuyos apelativos, más allá de sus diferencias, apuntan al *storytelling* o a contar historias basadas en hechos reales. Lo cierto, como veremos en el capítulo de resultados, es que los productores se inclinan, sobre todo, por el podcast narrativo, y, otra buena parte, por el podcast documental, para explicar que sus podcasts son sobre hechos documentados o hechos reales narrados.

Las grandes plataformas, como Spotify e Ivoox, no clasifican los podcasts por narrativos. Spotify tiene las categorías de video podcasts, humor, *wellness and health* (bienestar y salud), historias (ficción principalmente y algunas de true crime), contenidos educativos, ficción, arte y entretenimiento, relaciones, cuidado personal, crímenes reales, noticias y política, historia, sexo, podcasts para meditar e idiomas. Mientras, Ivoox los agrupa en deportes, ciencia y cultura, ocio, actualidad y sociedad, música, bienestar y familia, y empresa y tecnología.

Los pocos estudios, en cambio, sí los clasifican como tales. Resulta interesante la propuesta del Observatorio de Nebrija (Pedrero et al., 2023), que divide primero entre géneros narrativos de no ficción y de ficción. Dentro de los primeros agrupa los narrativos basados en hechos reales, y después clasifica los subgéneros más usados dentro de ellos, como el documental sonoro, el desarrollo personal, el humor y el ensayo sonoro. Aun cuando estas subclasificaciones pueden revisarse, ofrecen una categorización inicial que puede ser útil para el análisis.

Así, los estudios disponibles a la fecha, como Ivoox en España (2023) clasifican el podcast narrativo dentro de los “formatos” narrativos de no ficción o narrativos documentales, y el Observatorio de Nebrija (Pedrero Esteban et al., 2023) en “géneros” narrativos o documentales, o narrativos de no ficción. En América Latina, en tanto, el formato “narrativo/ documental” (Podcasteros, 2022) se usa indistintamente para referirse al podcast narrativo. Vale decir, se puede entender este podcast como narrativo de no ficción denominándolo indistintamente como narrativo o documental. Solo difieren en nombrarlo como género o formato.

Sintetizando este primer acercamiento, sobre la base de lo conocido hasta ahora, los géneros radiofónicos, tanto de realidad como ficcionales, son llevados al podcast narrativo y son usados en la medida en que lo requiera la historia o la narrativa

propuesta por los productores. Aunque ello parece ser la base más concreta, veremos que también cobrará importancia el uso de narrativas más libres -menos apegadas a la tradición periodística radiofónica-, el uso de otras técnicas, como la historia de vida, y herramientas, como el archivo sonoro, y finalmente otra concepción del espacio y del tiempo de las narrativas sonoras digitales.

El podcast narrativo o documental reúne de mejor forma a los productores en torno a la definición de sus historias narrativas no ficción. Se decantan por el podcast narrativo, principalmente, y otra buena parte por el podcast documental para referirse al tipo de podcast que estamos analizando. Mientras los estudios a la fecha usan ambos términos indistintos, y lo califican tanto de género como de formato.

5.1.2. Antecedentes de las narrativas de no ficción

En un esfuerzo teórico muy interesante, Santos y Peixinho (2019) hacen un análisis del origen y evolución de las narrativas sonoras no ficcionales que se remontan a los años 20 del siglo pasado, cuando la BBC comenzó a mezclar sonido ambiente y narración, y después sumó la dramatización y la poesía (McHugh, 2016). Mientras, desde los años '60, la portabilidad permitió salir más fácilmente de los estudios de radio para captar la realidad y recoger las historias cotidianas de la gente y la sonoridad que las envuelve (Madsen, 2013; Rodríguez Ortiz, 2021). Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) agregan que desde esta época, del Nuevo Periodismo surgido en Colombia y bautizado por el escritor Tom Wolfe, surgen los rasgos del periodismo sonoro: “investigación, uso de la primera persona, presencia en el lugar de los hechos, tratamiento de hechos noticiosos pero desligados de la actualidad inmediata...” (p. 154).

Después de esta segunda época, el *storytelling* de no ficción vivió un periodo de olvido hasta finales del siglo XX, advierten Santos y Peixinho (2019). Esto cambiaría completamente, con Ira Glass como presentador y productor de *This American Life* (1995) de la radio pública norteamericana (NPR), cuyo espacio “fue pionero en una nueva forma de periodismo narrativo en audio”, ya que le dio a este tipo de “-historias contadas con trama y personajes, y un sonido informal y familiar- una visibilidad que nunca había tenido” destaca el mismo Glass en *The New York Times* (Glass, 2020, diciembre 16).

En paralelo a esta historia, el 2011 nace Radio Ambulante, un referente de la crónica sonora de habla hispana y del pódcast narrativo, que llegó a la radio pública norteamericana, NPR, en 2016. Influenciado por el modelo de *This American Life*, Radio Ambulante “se alinea a una tradición de programas de periodismo radiofónico, representada en los Estados Unidos por la *National Public Radio* (NPR), fundada en 1970 y fuertemente presente en el universo de los pódcast” (Vicente y Lima, 2021, p.258). Este pódcast, que lleva la crónica de prensa a la radio, destaca por la profundidad de la investigación, por la viveza del relato y por la voz narradora que nos conecta con esos escenarios reales. Recientemente, Radio Ambulante Studios obtuvo el Premio Ondas Globales del Podcast a la Trayectoria y Consolidación del Podcast en España y Latinoamérica para (2023), “por haberse convertido en una referencia total para el periodismo, renovando el estilo y la fórmula y creando una escuela genuina de contar historias”, dictaminó el jurado.

El éxito de este periodismo narrativo sonoro se logró el 2014. Ese año, en Estados Unidos, una historia basada en un crimen real (*true crime*) y contada por sus protagonistas atrapó a la audiencia norteamericana. El responsable fue el pódcast *Serial*. Durante 12 episodios, la periodista Sarah Koenig hizo un *spin off* de *This American life*, en colaboración con *Chicago Public Radio* y *Public Radio Exchange*, para narrar los detalles del caso del paquistaní Adnan Syed, quien fue condenado a cadena perpetua por haber estrangulado a su exnovia y compañera de clases de 17 años, la surcoreana Hae Min Lee, en enero de 1999 en Baltimore, estado de Maryland.

Pese a ser un caso desconocido hasta 2014 y cuando Syed ya llevaba varios años en la cárcel, la presentadora Sara Koenig contó los pormenores del asesinato y entregó nuevas evidencias que pusieron en duda si Syed era culpable. Con 2 millones de descargas por episodio, diciembre de 2014 no terminó igual para el naciente mercado del pódcast. No solo “*Serial* revolucionó los podcasts y abrió las puertas del *true crime* al audio”, señala Jiménez en El País (2022, septiembre 20), sino que logró que el caso se reabriera y, después de estar 23 años en la cárcel, una jueza anuló la condena del protagonista. Ese día un nuevo capítulo se escribió en la historia estadounidense. Esa historia, que el pódcast reveló, también quedó registrada en un nuevo episodio del

pódcast narrativo más famoso de no ficción: el episodio 13⁴ dedicado a la liberación de Syed, según destaca la cadena CNN (Respers, 2022, septiembre 20).

Pese a que el caso sigue, pues en noviembre de 2023 se decidió anular el juicio a petición de la familia de la víctima, lo cierto es que el pódcast ha logrado más de 300 millones de descargas, según sus productores, y destaca por varios atributos: entre ellos, que es el primer pódcast narrativo de la historia (Voikers, 2023) y comenzó con él la segunda era del podcasting, según Bonini (2015), al provocar la masificación del formato, después de su nacimiento en 2004: “Serial no es el único de los grandes éxitos de la narrativa de la radio pública, sino que también representa el punto de inflexión de la segunda era del podcasting: es el programa que ha hecho que esta tecnología de distribución se haga general y se haya transformado en un ‘medio de masas’” (p. 28).

Así, en 2024 se cumplen 10 años de la explosión del género narrativo de no ficción con el pódcast *Serial*. Este éxito en lengua inglesa también tuvo su contraparte en habla hispana, dos años más tarde que el *true crime* de Koenig. Los periodistas españoles José Ángel Esteban y Carles Porta dieron el golpe de gracia con el primer pódcast narrativo en España en 2016: *Le llamaban padre*⁵, producido por Podium Podcast. Este “documental sonoro”, como lo calificó El Cañonazo (2017) o “serie de reportajes en audio”, como lo denominó El País (2017, abril 6), ganó una mención especial en los premios de Periodismo Ortega y Gasset en 2017 por la historia de David Donet, un vecino de Castellldans, Lleida, comunidad catalana, quien fue condenado a 51 años de cárcel por abusar, durante 17 años, de seis niños que tenía bajo su tutela. Basado en el libro *Le llamaban padre*, que ganó el premio Godó de reporterismo y ensayo periodístico en 2015, esta historia, descubierta en 2013 y contada en siete episodios, atrapa tanto por su realismo como por el manejo del suspense y de los efectos sonoros que envuelven al oyente. Después, cada uno de sus siete episodios se complementa con el backstage de “Así se hizo” cada capítulo, los que fueron producidos en exclusiva para Apple

⁴ <https://serialpodcast.org/> Aun cuando Serial tuvo una segunda temporada de 11 episodios (2015 y 2016) y una tercera con 9 (2018) estos corresponden a otros casos o sucesos. Así la primera temporada de 12 episodios volvió a cobrar fuerza con el episodio 13 correspondiente a la liberación de Syed (2022).

⁵ <https://www.podiumpodcast.com/podcasts/le-llamaban-padre-podium-os/>

Podcast, plataforma que clasifica la producción como “periodismo de investigación y nuevas narrativas”.

Para Pedrero Esteban (2022, enero 18) “se trata seguramente de la variante de podcast periodístico con mayor recorrido en nuestro país”. Un podcast, ya sea como reportaje sonoro, documental sonoro o narrativo, que se entronca con el periodismo de investigación, en este caso, periodismo sonoro de investigación. Así, entonces, nos estamos acercando al podcast narrativo más cercano al periodismo.

Esta serie se entiende como pionera, no solo de este formato en habla hispana sino que también apostó por explorar las narrativas transmedias de no ficción (Irigaray y Lovato, 2015) y desarrollar un periodismo transmedia (Rost et al., 2016), ya que del libro se pasa a la serie y de la serie se pasa a la historia de cómo se hizo la historia, complementando de esta forma narrativas, soportes y puntos de vista sobre un caso de connotación pública y de interés narrativo e investigativo. Carles Portas destaca a propósito del éxito de *Crims* en la radio y la televisión catalana, después en toda España, en plataformas de audio, como Audible, y audiovisuales, en Atresmedia y Movistar+, que “nuestro mérito está en cómo contamos las historias alrededor de los crímenes, porque de crímenes se ha hablado toda la vida, toda la vida ha habido crónica negra pero el cómo lo hacemos es lo que nos ha hecho transversales y globales. Lo hacemos sin sangre, sin sensacionalismo pero manteniendo el thriller, la tensión (...)” (Palazón, 2024, diciembre 1).

Hasta aquí, entonces, podemos distinguir dos referentes iniciales, tanto en inglés como en español, del podcast narrativo. Uno más cercano a la crónica y al periodismo de investigación y otro vinculado al *true crime*, lo cuales van dialogando, como veremos posteriormente.

¿Cómo profundizar en dichas etiquetas? ¿qué otras características encontramos, a medida que se ha ido desarrollando este género durante una década? Lo describiremos en breve.

Lo cierto, por ahora, es que Ira Glass sigue sorprendiendo y nos deja varias huellas que seguir. Ganador del primer Premio Pulitzer, en 2020, en la categoría de audio por el

reportaje *The Out Crowd*⁶, de *This American Life*, Glass aborda la política de Donald Trump con los inmigrantes mexicanos y los crueles efectos humanos que ella ha tenido. Este periodismo narrativo en audio ("*narrative journalism*", como el mismo Ira Glass lo llamó), no es otra cosa que "el redescubrimiento de la palabra escuchada", expresado en la radio y después plenamente en el pódcast, resaltan Santos y Peixinho (2019): "En efecto, cuando hoy miramos el consumo de estos formatos, encontramos eso mismo: un espacio de redescubrimiento de la palabra escuchada. Más concretamente, un interés por la narrativa, por el *storytelling* y -no menos importante- por la historia del otro" (p. 150).

Gutiérrez, Sellas y Esteban (2019) precisan que "(...) el interés por el pódcast narrativo no es un fenómeno aislado. Podemos ubicarlo junto con el desarrollo de nuevos proyectos periodísticos, especialmente en internet, pero también en el ámbito impreso, que reivindican un periodismo de cocción lenta y rechazan la inmediatez como premisa" (p. 131).

Es tan prometedora esta época que estamos viviendo que el futuro del periodismo se expresará en las narraciones sonoras, sostiene Espinosa de los Monteros, directora general de PRISA Audio: "gran parte de las mejores historias o, mejor dicho, gran parte del mejor periodismo narrativo actualmente se está contando a través del sonido (...) Lo están haciendo medios de comunicación que están apostando y están invirtiendo en audio, en formar a periodistas que entiendan el lenguaje sonoro, tan distinto al escrito, pero también muchas plataformas tecnológicas en Spotify y Amazon Music, en YouTube, están apostando por este tipo de contenido" (Díaz, 2023, julio 1).

La periodista y crítica de pódcast de *The New Yorker*, Rebecca Mead, dijo que "Ochenta y tantos años después de que (Walter) Benjamin escribiera sobre el declive de la narración de historias, vivimos en una nueva era dorada de la misma, en forma de podcast" (Mead, 2018, noviembre 12), cuya narración en audio no deja de ser transformadora.

Esto ha permitido que el pódcast narrativo de no ficción en español y portugués, como lo confirmarán los entrevistados, recoja y se nutra de la herencia del *storytelling* y del

⁶ <https://www.thisamericanlife.org/688/the-out-crowd>

periodismo narrativo; del *true crime* norteamericano, de la crónica latinoamericana, de la historia de vida y del documental sonoro, entre otros afluentes. El caso de Radio Ambulante resulta paradigmático en relación con el ecosistema iberoamericano, ya que es pionera y referente del podcast narrativo en español, hasta llegar a estar hoy en la NPR One y las plataformas de podcast. A la vez es una de las más importantes representantes de la tradición del nuevo periodismo sonoro de la radio pública norteamericana, fuera del idioma inglés (Vicente y De Lima, 2021). Además, este podcast creado por Daniel Alarcón y Carolina Guerrero se caracterizó desde los inicios por el financiamiento colectivo de los oyentes o *crowdfunding*. En este sentido “representa un nuevo paradigma para el periodismo radiofónico y la producción que está bien alineada con las características de la economía digital de hoy” (Fernández Sande, 2015, p. 228).

5.1.3. Características del podcast narrativo

A 10 años del inicio de este tipo de podcast podemos reconocer algunas características generales y específicas, que permiten definir en parte sus contornos, su materia prima y su estructura, aunque estos aspectos provengan más veces de los relatos profesionales de quienes hacen este tipo de podcast que de resultados de investigaciones académicas. Por tanto, aquí se hace un primer esfuerzo sistemático por explorar y describir lo que podemos entender por podcast narrativo.

5.1.3.1. El podcast narrativo dentro de los macrogéneros

Primero, recogiendo la útil clasificación del Observatorio de Nebrija (Pedrero et al., 2023) que distingue entre macrogéneros conversacionales, narrativos de ficción y narrativos de no ficción, entenderemos el podcast narrativo dentro de los macrogéneros no ficcionales (Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023).

Después de haber hecho algunas consideraciones para aproximarnos al podcast narrativo, y de haber descubierto sus antecedentes y sus expresiones más nítidas en los podcast *Serial* y *Le llamaban padre*, podemos entender el podcast narrativo como “un formato de audio que se caracteriza por contar una historia real de manera serializada, narrada por un presentador o narrador. En este formato, el presentador o narrador

introduce la historia y la va desarrollando a lo largo de varios episodios, generando suspenso y manteniendo la atención del oyente” (Voikers, 2023).

Gutiérrez, Sellas y Esteban (2019), además de valorar la flexibilidad que tiene el podcast narrativo, destacan el lugar clave que tiene el periodista narrador en este “género de autor ligado al periodismo: uno de los elementos fundamentales para construir la experiencia sonora de su recepción es la implicación del periodista, del narrador, clave para despertar el interés del oyente e incitar al seguimiento de la historia” (p. 139)

Santos y Peixinho (2019) precisan que el podcast narrativo de no ficción está fundado en hechos reales (*real lives*) o *storytelling* basado en las historias de sus personajes, lo que es un buen gancho para conectar con la audiencia y que ella empatee, se sensibilice o se vincule con ellos. Gutiérrez, Sellas y Esteban (2019) suman otro ingrediente para su definición: si bien el podcast narrativo tiene un compromiso con la urgencia y conecta con la actualidad inmediata, este “permite explicar vidas y situaciones, abordar casos irresueltos, mostrar lo desconocido, ofrecer nuevos enfoques a cuestiones ya tratadas, profundizar en hechos pasados o explicar las consecuencias de lo sucedido” (p. 133-134).

En esta línea, Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) entienden que el podcast narrativo de no ficción “es una variante del audio bajo demanda asociado a los grandes reportajes y documentales de la radio (Legorburu, Edo y García-González, 2021), pero a través de estructuras y recursos sonoros (ambientes, planos, músicas, efectos...) menos vinculados a la inmediatez y más a la serenidad y la profundidad” (p. 154).

Así podemos sostener que el podcast narrativo es un formato dentro de los macrogéneros no ficcionales, que cuenta historias reales en una serie de episodios utilizando técnicas de investigación propias del periodismo, como también otras herramientas de las ciencias sociales, de la comunicación y de las artes, sin dejar de experimentar con géneros o estructuras narrativas que no responden necesariamente a la tradición periodística y radiofónica. Un rol clave cumple el narrador o narradora ya que, apoyado en un diseño sonoro muy cuidado, logra involucrar al oyente en la historia y conectar con los personajes que le dan vida a ella. De esta forma, se logra un rol activo

del oyente para participar y convertirse en un co-conspirador (Boling, 2017) o co-investigador (Spinelli y Dann, 2019), si atendemos a los casos de *true crime*.

Dicho esto, a continuación abordamos sus dos principales expresiones: como narrativo documental y como *true crime*, dentro de los pódcast narrativos de no ficción (López Villafranca, 2021), para después describir los subgéneros, herramientas y técnicas que son empleadas para contar la historia, como también sus principales señas que lo distinguen como producto sonoro digital y lo hacen distintivo frente a un producto de radio convencional: la historia misma, la participación de la audiencia y una estructura que comprometa al oyente con una escucha atenta e inmersiva facilitada por el narrador.

5.1.3.2. Lo narrativo documental como investigación periodística

El podcast narrativo, como plantean Gutiérrez, Sellas y Esteban (2019) construye una narrativa que lo aleja de la mera exposición de los hechos para contar la historia en profundidad, circunscribiéndose así dentro de la denominación de periodismo lento o *slow journalism*. Esta tendencia “emerge como reacción a la tendencia periodística dominante de la novedad, la brevedad y la instantaneidad, y que invita a repensar los tiempos necesarios para producir y consumir una información rigurosa, creativa y de calidad” (Rosique-Cedillo y Barranquero-Carretero, 2015, p.451). Morton (2021, septiembre 11) sostiene, en este sentido, que el sello de los pódcast narrativos es que “están bien investigados, diligentemente comprobados”, para que ningún detalle se escape y se vaya dosificando dicha información a lo largo de la historia que es contada en episodios.

Mariana Vaccaro, editora de Podcasteros afirmó a la revista *LatAm Journalism Review*, del Centro Knight para el Periodismo en las Américas, que “hay podcasts que son periodísticos pero que no son de noticias, porque no están tan atados a la coyuntura de la novedad que está sucediendo en el momento”. A esto agrega que “en un momento había muchos podcasts emulando de alguna forma ese formato que había propuesto Radio Ambulante, de crónica narrativa en audio. Desde ese lugar, no me sorprende que [la ‘Investigación Periodística’] sea una de las temáticas más escuchadas” (López Linares, 2022, octubre 3).

En la relación entre el podcast narrativo y el periodismo se pueden encontrar varias señas. La vicepresidenta de la Asociación Brasileña de Podcasters, Eugenia Cabral, sostuvo, a este mismo medio, que el podcast narrativo aplica herramientas del periodismo, tales como las técnicas de investigación y las entrevistas, que mezcladas con un buen diseño sonoro, pueden captar el interés de los oyentes, como ocurrió, en su opinión, con el podcast *Praia dos Ossos*, que estuvo en los top de podcast en Brasil en 2020, tanto en Apple como Spotify (López Linares, 2022, octubre 3). Esta producción, que es parte de la muestra de análisis de esta investigación y narra el famoso femicidio de la socialité brasileira Ângela Diniz a manos de su pareja en 1976, es un ejemplo de aquellos casos que fueron noticia en su momento y que después el podcast narrativo documental profundiza y lo explica desde otras perspectivas. Además de vincular, aquí lo narrativo documental con el *true crime*, sobre el cual discutiremos en breve, el podcast da la libertad de ocupar otros ritmos y narrativas que en los medios tradicionales no serían del todo posible.

“El formato en audio nos permite una libertad tremenda. Podemos hacer uso de algunos tipos de textos que tiene el periodismo cultural, que tiene la narrativa, como personajes, *flashbacks*, *flashforwards* (...)”, remató Cabral a propósito de la vinculación entre el podcast narrativo y el periodismo (López Linares, 2022, octubre 3).

Santos y Peixinho (2019) matizan la máxima periodística de la objetividad para poner la historia en una relación estrecha entre el narrador/investigador y el oyente: “en el contexto que aquí se aborda, de los podcast, no encontramos una narrativa tendencialmente aséptica y distanciada, a veces tan característica del enfoque periodístico. Encontramos, al revés, una enorme proximidad que resulta de dos aspectos: de la relación establecida entre el locutor y el oyente y, sobre todo, del foco en las narrativas personales no ficcionales” (p. 151). Esto será una característica específica del podcast narrativo como es el uso de la historia de vida, ya sea del narrador mismo protagonista, cuyo ejemplo lo encontramos más recientemente en *Te Busco* (de Las Raras y Podium Podcast Chile, 2023) o en las historias de vida de los personajes principales que mueven la historia, como por ejemplo Martín en *Si no sabéis de mí*, cuyo podcast español de producciones del KO es analizado en este estudio.

Ahora bien, por primera vez en 2023 se hace un estudio más pormenorizado de los pódcast de noticias a nivel mundial y se propone una clasificación interesante en relación con los pódcast documentales o narrativos, que pueden ser útiles para esta investigación, (Newman, 2023, junio 23). Se identificaron cuatro grupos de pódcast, en orden ascendente de duración: resúmenes de noticias (1 a 10 minutos), podcasts de profundización (20 minutos, donde se examinan uno o dos temas en detalle, con un estilo narrativo y un diseño de sonido), documentales (de 20 a 40 minutos, en formato de serie de estilo narrativo, donde se desarrolla un tema en múltiples episodios), y charla extendida (de 1 a 4 horas de duración, generalmente en una mesa redonda con varios invitados o panelistas). Es decir, aquí se suma un nuevo elemento que permite reconocer la contribución del periodismo al pódcast narrativo: temas de actualidad desarrollados en estilo narrativo y seriado, basados en hechos y fuentes reales investigadas, y con una duración promedio entre 20 y 40 minutos.

Esta dosis de pódcast periodístico, que se expresa en el *daily*, por ejemplo, en *The Daily* de *The New York Times* o *Café da manha* de *Folha de São Paulo*, aunque con mayor profundidad y en clave narrativa, ha logrado convertirse en un género en sí mismo, señala El País destacando sus propias producciones: “Los reconocimientos también indican que el podcast periodístico, además de un formato, es un género en sí mismo” (Cruz, 2022, noviembre 14). Es decir, de la pura actualidad se pasan a vidas anónimas, como independizarse a los ’70, cuyo pódcast fue producido por *Hoy en El País* o historias con más investigación. El pódcast *El silencio roto*, una miniserie sonora sobre la investigación de los abusos sexuales cometidos por la Iglesia española, o *Los papeles de Bárcenas* que devela cómo el Partido Popular de España se las ingenió para recibir donaciones ilegales y pagar sobresueldos a su cúpula directiva.

De este tipo de pódcast bebe el pódcast narrativo, de la profundidad de la investigación, pero abre el género a otros subgéneros, otros escenarios sonoros y otras posibilidades narrativas. Lo que hace la diferencia, aunque fluida y dialogante, entre los pódcast periodísticos propiamente tal y los pódcast narrativos.

En este proceso, en que la literatura académica está avanzando en el análisis de los tipos de pódcast, se rescata la opinión de los creadores y se hace escucha crítica de las

producciones, se pueden reconocer variantes del podcast narrativo, según Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023). Estas se nutren de los géneros radiofónicos y de las diferencias entre el reportaje, el documental y el informe, aunque “la libertad y creatividad del audio bajo demanda diluye muchas de las marcas asociadas a esas variantes” (p. 156).

Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) plantean que existen varios tipos de podcast narrativos, como el *daily* o informativo diario, el reportaje, el documental, el *true crime* y el ensayo sonoro, el que “combina la narrativa oral y la reflexividad académica para divulgar la investigación científica-politológica” (p. 161) cuya mejor expresión es Solaris⁷ de Podium podcast. Sin embargo, el gran error de esta clasificación es que los autores dan a entender estos subgéneros como géneros en sí mismos dentro del podcast narrativo. Por el contrario, cómo argumentaremos más adelante en mayor profundidad, el podcast narrativo contiene a dichos géneros, los combina o experimenta con otros, incluso con aquellos artísticos radiofónicos como el *feature* o la ficción.

5.1.3.3. *True crime*

Dentro de los macrogéneros narrativos de no ficción, además del narrativo documental, encontramos el *true crime*, cuyo género echa sus raíces en la literatura, pero ha logrado cautivar a las audiencias, a través del cine, las plataformas y los podcast. Este género, como lo describe Romero (2020), combina lo narrativo, buscando reconstruir y clarificar el crimen, con lo ficcional para recrear los hechos pasados sobre los cuales no se tiene registros ni fuentes directas o primarias. En esta hibridez, entre información y entretenimiento, no está ajena a una cierta dosis de sensacionalismo para capturar a los oyentes o espectadores, sostiene la misma investigadora.

Las raíces más tempranas se encuentran al menos en la Edad Media, basadas en la narrativa clásica aristotélica, como argumenta Sánchez Esparza et al. (2023), lo que supone más que una ruptura una continuidad de dicha narrativa. A propósito del análisis de la serie documental de RTVE play *Lucía en la telaraña* (2021), Sánchez Esparza et al. (2023) plantea que el orden, y en este caso un orden cronológico como recurso retórico

⁷ <https://www.podiumpodcast.com/podcasts/solaris-podium-os/> que tuvo tres temporadas entre 2020 y 2021. Ganó en 2022 el premio Ondas al Mejor Podcast Experimental.

para contar la historia, ha sido clave en esta docuserie. A su vez para muchos *true crime* es la “base de la metodología utilizada por los guionistas para hacer comprensible y entretenida una trama compleja, que no había podido ser correctamente contada en las informaciones de la prensa local, debido a sus condicionantes de tiempo y espacio. La fusión entre el rigor en la investigación periodística y los recursos ficcionales teje de forma armónica y eficaz las piezas del relato” (p. 43).

La historia y las causas que rodean los crímenes espantosos han sido de interés popular. En efecto, desde mediados del siglo XV los llamados panfletos sobre asesinatos o “*murder pamphlets*” se popularizaron en las esquinas de plazas, quioscos y librerías, entre otros lugares de reunión o encuentro. “Por lo general, un impresor local redactaba un panfleto que afirmaba ser un relato verídico de un asesinato, que constaba de una narración, una transcripción del juicio y/o una confesión escrita del asesino antes de su ejecución” (New York Heritage, s/f).

En las colecciones digitales de *New York Heritage*, aportadas por más de 400 museos e instituciones de este estado, que van desde la época colonial hasta el presente, se pueden encontrar *murder pamphlets*. Gracias a la contribución del *Fenimore Art Museum* se pone a disposición las portadas de 124 folletos y 37 textos completos⁸ de estos panfletos, desde al siglo XVIII al XX.

Aun cuando Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) sitúan el interés por estas historias desde el siglo XVII -y no desde el siglo XV- lo cierto es que en su época más actual “fue el Nuevo Periodismo el que ayudó a cristalizar el género en la segunda mitad del siglo XX” (p. 159). *A sangre fría* de Truman Capote dio origen a ese Nuevo Periodismo o “novela de no ficción”, como él mismo la bautizó (Escobar, 2019, noviembre 15). La historia sobre dos delincuentes que asesinan a toda una familia -incluyendo el degüello del padre y la violación de la hija- para robar una caja fuerte fue entregada por partes en *The New Yorker* en 1965 y después se publicó como libro al año siguiente.

Si los *murder pamphlets* fueron desde el siglo XV -y siguen siendo- fuente de interés de historiadores y novelistas policiales, la prensa después pasó a ser la tribuna de crímenes

⁸ <https://nyheritage.org/collections/murder-pamphlet-collection-full-text>

con su buena dosis de sensacionalismo para cautivar y entretener a los lectores. “El relato de crímenes irrumpe con fuerza en la prensa francesa a partir de 1836 en la novela por entregas o folletín” (Laguna-Platero y Martínez-Gallego, 2022, p. 228). Esta misma inspiración fue la que tuvo Truman Capote, quien supo del asesinato de esta familia de Kansas a través del periódico, para luego ofrecer un relato pormenorizado que cambió la forma de entender este subgénero del periodismo otorgándole mayor popularidad: la narración larga y una narrativa del crimen entendido como entretenimiento (Sherrill, 2022).

5.1.3.3.1. ¿Y cuándo fue el salto al pódcast?

Sobre la base de este interés más masivo por las novelas de no ficción, basadas en hechos reales, se da a inicios del siglo XX el salto a las plataformas digitales del pódcast. Si bien *Serial* (2014) se plantea como un efecto bisagra para el *true crime* del formato (Hardey y James, 2022), lo cierto es, sostiene Sherrill (2022), que *True Murder* (2010) y *Generation Why* (2012), fueron sus antecesores. El primero, donde el presentador o *host* Dan Zupansky entrevista a autores de novelas de no ficción relacionadas con crímenes reales de todos los tiempos, y el segundo, dos amigos, Aaron y Justin, analizan teorías y opinan sobre crímenes y casos sin resolver. El fenómeno es tan incontestable que ambos pódcast siguen vivos, con episodios semana a semana. *True Murder* ha completado 780 episodios hasta enero de 2024⁹, mientras *Generation Why* lleva 554 hasta la misma fecha, definiéndose como “pionero en el género del *true crime* en el mundo del pódcast”, según reza su sitio¹⁰, además de que se puede acceder a todos los episodios sin publicidad para los suscriptores de Wondery+¹¹.

Sherrill (2022), al respecto, plantea una interesante paradoja. Por una parte, el *true crime* “tradicional” se centra en el doble juego entre la moral y la ley y el orden, y los detalles más espeluznantes y horrorosos de esos crímenes, mientras, por otra, los pódcast sucesores de *Serial*, “como *Undisclosed* y *Suspect Convictions*, abordan críticas pasadas al género del *true crime*, por ejemplo cómo la gente de color, los pobres, las personas LGBTQIA+ y otros miembros marginados de la sociedad a menudo fueron

⁹ <https://podcasts.apple.com/us/podcast/true-murder-the-most-shocking-killers/id393525078>

¹⁰ <https://genwhypod.com/pages/about-us>

¹¹ <https://wondery.com/shows/generation-why/>

retratados como criminales en un *true crime*, pero rara vez como víctimas. Estos podcasts proporcionan una plataforma para víctimas sin voz y han sido descritas como más ‘legítimas’, menos vulgares representaciones de la narración de crímenes que las narrativas de crímenes reales anteriores” (p. 1474). Esto entroncará, posteriormente, con lo que indican algunos productores del *true crime* de Sudamérica, como Argentina y Brasil, que buscan distanciarse del *true crime* clásico norteamericano, para indagar en otras narrativas del crimen. Hoy también podemos ver una búsqueda al respecto, o propuestas alternativas, como el recientemente estrenado pódcast *Crímenes del siglo XXI: el relato de víctimas e investigadores*¹², por RTVE audio de España, en enero de 2024.

Sherrill (2022) apuesta con esto a entender cómo ha evolucionado el género dentro del ecosistema del pódcast. Ella se ubica desde la ecología organizacional como perspectiva sociológica, para vincular externa e internamente a las organizaciones/medios con sus públicos oyentes. Por ello, entiende que el “fenómeno” del podcasting y de *Serial*, específicamente, se deben a factores ambientales y tecnológicos, por ejemplo, cuando Pioneer sacó al mercado en 2011 el primer estéreo para automóviles conectados a una app telefónica, después cuando Apple estrenó en 2012 la primera app de pódcast separada de iTunes y, años después, en 2018 Google habilitó su plataforma de pódcast para Android.

Esta popularidad del género se expresa también en cifras. Ivoox¹³ tiene a la fecha 1.000 episodios dedicados al *true crime* y la BBC sounds¹⁴ tiene 71 episodios en esta categoría. Hilando más fino, el Observatorio de Nebrija del Español identificó en 2022, 19 estrenos de *true crime* en las plataformas españolas, lo que significa un 10% del total de las 129 producciones de pódcast narrativos de no ficción (Pedrero Esteban et al., 2023). Una muestra, que en su conjunto, revela cómo el género ha logrado posicionarse y tomar vida propia dentro de los pódcast de no ficción.

¹² <https://www.rtve.es/television/20240119/primer-podcast-true-crime-protagonizado-victimas/15923479.shtml>

¹³ https://www.ivoox.com/podcasts-true-crime_sa_f91106031_1.html?o=suggestion

¹⁴ <https://www.bbc.co.uk/sounds/podcasts/factual-crimeandjustice-truecrime>

Aun cuando no debemos pasar por alto los matices que hace Sherrill (2022), el análisis múltiple de *Serial*, que ha sido el pódcast más estudiado como “fenómeno” del éxito del *true crime*, otorga varias luces sobre este tipo de género sonoro. Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) reconocen que, a raíz de *Serial* y emulando las producciones de Netflix y HBO, el *true crime* debe atrapar con su historia, tanto por la forma innovadora de contarla como por el desarrollo de la trama en etapas, semana a semana, para lograr mantener enganchados a los oyentes con el universo narrativo.

Carles Porta, destacado productor del *true crime* en España, da algunas pistas para diferenciarlo de otros géneros, como la crónica roja, que acentúa los hechos sangrientos de manera sensacionalista, excluyendo el impacto y los contextos sociales de esos sucesos (Fundación Gabo, 2017, septiembre 15):

“Hay muchos productos que se venden como *true crime* que no son *true crime*. Son reportajes largos y bonitos, bien hechos, desde luego. Pero el *true crime*, para mí, es un género narrativo con introducción, nudo, desenlace, protagonistas y, desde luego, con un trabajo de cocina, de perspectiva, de tiempo, que hace que esto sea algo más que periodismo” (Rivera, 2023, marzo 17).

Además, el rol del narrador o presentador es clave para lograr la conexión personal e intimidad con la audiencia como demuestra *Serial*, ya que Sara Koenig entrega detalles y expresa su perspectiva (Bouzis, 2017), dejando en claro que ella no es abogada ni reportera de crónica roja (Bruzzi, 2022). Spinelli y Dann (2019) sostienen que con *Serial* los auditores se convirtieron en verdaderos coinvestigadores, manteniendo su compromiso con la historia. Linares de Palomar y Neira Borrajo (2017) destacan, en este sentido, la participación de la audiencia: “una audiencia altamente enganchada y con un gran nivel de atención ante un caso que, aunque esté ficcionado parte de un hecho real. La alta generación de recursos multiplataformas que se han generado en torno a *Serial*, especialmente la propia web del programa, ofreciendo muchos recursos a los seguidores” (p. 80). Para Boling (2019) esto indica que este tipo de pódcast demuestra la relación entre la audiencia y el productor, la que es diferente de otros medios que hacen *true crime*.

Así, el *true crime* se plantea como un género de no ficción “en el que se examina un suceso (crímenes, secuestros, robos...) y se detallan los hechos, las investigaciones policiales y las resoluciones judiciales en torno a sus circunstancias” (Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023, p. 158), apoyándose tanto en la estructura del texto periodístico (Sánchez Esparza et al., 2023), como en el texto literario de no ficción (Walldman, 2020), con un fuerte compromiso del narrador (Bouzis, 2017). En un recorrido sintético, pero a la vez muy ilustrativo, de los podcasts exitosos en tanto en España como en Estados Unidos, después de *Serial*, López Villafranca (2021) reconoce rasgos comunes que hablan de cómo se construye este género: “son fruto de una hibridación entre literatura, periodismo y ficción. Este tipo de producciones sonoras tienen un matiz literario, con una narrativa parecida a la del reportaje, que incluye entrevistas e incorpora la ficción para ilustrar sonoramente cada episodio” (p. 185).

5.1.3.4. Los subgéneros del podcast narrativo

El podcast narrativo es un género de autor, flexible y maleable (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019).

Esa misma ductilidad y maleabilidad le dan a este tipo de podcast la posibilidad de cubrir e incluir una serie de géneros, aun cuando las fronteras son fluidas y se esté en proceso de analizar y clasificar los géneros dentro del podcast. Santos y Peixinho (2019) reconocen la difícil conceptualización y categorización de los podcast y sus narrativas, mientras, Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) advierten que “la sistematización de los géneros del podcasting resulta todavía prematura, si bien pueden identificarse aspectos narrativos y estéticos propios frente a los géneros radiofónicos” (p. 155-156). En efecto, se llevan a este formato sonoro, los géneros periodísticos radiofónicos que han sido parte de la tradición del medio.

Recapitulando hasta aquí, hemos hecho un recorrido desde el macrogénero de los podcast narrativos de no ficción, pasando por los géneros narrativo documental y *true crime*, para llegar a identificar a continuación los subgéneros que son parte de las producciones de podcast narrativos.

Valiéndonos de la tradición de los géneros periodísticos radiofónicos (Martínez Costa y Herrera Damas, 2004), se pueden reconocer varias propuestas de clasificación y análisis de estos géneros. Estas fluctúan entre la diferencia básica entre hechos y opiniones (Faus, 1974), estructuras de monólogo y diálogo (Merayo y Pérez Álvarez, 2001), la intención del emisor (Haye, 2003), y una propuesta más elaborada, que intenta recoger e integrar estas distintas perspectivas basadas en la finalidad del discurso y la estructura de presentación, con variables descriptivas específicas de los discursos de la radio asociadas al contenido, los recursos estilísticos, las condiciones de producción y realización, y la integración en la programación (Martínez Costa y Herrera Damas, 2004). Más recientemente, López Villafranca (2021) ha hecho una revisión y actualización de estos géneros y formatos incluyendo el podcast, los cuales los clasifica en informativos, narrativos (incluyendo el narrativo de investigación y el *true crime*), transmedia y audiovisuales.

Sobre la base de estas tipologías, principalmente de informativos, y la propuesta de Iges (1997), que plantea una clasificación de los géneros artísticos radiofónicos, podemos identificar una serie de géneros, tanto de ficción como de no ficción que están presentes dentro del podcast narrativo. Aun cuando habíamos dicho que la categorización de Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) adolece de una caracterización más flexible de los subgéneros del podcast narrativo, clasificados en reportaje, documental, *true crime*, ensayo sonoro y el *daily* o informativo diario, pues varios de ellos se pueden encontrar en un mismo episodio o serie, y no están en estado “puro” o por sí solos, aprovechamos las bondades de su identificación para asomarnos a los subgéneros más posibles de encontrar en el podcast narrativo de no ficción. También rescatamos la contribución de López Villafranca (2021), quien dentro del podcast narrativo de investigación, tal como le llama al podcast narrativo documental, reconoce la tradición latinoamericana que ha desempolvado y revitalizado el documental sonoro, destacando su flexibilidad, hibridez, autoría y capacidad de investigación, junto con géneros y herramientas que son útiles para la construcción narrativa: entrevistas, paisajes sonoros, archivos sonoros, ficción, experimentación sonora y la voz del narrador (Rodríguez y Godinez, 2020). Mientras del *true crime* identifica, como habíamos dicho, su cercanía con el reportaje, entrevistas, ficción y una narrativa más literaria.

Así encontramos en el pódcast narrativo de no ficción varios subgéneros, como la crónica (Martínez Costa y Herrera Damas, 2008), entrevista (Balsebre, 1994; Balsebre, Mateu y Vidal, 1998), reportaje (Herrera Damas, 2007; López Villafranca, 2021), documental sonoro (Biewen, 2010; Lechuga, 2015; Godínez Galay y Rodríguez Ortiz, 2020; Rodríguez Ortiz, 2021), ensayo sonoro (Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023), paisaje sonoro (Schaeffer, 1966; Schafer, 1977; Iges, s/f; Carles, 2009; Cornejo Montibeller, 2018) y ficción (Godínez, 2010, Aguilera y Arquero, 2017; López y Olmedo, 2020).

Además, se utilizan herramientas y técnicas, como la presencia del narrador/a o presentador (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019), que es un factor decisivo y actúa como “escritor, intérprete y guía” (McHugh, 2022, p. 18). El archivo sonoro, que aporta en la profundidad de la investigación, aportando contenido, estructura y contexto (Rodríguez Reséndiz, 2022). Incluso el mismo pódcast pasa a convertirse en un documento sonoro, entendido como recurso contemporáneo de información sonora, según plantea esta especialista. También se incluyen formas específicas de la ficción, como la recreación, para “recrear” sucesos pasados de los cuales no se tienen registro o archivos sonoros que puedan testificarlos (Godínez, 2010). Mientras, la historia de vida como relato oral biográfico o autobiográfico (Pujadas, 1992; Valles, 2002) ha cobrado fuerza en el pódcast por la posibilidad de construir narrativas personales, intimistas y próximas a la realidad del oyente (McHugh, 2012; Lindgren, 2016). Finalmente, la comprensión que se tiene de estos géneros y técnicas, por ejemplo, el reportaje entendido como historia de vida (Martínez Otón, Rodríguez Luque y Alcudia Borreguero, 2019), el reportaje sonoro como documental (Legorburu, Edu y García González, 2021) y los límites entre el reportaje y el documental en el universo del pódcast narrativo actual (Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023) revelan la hibridez presente en los procesos de creación narrativa, como también una buena dosis de experimentación sonora (McHugh, 2012; Rodríguez y Godínez, 2020) que da pie a la incorporación de otros géneros y otras técnicas y herramientas que sean útiles a los productores para la historia.

Así, la producción de pódcast ha permitido el renacimiento de géneros, como el documental y la ficción, y la innovación en lo radiofónico y sonoro (Avilés, 2022). Aun cuando para la escucha personalizada e inmersiva, las estructuras y los recursos sonoros

como músicas, efectos, ambientes, planos y *foley*, etc., resultan fundamentales para la escucha en la era de la portabilidad (Esteban et al., 2023, p.19), otorgando de esta forma mayor profundidad narrativa y estética (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019).

Después de describir, explicar y completar todo este proceso estamos en condiciones de recapitular: dentro de los macrogéneros del podcast encontramos el macrogénero de podcast narrativos de no ficción. Como géneros principales podemos reconocer el podcast narrativo documental y el *true crime*. A su vez los subgéneros más presentes, tanto en la literatura como en los estudios del sector son la crónica, el reportaje, la entrevista, el documental sonoro, el ensayo sonoro, el paisaje sonoro y la ficción. Estos subgéneros se complementan con el uso de otras herramientas, como el uso del narrador y el archivo sonoro, y de técnicas, como la recreación o alguna otra forma de ficción, y la historia de vida, entendida como una sucesión de entrevistas que buscan conocer el relato biográfico del personaje o de los personajes centrales de la historia que se está contando. Es decir, una riqueza amplísima, que se mueve dinámicamente dentro y en función de la historia, aun cuando guarden todos estos elementos una base común o están en estrecha relación con los hechos reales que se están narrando (ver infografía N°1).

Infografía N°1

Géneros, subgéneros, técnicas y herramientas en el podcast narrativo de no ficción



Fuente: elaboración propia

5.2. Podcast independiente

Después de describir y analizar el podcast narrativo de no ficción, basándonos en los antecedentes de las narrativas sonoras, los inicios y evolución del podcast narrativo, su definición, características y elementos que pueden componerlo, profundizaremos en el concepto de independencia, con el objetivo de poder construir un marco conceptual en torno al significado de la autonomía y aportar a la definición del podcast narrativo independiente.

En el capítulo introductorio habíamos abordado de qué forma se ha tratado el podcast como objeto de estudio, específicamente, respecto a su independencia. De manera muy incipiente, Bonixe (2006) se propuso conocer el perfil de los podcasters portugueses cuando recién el podcasting daba sus primeros pasos. Respondieron 23 productores de 17 podcast producidos fuera de las empresas de comunicación social. Su perfil: en su mayoría hombres (73%), menores de 30 años (76,19%), con formación superior (78%) y que gustan de las nuevas tecnologías y de la radio (47%). “Los podcasters nacionales consideran que el podcasting representa una nueva forma de expresión (76,47%) y una

oportunidad para la radio ya que permite llevar la radio más lejos, a más gente y funciona como una nueva forma de ofrecer otros contenidos, que no encajan con el ‘formateo’ de las emisoras de radios...a veces con bastante éxito y hasta rentable”, concluye el estudio basado en un cuestionario enviado a los podcasters.

Un poco después, Markman (2011) y Millette (2011) realizaron estudios de carácter exploratorio sobre el pódcast independiente anglosajón. En el caso de Markman, sus resultados se concentraron, principalmente, en Norteamérica (74% de los 135 consultados) Europa (14%), Oceanía (7,4%) y el resto en Asia, México y Centroamérica (4,6%), mientras, Millette se abocó a los podcasters independientes de Canadá. La autonomía respecto a la radio convencional, la libertad para crear sus propias producciones sin cortapisas editoriales, el uso libre de herramientas tecnológicas, y la participación de diferentes grupos sociales fueron los principales hallazgos de estas investigaciones incipientes. Además de otorgar una definición precisa de lo que se entiende como pódcast independiente: “un podcaster de audio independiente se definió como alguien que crea y distribuye un pódcast regular, que no tiene su origen en un programa de medios tradicional preexistente o medio de comunicación (como un programa de NPR)” (Markman, 2011, p. 552). Los escasos estudios a la fecha sobre motivaciones de los usuarios para escuchar pódcast apuntaban a buscar nuevos contenidos que los entretuviesen, encontrando, además de la oferta de pódcast de medios tradicionales, una gran variedad de temas, entre ellos tecnología, educación y música (McClung y Johnson, 2010).

Con los estudios posteriores se pueden reconocer dos tendencias que no son ajenas entre sí, como veremos, en relación con el pódcast independiente: una tradición más anglosajona, que se expresa en podcasteros formados en la radio pública y que dejan este medio para armar sus propios proyectos sonoros, con libertad editorial, económica y cultural (Bonini, 2015) y otra más latinoamericana asociada a las radios comunitarias y alternativas con enfoque social (Godinez, 2015; Silva y Oliveira, 2020; Lopes de Oliveira et al., 2023).

Si profundizamos en las raíces del pódcast independiente, ellas están en la producción del fanzine caracterizada por la autogestión e independencia, que se expresa tanto

editorial como financieramente (García Marín, 2020). Godinez (2015) se refiere al “movimiento” podcaster como aquel que hereda, por un lado, la cultura alternativa del fanzine, la sitcom y el stand-up, y, por otro, la crítica a la sociedad y los medios de masas de parte de la radio comunitaria e independiente. Bonini (2015), en tanto, cifra hacia el 2012, cuando productores de las redes y radios públicas norteamericanas comienzan a diseñar y ejecutar sus propios proyectos basados en la narrativa no ficcional y el *storytelling*. Estas historias ya no serían producidas para la radio, sino que para el pódcast, cuyo formato de audio RSS permite su indexación y descarga para el goce asincrónico de muchos internautas. Aun cuando los productores independientes encontrarán, de vuelta, en estas mismas redes y radios públicas la oportunidad para exhibir y distribuir sus contenidos, como documenta Lindgren (2016a) en el caso australiano. En relación con el documental radiofónico, ella analiza cómo las narrativas norteamericanas se introducen en la producción en Australia. Entiende que, además de las radios de servicio público y las radios comunitarias, el sector independiente ofrece también documentales radiofónicos: “Esto muestra a productores *freelance* y voluntarios liderando el camino en la experimentación con nuevos formatos y enfoques, y señala el papel de radio comunitaria e independiente para demostrar que es un lugar para la innovación. Muestra un grupo apasionado de productores que quieren que se escuchen sus historias” (p. 72).

Así estas dos tendencias, la anglosajona y la latinoamericana, convergen en el sentido más profundo que tiene hacer este tipo de pódcast: transformar nuestra realidad y nuestras comunidades, como lo expresa muy bien Rebeca Mead en *The New Yorker*: “Hasta el boom de los podcasts, nadie se adentró en el campo del audio narrativo pensando que podría ser un camino hacia la fortuna o la fama. La radio pública, en la que se iniciaron muchos podcasters narrativos, no tiene fines de lucro y tiene como objetivo producir programación al servicio de una sociedad mejor y mejor informada (...) Jay Allison, un veterano de la radio pública que produce ‘*The Moth Radio Hour*’ y dirige *Transom Story Workshop*, un programa residencial en *Cape Cod*, y capacita a productores de radio y audio, me dijo: ‘Solía decir a los estudiantes’: ‘Miren, los vamos a capacitar para que cuenten historias en los medios públicos, y sé que es posible que

tengan que hacer un voto de pobreza, pero tiene significado y crea cambios en su comunidad'" (Mead, 2018, noviembre 12).

Si Bonini (2015) y Berry (2016) comenzaron a entender el pódcast como medios digitales en sí mismos esto fue posible por varios factores, como la democratización y portabilidad que otorga el smartphone, la creación de redes sociales enfocadas en la subida, reproducción y descarga de audio, y formas de financiamiento alternativos como el *crowdfunding*, que permite financiar los pódcast gracias a los oyentes. Esto incentivó a que productores y empresas independientes a los grandes medios comenzasen a incursionar en el formato. Así explica, Bonini (2015) esta segunda era del podcasting:

"Con esta combinación de nuevas tecnologías para la distribución (podcasting) y para la reproducción (teléfonos) que se han cruzado con redes sociales basadas en audio (Soundcloud, Mixcloud, Spreaker y Stilcher fusionado con Deezer) y nuevas plataformas de micromecenazgo (Kickstarter, Indie Go Go), se han puesto los cimientos para la creación de un mercado independiente del podcasting. En este nuevo mercado han surgido nuevos modelos de negocio, basados en una combinación de donaciones, micromecenazgo, patrocinios y publicidad" (pp. 28-29).

Esto habilita, cuando comenzó a masificarse el pódcast en 2014, a reconocer rasgos propios de la producción independiente. Si en un sentido más amplio, el pódcast es un contenido cada vez más específico o de nicho, que se parece en ese entonces a los medios participativos, sostiene Berry (2016), el podcaster independiente propiamente tal contribuye con contenidos en línea que se diferencian de los formatos comerciales.

García-Marín (2020) destaca la libertad, espontaneidad, informalidad y autonomía en comparación con las rutinas y procesos de producción de la radio, junto con contribuir con miradas alternativas de la realidad: "la creatividad personal y colectiva del *Do It Yourself* y, sobre todo, del *Do It Together* (hazlo con otros) pone en circulación interpretaciones alternativas de la realidad mediante procesos que privilegian el modelo de la amplia circulación y sobreabundancia de medios de tamaño menor" (p. 115). Esto se expresa luego en el proceso productivo ya que los podcasters adquieren nuevas competencias tecnológicas y mediáticas que facilitan la producción de su pódcast. La filosofía del aprender haciendo y de experimentar durante ese proceso se convierten en

estrategias básicas dentro del espacio de la producción independiente, sostiene García Marín (2020).

Sellas, en este sentido, plantea una interesante propuesta hace más de una década, casi a la par de lo que estaba ocurriendo en Estados Unidos, cuando las radios españolas aún estaban en un proceso desigual de integración y explotación del podcasting en sus emisoras: que las radios pudiesen producir pódcast para “experimentar nuevos contenidos” debido a la baja audiencia y el escaso interés, sobre todo de parte de los jóvenes, como también “explorar la colaboración con podcasters independientes” e “incluso proponerse aprovechar su especialidad ofreciendo servicios externos de podcasting a empresas o instituciones que quieran utilizar este nuevo canal para difundir sus mensajes o promocionar sus productos. Pero, hasta la fecha, el potencial comercial del podcasting sigue siendo sólo una propuesta” (Sellas, 2012, p. 20). Es decir, tempranamente se comenzaba a palpar un ecosistema sonoro con radios con contenidos bajo demanda, productores independientes, y empresas e instituciones que incursionarán en el audio a través del *branded content*. Del palpito a la realidad ha pasado una década, donde es posible reconocer otros actores y agentes, que permiten analizar y evaluar en qué medida este sector se convierte en una industria cultural emergente.

Específicamente, sobre el podcasting independiente como otro actor relevante dentro de esta industria también es posible apreciar una evolución desde los estudios empíricos iniciales de Markman (2011), Millette (2011) y las contribuciones teóricas de Bonini (2015), Berry (2016), Godinez (2015) y García Marín (2020), entre otros.

Cuatro aspectos comunes se reconocen en los estudios posteriores sobre la producción independiente (Fernández Sande, 2015; Spinelli y Dann, 2019; Adler, 2021, 2022; Jorgensen, 2021; Contreras et al., 2022; Ortiz y Moreno, 2023; Sellas y Bonet, 2023; Tennant, 2023) los que se entroncan con los aportes iniciales de Markman (2011) y Millette (2011): a) las motivaciones para hacer pódcast; b) las estrategias y modelos económicos que sustentan sus producciones, y cómo los conciben en relación con el capital económico industrial; c) las decisiones editoriales y prácticas de producción; y d) la participación y relación que establecen con las audiencias.

El confinamiento provocado por la pandemia del Covid 19 provocó un aumento del consumo de pódcast, sobre todo en las producciones temáticas asociadas al coronavirus. Si bien la tendencia se mantuvo estable en 2021 en comparación con 2020 (31% de consumo en los 20 países donde el término es ampliamente conocido) (Newman et al., 2021), se dinamizaron los procesos de producción, distribución y consumo, tanto para los medios, plataformas, productoras y podcasters independientes. En este ámbito, algunas investigaciones portuguesas han contribuido al sector para reconocer otros rasgos de los productores y pódcast independientes.

Con el objetivo de saber quiénes son los productores de podcast portugueses y para profundizar en el estudio que hicieron Antunes y Salaverría (2020), y mucho antes Bonixe (2006), Martins y Vieira (2021) buscan complementar ese perfil con la caracterización del mercado portugués de productores de pódcast independientes, que no fuesen propiedad o producción de un medio de comunicación social. Esto se realizó a través de un mapeamiento en la plataforma Itunes, encontrando más de 100 pódcast con esas características. Después una encuesta online a productores para conocer al podcaster portugués y percibir las motivaciones para hacer su producción. A través del mapeo fueron encontrados 100 formatos, de acuerdo con las condiciones de análisis establecidas, que representan el 3,1% de los 3.200 pódcast detectados entre los 200 mejores clasificados en la app portuguesa de Itunes. Comedia, TV y cine, y deporte y ocio contaban con más episodios disponibles.

En relación con la encuesta fueron obtenidas 92 respuestas válidas. Solo dos podcasters independientes se dedicaban exclusivamente a la producción de audio digital, siendo la mayoría estudiante y periodista. En tanto, el 90,2% de los pódcast no dispone de publicidad u otro apoyo monetario. “A pesar de este perfil, que acaba siendo común a los distintos estudios comparables, el valor que cada productor otorga a sus contenidos acaba siendo relativo, ya que cada persona tiene una noción diferente de lo que representa el éxito de su formato (para algunos puede que sean las audiencias, para otros el retorno financiero, o incluso el *feedback* de los fans y/o suscriptores). Sin embargo, no se puede descartar la tendencia de que la producción de contenidos se detenga sin previo aviso, y la incapacidad que asume un 40,2% para asegurar la frecuencia de producción predeterminada” (Martins y Vieira, 2021, p. 156).

Otra aportación en este sentido fue la realizada por Rojas Torrijos et al. (2020) quienes estudiaron 13 plataformas de medios emergentes de ocho países de América Latina detectados en Sembra Media (<https://www.sembramedia.org>), cuya organización sin fines de lucro está enfocada a fomentar la diversidad y calidad de contenidos en español de medios digitales, entendidos como medios emergentes y que no pertenecen a los grandes medios. Así analizaron 13 pódcast de estos medios, definidos por los investigadores como pódcast nativos de noticias, de los cuales solo cuatro se declaraban sin fines de lucro. Los resultados revelan que este tipo de pódcast en español está aún en vías de expansión, tanto a nivel de producción como de modelo de negocio y de relaciones con la audiencia. “Los impulsores de estos nuevos medios destacan que estas plataformas de audio están más orientadas a la plena explotación de las posibilidades narrativas e innovadoras de este formato de audio y no tienen como principal prioridad responder a las necesidades de su público objetivo. Este hecho sugiere que una mayor formación empresarial para emprendedores periodistas puede ser necesaria para que sus proyectos se centren más en el examen de oportunidades informativas en audiencias específicas que en el uso de nuevas tecnologías” (Rojas Torrijos, Caro-González y González Alba, 2020, p. 166).

Hasta aquí entonces, entendemos, el pódcast independiente por su definición de producción de audio alternativo a los medios, por las motivaciones y perfil de sus productores, la libertad editorial y creativa, la participación y relación con la audiencia, pero también el interés por desarrollar nuevas narrativas y la búsqueda de oportunidades de negocio, aun cuando esto último no sea su prioridad ni su experticia.

Si bien se mantiene el principio de que cualquiera puede producir un pódcast, porque se basa en herramientas de código abierto aunque pase por servidores y “guardianes de la propiedad comercial (como Apple)”, Berry (2020) sugiere que el espíritu aficionado podría verse afectado si se pierde, por ejemplo, el feed RSS y se convierte en un acceso pagado. Aunque esto es a un nivel técnico “esto sugiere que las tensiones entre los medios políticos, técnicos, económicos y culturales para definir el ‘podcasting’ son debates vivos que aún no se han resuelto” (p. 68).

5.3. Pódcast como industria

En la introducción de este estudio planteamos que la evolución y expansión del ecosistema sonoro digital, con una serie de actores y agentes bien definidos, nos hablan de una verdadera industria creativa y cultural, tal como la define Zallo (1988) y UNESCO (2005; 2010). Esta debe tanto protegerse como establecer vías para fomentar este tipo de industrias. Sin embargo, hay varios aspectos que se advierten a nivel general y particular. Ya planteaba Berry (2020) las tensiones que existen en términos técnicos, políticos, económicos y culturales en relación con la industria del podcasting, cuyas controversias y desafíos están arraigadas en el choque entre viejos y nuevos medios, entre los medios económicos corporativos, los productores y el poder de los consumidores (Jenkins, 2006). Casi dos décadas después, con una cultura digital en expansión y evolución dinámica, las plataformas tecnológicas se han vuelto centrales para la vida de las personas “transformando sectores económicos clave y esferas de la vida, incluido el periodismo, el transporte, el entretenimiento, la educación, las finanzas y la atención médica. Esta transformación, que afecta al mercado del podcasting poblado por plataformas y medios y creadores que usan dichas plataformas para producir y llegar al “consumidor”, puede entenderse como un proceso de ‘plataformización’”, sostienen Poell, Nieborg y Van Dijck (2019).

Derivado del concepto plataforma, cuyo origen a inicios de este siglo fue principalmente económico empresarial (Steinberg, 2019), la plataformización se entiende como un derivado de ella, pasando en la discusión académica de la plataforma entendida como cosas al análisis de procesos, en los cuales se ven involucrados varios aspectos. Si la dimensión dominante en los últimos años ha sido la dimensión infraestructural de las plataformas, Poell et al. (2019) propone un enfoque interdisciplinar que combina los estudios de software, empresariales, economía política y estudios culturales. Estos permiten reconocer tres dimensiones de la plataforma, como son las infraestructuras de datos, los mercados y la gobernanza en un contexto, por cierto, de prácticas culturales cambiantes. A su juicio, “las dimensiones de la plataformización son particularmente cruciales porque traerán a la luz las correspondencias y tensiones entre, por un lado, las infraestructuras de plataformas globales, acuerdos de mercado y marcos rectores y, por otro lado, los acuerdos locales y nacionales” (Poell et al., 2019, p. 9)

Para reconocer y entender estas relaciones y tensiones, Srnicek (2018) sostiene que estas plataformas tecnológicas se han convertido en industria, cuyos modelos de negocios se comportan de manera rizomática o con efectos de red, con base en una infraestructura – a la que alude Poel et al. (2019)- y una arquitectura que controla la interacción, de modo de concebirse a sí mismas como empresas cerradas (Facebook, por ejemplo) y con tendencia monopólica.

Sullivan (2019) advierte, en este sentido, que el mercado del podcast experimenta una acelerada transformación en la que las plataformas de contenido están integrando almacenamiento, descubrimiento y consumo. Esta consolidación de las plataformas sería negativa para los podcasters independientes, ya que los espacios de distribución podrían disminuir debido a la concentración y, por otra parte, las grandes plataformas al aprovechar las externalidades de la red podrán aumentar las audiencias de podcast y ofrecer contenidos de pago afectando la autonomía y sostenibilidad de estos productores: “(...) la creciente consolidación entre las plataformas de descubrimiento y consumo puede apuntar a un futuro centrado en plataformas, dejando a RSS como un mecanismo de distribución de ‘segunda clase’ reservado para los amateurs” (p.10).

5.3.1. La amalgama -o no- entre la industria de la radio y el podcast

La digitalización ha provocado un reordenamiento en la relación entre viejos y nuevos medios, los cuales se han visto enfrentados a un proceso de convergencia que actúa en varios niveles, a través de la industria mediática, las audiencias y las plataformas de distribución (Cordeiro y Paulo, 2014). Esta convergencia no es solo tecnológica por cierto, sino que es una cultura de la convergencia (Jenkins, 2006) expresada en la interacción entre consumidor, contenido y producción. Así, la interactividad y la atemporalidad son las que definen el consumo cultural y de entretenimiento actual (Jenkins, 2008).

¿Cómo ha afectado esto a la industria radiofónica? ¿cómo se vio interpelada por el nuevo formato en 2004 y actualmente por la industria del podcast, que hoy muestra signos de maduración? Cordeiro y Paulo (2014) plantean que los cambios que se han dado, tanto a nivel de medio de comunicación (contenidos, modelo de negocios, relación con los oyentes y convergencia e integración tecnológica) y como industria de

la radio (mercado, sistema de telecomunicaciones, consumo de medios, etc.) refieren a un nuevo paradigma de la comunicación radiofónica: “la convergencia multimedia, la internet y las aplicaciones móviles vinieron a introducir cambios de fondo al paradigma radiofónico, que relaciona el aire, el online y el móvil” (p. 128).

Esta convergencia de la radio con el medio sonoro ha sido tratada desde diferentes perspectivas, sostienen Videla y Piñeiro-Otero (2017), ya sea a través de la transformación del paradigma comunicativo, al que referían Cordeiro y Paulo (2014), la distribución de contenidos en este escenario digital y plataformizado, su adaptación a la radio móvil, y los modelos de negocios. Estos aspectos plantean desafíos económicos, de movimientos conglomerados verticales, horizontales o cruzados, como había sido hasta entonces, a comportamientos rizomáticos, como funciona hoy el mercado de las plataformas (Srnicek, 2018). También desafíos productivos y culturales, para una audiencia cada vez más digital, portable, asincrónica y de nicho. Es decir, es la convivencia y a la vez transición del *broadcast* al *narrowcast*, que es propia de una era audificada y plataformizada.

Mientras, en el caso del podcasting el proceso ha sido paulatino, aunque hoy más acelerado: “inicialmente, el cambio en el proceso de recepción, la quiebra de la sincronía difusión–escucha, el fin de la irreversibilidad del audio y las amplias opciones de personalización de la escucha auguraron para el podcasting una explosión comercial que en una primera fase no obtuvo respaldo desde la industria” (Pedrero Esteban y Contreras Pulido, 2019, p. 360). El cambio en la mentalidad de las grandes corporaciones estadounidenses a mediados de la década del 2000 fue clave para entender las ventajas de esta forma de comunicación, cuya seña de identidad característica es la remediación, como plantea García-Marín (2017), es decir, la remezcla, reconfiguración y apropiación de otros medios y tecnologías disponibles. Esto convierte al podcasting en una tecnología disruptiva que interpela al negocio de la radio (Pedrero Esteban y Contreras Pulido, 2019) y como industria cultural (Sellas, 2012).

Esto, a poco andar, permitió que el podcasting, que comenzó como una práctica amateur, desde las radios públicas y comunitarias y podcasters independientes (Bonini, 2015, Godinez, 2015; Berry, 2016; García Marín, 2020) transitara hacia una práctica

productiva comercial, masiva y profesional (Bonini, 2015), aunque con un potencial creativo y artístico de los productores que contribuyen a desarrollar un periodismo sonoro que reconvierte, renueva o se desliga de los géneros y formatos convencionales de la radio (Pedrero Esteban y Contreras Pulido, 2019).

Desde el ámbito más técnico, aunque con el desafío de llevar el estudio a una reflexión más creativa y editorial del podcasting, Rime et al. (2022) investiga la naturaleza actual del pódcast y la tensión que existe entre su evolución y su desarrollo futuro. El problema es cómo resolver la tensión del medio, que se debate permanentemente entre dos conceptos en competencia. Para ello, los investigadores plantean la hipótesis de que la innovación del medio se logrará si se mantiene el equilibrio dentro de los siguientes pares siguientes, ya que de esta forma se podrá preservar la naturaleza del podcasting: “Los seis pares son: 1. Personalización y automatización; 2. Producción independiente y convencional; 3. Contenido único y universal; 4. Audiencia actual y posible grupo demográfico; 5. Inmersión e Interactividad; 6. Arte y Tecnología” (p.1262). Aun cuando, el estudio se centra solamente en países de habla inglesa faltando estudios más macros, esta aproximación permite comprender el escenario actual del pódcast como medio y plataforma de audio.

Mientras desde el lado de los oyentes, Chan-Olmsted y Wang (2020) han estudiado los motivos y usos en el consumo -no percepciones ni actitudes- de 2.000 usuarios habituales de pódcast en Estados Unidos y su relación con otros medios de audio, como la radio convencional, en línea, y el *streaming* de música. Plantean que el estudio del pódcast se ha abordado desde los ámbitos educativo, salud, periodismo y crítica a los medios, del formato mismo y su vinculación con la industria de la radio (como vimos anteriormente). Sin embargo, no se había profundizado en cómo es el consumo del pódcast, que se hace de manera distinta a otros medios, es decir, un conjunto de prácticas mediadas por esta tecnología que entrelazan la distribución, organización y consumo. A partir de los resultados, las investigadoras comprenden que el consumo de pódcast debe abordarse de manera multidimensional, cuyo indicador relevante es la superioridad que tienen las plataformas de entretenimiento, información y audio como los principales motivadores para su consumo. “los resultados también mostraron que el consumo de podcasts es dinámico: los usuarios escuchan podcasts en diferentes

entornos por diferentes motivos” y que, a diferencia de la radio, “este estudio encontró que consumir podcasts en casa se asoció negativamente con el motivo de escapismo/pasatiempo, pero se asoció positivamente con la búsqueda de información (aunque ambas de manera marginal), mientras que consumir fuera de casa (es decir, en el trabajo y mientras viajas) se asoció positivamente con el escapismo/pasatiempo, pero asociado negativamente con la búsqueda de información. Parece que el consumo de podcasts en casa es más activo e instrumental, mientras que el uso de podcasts fuera de casa es más activo, más ritualizado. Este patrón de consumo es drásticamente diferente al de la radio (...)” (p.696).

Chan-Olmsted y Wang (2020) concluyen que tanto el pódcast como la radio online permiten una experiencia auditiva más activa en comparación con la radio convencional. En particular el pódcast “ha evolucionado hasta convertirse en un medio más sofisticado y único con diversos segmentos de usuarios” (p. 699).

5.3.1.2. Una industria del audio

Así desde su nacimiento en 2004, el salto ha sido enorme. Se proyecta que para el 2032 el mercado del pódcast alcance los 144.000 millones de dólares (Statista, 2023b) y 700 millones de oyentes se prevé que escuchen el formato para 2028 (Statista, 2024). Otra muestra de esta evolución se refleja en Estados Unidos, donde el 31% de los mayores de 12 años ha escuchado un pódcast en la última semana, es decir, 89 millones de personas, cuya cifra es la más alta en una década, mientras por rangos etarios el 40% de 12-34 años y el 39% de 35-54 años oyen pódcast semanalmente (Edison Research, 2023), lo que demuestra que este formato está penetrando fuertemente en todos los grupos.

En un estudio más amplio, que permite reconocer el lugar que ocupa el audio digital en la sociedad actual española, el 61%, de los 1.178 usuarios de 16 años o más, ha escuchado audio digital en el último mes, es decir, 19,3 millones de españoles han escuchado pódcast, audiolibro, radio online en directo, en diferido, música digital y/o audioprensa (IAB Spain, 2023). Esta cifra se mantiene estable respecto a 2021, pero sigue siendo la más alta desde 2016 (43%). Otros dos datos importantes es que el 54% de los consultados asocia el audio digital a Spotify, el 38% a Youtube y el 23% a alguna

app/web radio. En tanto, las razones de por qué escuchan audio digital, confirman las características del oyente en la web: escucha personalizada, multitarea, asincrónica, etc. El 60% lo escucha cómo y dónde quiere; el 56% porque le permite realizar otras actividades; el 46% porque encuentra gran variedad de contenidos; y el 42% porque puede personalizar lo que va a escuchar (IAB Spain, 2023).

En relación con los actores que están presentes en el mercado de habla hispana, DosDoce.com (2024) ha elaborado la segunda edición del Mapa de la Industria del Audio en Español. El estudio detectó 740 actores que ejercen una actividad económica dentro de la industria (medios de comunicación, plataformas, productoras, editoriales, servicios, inteligencia artificial, formación, festivales y premios, medios y referencias sectoriales y bibliotecas). Esto significa un aumento de 75% en comparación con las 423 entidades presentes hace un año, en 2023. A esto se suman, otras acciones y estímulos, como contamos en la introducción, como Espacio Audio que corresponde a la segunda fase del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España, de acuerdo con la Adenda presentada a la Comisión Europea en junio de 2023. Este proyecto proveerá de 160 millones de euros para financiar las industrias culturales vinculadas con el medio audio. Mientras, WePod, iniciativa liderada por PRISA audio, consiste en la reunión de nueve socios de siete países europeos que producirán 24 pódcast colaborativos en dos años. “El objetivo (...) es la creación de contenidos colaborativos de audio, elaborar un libro blanco del pódcast para abordar las ventajas y desafíos de la industria sonora en Europa y desarrollar actividades de comunicación y formativas en toda la Unión Europea” (Cinco Días, 2023, septiembre 11).

Este mapa elaborado por DosDoce.com (2024, enero 25) cifra en más de 100 mil los pódcast y más de 25 mil audiolibros en español y se espera que la industria del audio crezca un 10% en todo el mundo, provocado por los ingresos de las plataformas de suscripción, ingresos publicitarios, *branded content* y patrocinios, entre otros.

En términos de actores, el estudio identifica tres agentes dominantes: “En concreto, un 30,29% son productoras de contenidos sonoros, un 22,10% son medios de comunicación que ven crecer sus comunidades con este nuevo formato y un 11,46% son plataformas

de *streaming* de contenidos de audio basadas en la palabra hablada (podcasts, audiolibros, audiodramas, audio series, etc.)” (DosDoce.com, 2024, enero 25).

En el caso del mercado de habla portuguesa, Brasil es el líder de América Latina y tercero en el mundo con 51,8 millones de oyentes de pódcast en 2023, según un estudio de Insider Intelligence y Emarketer (González, 2024, febrero 13), mientras Portugal ha tenido un crecimiento notable en la escucha de pódcast de 33% en los últimos seis meses, según un estudio de Gfk Metris publicado marzo de 2024 (Diário de notícias, 2024, marzo 21).

Los pódcast estrenados en Brasil y otros países de Europa entre 2016 y 2013, según datos elaborados por Audiogen sobre la base de Listen Notes (Audiogen 2024, mayo 12), tuvieron su pico en 2020, debido a la pandemia: Brasil llegó a 90 mil nuevas producciones y Portugal en torno a las 3 mil. En 2022 y 2023, se produjo un brusco descenso, sobre todo en Brasil, por debajo de los 5 mil estrenos. Aun así, el mercado del pódcast en estos dos países de habla portuguesa se percibe con un gran potencial de desarrollo, cuando el consumo llegó al 57% en Brasil y 38% en Portugal en 2023, de acuerdo con el informe de *Digital News Report* (Newman et al., 2023)

Pese a esta expansión de la industria, la radio y el pódcast son los que menos ingresos generan: los pódcast llegan a los 3.500 millones de dólares y la radio a los 42 mil millones en moneda norteamericana, según un estudio de Deloitte (2024), cuyo informe fue realizado por Auxier et al. (2024).

Si bien la radio y los pódcast son los formatos con más audiencias, con 4 mil y 1.700 oyentes respectivamente, son los que menos ingresos generan o monetizan. Esto “debido al declive de los ingresos publicitarios, mientras que la creciente consolidación de la cultura de la suscripción de música, podcasts exclusivos y audiolibros en *streaming* en todo el mundo indica que este modelo de consumo generará más ingresos por oyente que la radio y los podcasts en abierto” (DosDoce.com, 2024, enero 25).

En este escenario abierto, pero complejo para los modelos de negocios de las industrias radiofónica y del pódcast, el sector independiente se enfrenta a este conjunto de reglas y comportamientos de mercado. Por ello no es de extrañar que su supervivencia pasa

por establecer alianzas con otros actores y agentes de este mercado audificado y plataformizado, ya sea para ocupar su tecnología de publicación y distribución o para hacer alianzas que permitan patrocinios, coproducciones financiadas o producir *branded content*, como veremos en los resultados de la investigación.

Si bien la industria del pódcast está transitando desde hace una década hacia la maduración, no es menos cierto que convive con medios tradicionales, como la industria de la radio, y otros agentes activos, que aún están en un proceso dispar de adaptación al escenario de la industria de las plataformas digitales. Debido a ello, lo que puede marcar la diferencia es el desarrollo de estrategias, que equilibren la astucia empresarial -sin que se pierda el sello de identidad, sobre todo en el pódcast independiente- con las historias y las narrativas que están detrás. Ribes, Pérez-Alaejos y Porta (2019) lo plantean así: “(...) las industrias culturales y creativas, para seguir siendo competitivas, deben igualar la interactividad con otras plataformas, centrarse en los contenidos para distribuirlos de formas más transparente, desarrollar estrategias de innovación mejorando la experiencia de consumo” (p. 176).

5.4. Dimensiones del proceso productivo del pódcast narrativo de no ficción

Después de diseñar un marco conceptual sólido y pertinente para efectos de este estudio, con una definición actual del pódcast narrativo de no ficción, una discusión sobre la independencia, que compromete a varias productoras y sus realizadores, y la distinción que tiene la industria del podcasting en comparación con la radiofonía tradicional, nos abocaremos a las cinco dimensiones de análisis: narrativas; producción; estética; financiación y monetización, y publicación, distribución y relación con las audiencias.

Estas dimensiones, como advertimos al inicio del marco teórico, están en distintos estadios de conocimiento científico. Mientras las narrativas, producción y financiación y monetización han logrado un mayor desarrollo descriptivo, la estética sonora está en un nivel mucho más exploratorio, y la publicación y distribución están en plena transformación, desde los modelos algorítmicos de las plataformas (Moreno Cazalla, 2023, marzo 26) hasta la relación activa que se tiene con los oyentes (Caballero-Escusol et al., 2021; Carvajal, 2023).

5.4.1. Narrativas sonoras

Sobre la base de cómo entendemos hoy al oyente en el ecosistema digital, caracterizado por la movilidad, portabilidad, asincronía, acceso a través de distintos multidispositivos multitarea, inmersivo e interactivo, entre otros (Visa y Serés, 2018; García-Marín y Aparici, 2018; Perks et al., 2019, Pérez Alaejos et al., 2022; Rime et al., 2023), podemos analizar las narrativas sonoras digitales en un contexto de fragmentación narrativa y lenguajes transmediales. En el caso del podcasting, a partir de la convivencia de pódcast derivados de programas de radio con los nativos digitales, se puede hablar de adaptación o *legacy media* y de una especificidad de los medios digitales conformando una nueva narrativa digital (Pérez-Alaejos et al., 2018). Guarinos (2019) analiza la evolución de la última década y advierte que en el universo de la sonosfera estamos viviendo una revolución del sonido: “(...) desde el citado podcasting hasta los audiolibros, desde las audiodescripciones a las experiencias de inmersión sonora como vivencias colectivas, desde lo profesional hasta lo producido por prosumidores, desde los productos sonoros cerrados a los productos sonoros vinculados a otros medios (...) hasta los programas hechos como parte de un proceso transmediático, de ficción o factual (...)” (p.11).

El estudio de la narración de historias digitales, específicamente en el pódcast, presenta un mayor estado de desarrollo, en comparación con las otras dimensiones que trabajaremos en los siguientes subpuntos. Mientras Santos y Peixinho (2019) plantean un interesante análisis evolutivo del arte de contar historias en el que destacan cómo la narrativa promueve un nivel de persuasión de información en que podemos percibir mundos posibles, con sus causas y efectos, Paisana y Martins (2021) reconocen que el podcasting está en una intersección entre la cultura y la interpretación, y que, independiente del género o formato, es innovador en las narrativas en comparación con los medios tradicionales. Alexander (2011) destaca cómo el *storytelling* comenzó a resurgir en la década de los '90 con el nacimiento de los vídeos populares. Desde allí hasta llegar a las nuevas redes sociales, teniendo como base la creatividad e interactividad con los oyentes.

Varios elementos se ponen en juego en esta etapa, como las nuevas maneras de construir el arco narrativo de una historia, cuyo arco está extendido gracias a la serialización, señala Dann (2014), a propósito de su investigación del renacimiento del radiodrama y la experiencia auditiva que permiten los auriculares. Después de la explosión del género, que se registra con *Serial* como pódcast de no ficción, en el género del *true crime*, la objetividad narrativa y la coinvestigación de parte del oyente son fuente de discusión y de interés en la investigación de historias (McCracken, 2017; Spinelli y Dann, 2019).

Lindgren (2014, 2016) ha profundizado en las narrativas personales y cómo las historias íntimas generan conexión con los oyentes permitiendo desarrollar un periodismo sonoro digital, mientras McHugh (2012, 2016, 2022) ha puesto en discusión el poder del sonido para contar historias y cómo las formas de relatar se han diferenciado de la narrativa radiofónica. Especialmente enfocada en el pódcast narrativo, McHugh (2022) ha puesto su atención en la historia y en los personajes, el guion, la estructura, los sonidos y el arte como factores clave.

5.4.1.1. Estructura narrativa

Para Morett (2021, mayo 14) “la estructura narrativa [que toman los pódcast] es la forma en que se organizan los elementos de una historia de principio a fin”. De manera más específica McHugh (2022) entiende que “los podcasts narrativos se basan en la trama (qué sucede), los personajes (a quién sucede), voz (quién cuenta la historia) y sonido (cómo sucede)” (p.15) cuyos elementos responden a las preguntas básicas de la historia, como factor clave. En este sentido, Gutiérrez, Sellas y Esteban (2019) han comprendido que la narrativa sonora no es meramente la exposición de los hechos sino su profundización a través de la “estrategia narrativa” de la serialización que ha estimulado nuevos modos de narrar. Esta estrategia “comprende una macro-estructura para la historia completa y una organización propia para cada episodio, lo que implica una toma de decisiones en relación con la jerarquización de los datos. Con la macro-estructura se sientan los fundamentos de la organización episódica. Ahora bien cada uno de los capítulos precisa de unas estructuras internas que definen el clímax y los momentos valle, que alternen elementos de continuidad y contraste guardando

coherencia entre las partes” (p.142). Esta forma es la que dará coherencia a la historia y permitirá que los auditores estén dispuestos a seguirla, sostienen estos investigadores.

Esta estrategia narrativa serializada, que permite profundizar y extender el arco narrativo de la historia, la explica muy bien Santos y Peixinho (2019) haciendo converger en el *storytelling* sonoro una serie de conceptos o matrices que han ido definiendo este campo del pódcast narrativo: “para este movimiento son convocadas diferentes expresiones, como *slow radio*, *narrative journalism*, COHRD, *feature*, documental, que parecen converger en una matriz de *storytelling* sonoro; aquí se encuentra un reciclaje de formas ancestrales, es decir, el arte de contar y escuchar historias. Los podcasts han permitido así un renacimiento de la narrativa como modo de conocimiento privilegiado, inscrito en el ADN de la humanidad, como proceso de conexión con los demás y como espacio de convivencia” (p. 155).

Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) destacan la vigencia de la forma clásica de contar de presentación, nudo, desenlace, aunque en un contexto serializado y de búsqueda de análisis e interpretación de la historia: “la categoría de los podcasts narrativos de no ficción acoge a los relatos originales, serializados y habitualmente guionizados a través del arco de una historia clásica. Se trata de un género que acude a las fuentes y las rodea de sus circunstancias y espacios, que interpreta y no solo informa; que no se adscribe a ninguna temática concreta, pero sí incluye antecedentes, interpretación y análisis” (p.154).

La construcción del arco narrativo de la historia se convierte en un elemento clave para ordenar y administrar la información que se está contando. A propósito de la entrevista a dos productoras de pódcast, Hebah Fisher, de *Kerning Cultures*¹⁵, y Maeve McClenaghan, de *The Tip Off*¹⁶, con recientes temporadas en 2023, Goujard (2018, octubre 30) destaca algunas técnicas: pensar en el arco narrativo de la historia antes de producirla y encontrar personajes sensibles y elocuentes.

Las acciones, los personajes y los lugares o ambientes en los cuales ocurren los hechos cobran valor dentro del pódcast narrativo, como sostienen Gutiérrez, Sellas y Esteban

¹⁵ <https://open.spotify.com/show/6Mwp0XM22DGXDva9SE3J8x?si=7231f2fb9c2c4eab>

¹⁶ <https://open.spotify.com/show/6IsXS1aTvl5ea1LaMfZiZx?si=dc3c249d35084529>

(2019): “(...) todo el hacer documental y narrativo se centra en las acciones, en la reconstrucción de los detalles, de los procesos y las decisiones, el tiempo y las acciones de esos personajes” (p. 135) teniendo presente al conflicto en todas las fases de producción y en todos los episodios de la serie.

Los estudios sobre la estructura misma que toman los podcast narrativos de no ficción son exploratorios y descriptivos. Si bien no existen recetas o moldes para replicar se puede reconocer tanto el arco clásico -muy en uso todavía, tal como planteaban Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023)- como otras estructuras, que son variables y dependerán de varios factores, como la historia misma, el público objetivo y el enfoque que le da el autor (ver punto siguiente).

Desde su experiencia en producción y diseño, Guimarães (2022, noviembre 11) y Bulow (2022, diciembre 7) comparten que existen tres modelos de estructura del podcast narrativo: la línea de tiempo cronológica, de principio a fin, del pasado al futuro; la estructura de sándwich o por capas, que permite desarrollar el conflicto dentro de cada una de ellas; y la “e” que es aquella que comienza en un punto, al medio o al final, y vuelve al inicio de la historia para después contar el relato hasta el final. “Ese estilo es muy usado en podcast que cuentan historias de años atrás: comienza explicando el asunto y después vuelve al inicio para entender todo lo que aconteció en aquel momento. Después de redescubrir el punto clave de la historia, la narrativa se desarrolla hasta el fin”, explica Bulow (2022, diciembre 7) en relación con la “e”. Así la estructura cronológica es más cercana a la clásica aristotélica y la estructura por capas es más próxima a la maestra episódica (Álvarez, 2017), mientras la “e” se puede entender como un recurso muy usado en los podcast, al modo de las grandes plataformas audiovisuales como Netflix, que comienza con el final o al medio, para después ir al inicio para desenvolver la trama.

De la experiencia al análisis de producciones de podcast narrativo de no ficción encontramos otros rasgos significativos. Morett (2021, mayo 14) reconoce la vigencia de la estructura clásica hasta otras estructuras, a partir del análisis de cuatro episodios de podcast narrativos de no ficción latinoamericanos. Por ejemplo, encuentra tres líneas

narrativas en el episodio Cruces en el desierto¹⁷, de *Las Raras*, de Chile; Secuelas de Corea¹⁸, de *Un periódico de ayer*, de La No Ficción, de Colombia, que comienza con el contexto de la historia en un punto determinado; El hijo del alemán¹⁹, de *De eso no se habla*, de España, que tiene una estructura paralela, y Poutine canadiense²⁰ de *Recetario Sonoro* de Colombia que tiene dos líneas narrativas y un ensayo sonoro en el medio.

Batista (2021, diciembre 21), en tanto, conversa con tres productores brasileiros de destacados pódcast narrativos como *37 graus*²¹, *Vida de jornalista*²², *Cochicho*²³ y *Cirandeiras podcast*²⁴, para conocer sus procesos de producción. En relación con la estructura narrativa resalta que está debe estar en función del público objetivo, que fluya naturalmente, y que soporte nuevas formas de acuerdo con la historia que se está contando.

En un estudio mucho más elaborado, López Villafranca (2023) analiza 10 producciones de documental sonoro -como género de no ficción- relacionadas con mujeres y temáticas de género en Cuba, Chile, El Salvador y Argentina y España. Dentro de las variables formales identifica que “estos documentales son narrativos, con discursos descriptivos en tres de ellos y con carácter informativo en seis de los documentales seleccionados” (p.8). Además del tipo de discurso, la investigadora reconoce las estructuras narrativas. Hasta la fecha es la investigación más acabada en relación con el estudio de las estructuras de narración, reconociendo en dos documentales una derivación de la estructura clásica aristotélica o Syd Field de planteamiento, conflicto, resolución; tres con maestra paralela o historias unidas por un nexo temático, considerada muy común en los documentales; dos que usan la estructura maestra episódica o por episodios; dos con maestra replay o historia abordada desde distintos puntos de vista; y dos con estructura de *racconto*, que comienza por el final, más cercana a la “e” que planteaban Bulow (2022, diciembre 7) y Guimarães (2022, noviembre 11).

¹⁷ <https://open.spotify.com/episode/5ZYpXu9ekOW6o7408XcJwx?si=WyOBGiRwRMKmVpg7tiLWow>

¹⁸ <https://open.spotify.com/episode/65zFJJXZa7OREREJTPtKk?si=EMov8tvDTemgkmopgQuebg>

¹⁹ https://open.spotify.com/episode/7DoeJeieiLFEIRPy8u6GpF?si=jwcsOFe0TzCwsYxgXr0_xg

²⁰ <https://open.spotify.com/episode/4dGQ7X4LNmwtBorNa2Xvgf?si=c1e85a8324974da4>

²¹ <https://open.spotify.com/show/5dvalmeT4P8oIWcPfOm9GT?si=ea64ef69c2d94cbc>

²² <https://open.spotify.com/show/4Tb9n5bhirFRUtpjDEIOVv?si=d31067c81967457e>

²³ <https://cochicho.org/>

²⁴ <https://open.spotify.com/show/4THKpW9TIBdxRWe7amFSd5?si=02e1fd53098347f9>

Guimarães (2022, noviembre 11) reconoce que el proceso de estructurar el podcast narrativo “es un proceso artesanal, de mucha creatividad, experimentación e intuición”. Reconoce que las estructuras narrativas clásicas pueden ayudar para experimentar, fusionar o crear nuevas formas: “ya sea en el cine, la literatura o los podcasts, podemos identificar ciertos caminos o estrategias narrativas que se repiten, se mezclan y funcionan como buenas bases para crear algo nuevo”.

Así podemos identificar algunas claves para la construcción del arco narrativo extendido y serializado: la base son historias reales investigadas en profundidad, con una cuota importante de análisis e interpretación; se innova respecto a la narrativa tradicional, aunque se vale de ella para desatar la creatividad; están en relación con el público objetivo; y el enfoque de autor expresado en el narrador es vital en la estructura (como veremos en breve).

En esta remezcla y en la singularidad que coge la estructura de la narración, se encuentran una serie de géneros, recursos narrativos y técnicas que se emplean para recoger la información y dotarla de orden dentro de la estructura o arco narrativo elaborado (Ver subapartado 5.1.3.4 en el que elaboramos una discusión sobre los macrogéneros, géneros, subgéneros, herramientas y técnicas usadas por el podcast narrativo de no ficción).

El punto de discusión aquí en relación con la narrativa sonora es cuánto de los géneros de la radio tiene el pódcast, especialmente el pódcast narrativo de no ficción. Mientras, Martí, Martínez-Costa y Escobedo (2019) sostienen que “la lógica dominante del modelo plataforma se asienta sobre la producción editorial de contenidos sonoros pertenecientes a una gran amalgama de formatos, que en algunos casos son sustancialmente distintos a los que genera la industria del *broadcast*, aunque sus raíces genéricas se pueden encontrar en los códigos y en los formatos narrativos propios de la radio tradicional”. Es decir, la amalgama es posible a partir de la tradición de los géneros periodísticos y de los géneros periodísticos radiofónicos, en particular.

Cordeiro (2022) señala que en el pódcast actual se usan variados géneros y que estos se reiventan creando una narrativa propia: “con una fuerte inspiración en las características de los contenidos radiofónicos, el pódcast presenta variados géneros, la

mayor parte de los cuales, también existen en la radio, reiventándolos pero sobretodo, cambiando estilos y lenguajes, creando una narrativa propia, que se diferencia de la narrativa radiofónica que conocemos” (p.103). Lindgren (2016) recogiendo el trabajo previo de Lüders et al. (2010), Diffrient (2010), Swanson (2010) y Weiner (2014), reconoce que las convenciones asociadas a los géneros se van actualizando con el paso del tiempo. En este proceso interactúan la producción, el enfoque que los productores desarrollan específicamente para el audio, y las expectativas que tienen los oyentes.

Sobre la base de esto resulta de interés analizar cómo los podcasts narrativos de no ficción adquieren esta narrativa propia, con raíces en los géneros y técnicas convencionales. Y tal como plantea Lindgren (2016) en qué medida los productores son conscientes del enfoque y de los oyentes finales para construir una narrativa en la cual los géneros estén al servicio de la historia.

5.4.1.2. Género de autor

Un aspecto clave es cómo el autor se posiciona respecto a la historia. Esto lo confirman varios investigadores del género, como lo vimos en la primera parte del marco teórico (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019; Santos y Peixinho, 2019; Spinelli y Dann, 2019; Rodríguez y Godínez, 2020; McHugh, 2022). En función de la estructura narrativa es importante sumar algunos apuntes que enriquecen la discusión en torno a la dimensión de la narrativa sonora. En efecto, “son los autores quienes crean su propia agenda: sus obras son historias de interés humano protagonizadas por personas concretas en un tiempo y un lugar determinados”, sostienen Gutiérrez, Sellas y Esteban (2019, p.133).

Muchas veces este autor es el investigador y narrador de la historia, o en algunos casos el director del podcast es el anfitrión o *host* que deja la voz narradora al investigador principal del episodio, y este a su vez, dependiendo de la historia, puede dejar al personaje principal que desarrolle la trama, para que él pueda ser el testigo, que analice e interprete lo que está ocurriendo.

Con el podcast narrativo de no ficción se ha vuelto a revalorizar la contribución de Benjamin (1991) sobre el narrador de historia. Este narra su experiencia de lo que ha

vivido y puede entregar consejos a modo de guía, con el “el interés por conservar lo narrado” en la memoria del oyente (p.12).

Este narrador es el que también vive la historia en el pódcast narrativo de no ficción: “el autor se convierte en un narrador testimonial que forma parte de la historia y reconstruye los hechos acaecidos a partir de las intervenciones de los distintos entrevistados y de su propia experiencia en la investigación del caso” (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019, p. 140). En esta misma línea, Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) entiende las licencias que se puede tomar el autor/narrador para contar la historia “si bien los podcasts narrativos de no ficción -especialmente los reportajes y documentales- abordan historias derivadas de hechos noticiosos a partir de una investigación previa, su desarrollo no tiene por qué seguir convenciones o esquemas definidos: el autor narra desde lo vivencial, es libre para crear y dejar su huella sonora en la manera de afrontar e interpretar el relato” (p.164). También para profundizar, escuchar a las fuentes e ilustrar a los personajes (Kischinhevsky, 2018a).

Viana (2020) hace una propuesta interesante para analizar el rol del narrador en el periodismo sonoro narrativo. Rescata el concepto *cliffhanger* que es cuando el personaje está al borde del abismo y el episodio termina en la máxima tensión porque no se sabe qué ocurrirá con él. Allí es cuando el periodista-interlocutor juega un papel clave: “Como la narrativa discutida aquí es periodística, o sea, real, el periodista-interlocutor asume el papel del narrador omnipresente u omnisciente, alcanzado por medio de una investigación detallada que roza la observación participante” (p.298).

El estilo y la voz que asume el anfitrión, *host*, narrador, interlocutor también es capital. Debe ser natural, espontáneo, creíble, cercano y que sea capaz de “generar” una conversación con los oyentes que escuchan el pódcast. Vicente (2024) analiza la producción de 15 pódcast de no ficción brasileños, los que se han incrementado desde 2022, tanto de los grandes medios (8) como de productoras independientes (7). Junto con destacar las temáticas sociales que cubren estos pódcast autónomos -con temas ambientales, raciales y de género- valora el espacio del narrador: “es la posibilidad de agregar mayor empatía a las historias llevando al oyente a un mayor compromiso con los dramas de los personajes y con las situaciones retratadas. Despertar esa empatía por

el ‘otro’, tal vez sea una de las principales funciones sociales asumidas por los podcasts narrativos de no ficción, con su potencial para convertirse en un factor decisivo para movilizar a la sociedad para superar las crisis y reparar las injusticias” (p.16).

Esta empatía y credibilidad es, para McHugh (2022), un último factor clave del pódcast narrativo de no ficción: “la voz personalizada del anfitrión (...) puede ser un factor sorprendentemente positivo, también puede considerarse a la luz de los debates apremiantes sobre la confianza en medios de comunicación” (p.18).

Este lugar que tiene el autor/narrador también se ve especialmente en el *true crime*, como otro género importante del pódcast narrativo de no ficción. Es lo que Lindgren (2016) llama el método Koenig (Sara Koenig presentadora de *Serial*) de involucrarse en la historia, lo que condiciona la construcción del relato y tiene un efecto retórico en su resultado (Sánchez Esparza et al., 2023).

5.4.1.3. El foco en los oyentes y lo transmedia

Si bien trataremos en la dimensión de publicación, distribución y vinculación con las audiencias (punto 5.4.5.) cómo las productoras independientes una vez publicados sus pódcast desarrollan estrategias de *engagement* con los auditores para generar seguimiento y comunidad en torno a ellos, aquí cabe hacer algunas menciones en relación con una narrativa sonora que sea pensada para el oyente.

Morton (2020, septiembre 11) es elocuente al respecto: “la fuerza de los podcasts narrativos radica en su capacidad de conectar profundamente con el oyente” y esto se hace con “mayor profundidad, perspicacia, inmersión y calidad general que engancha a los oyentes y los hace volver por más”. El objetivo es establecer una relación íntima, cercana, personal, lo que se logra con calidad técnica y sonora (Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023).

Waldman (2020), tras el análisis del pódcast *S-Town* (2017), cuya producción es parte de *This American Life*, que también se volvió un ícono dentro de las producciones de pódcast narrativo de no ficción en Estados Unidos, distingue aquello propio del pódcast en comparación con la radio: “por su propensión a crear una mayor interactividad,

intimidad e inmersión, [estos son] los tres aspectos que contribuyen al cambio de la narración escuchando historias” (p.38).

En una investigación interesante para estos efectos, Fitó-Carreras et al. (2023) estudió la primera temporada del pódcast documental *Sonidos que nos transforman* de Endesa, cuya empresa está dedicada a la generación, distribución y comercialización de electricidad y gas. Si bien es un podcast de marca o *branded podcast*, que fue producido por Godó Strategies y publicado en *La Vanguardia* en 2021, este fue seleccionado como objeto de estudio por utilizar técnicas de inmersión sonora. En relación con la narrativa utilizaron técnicas de sonidos experimentales como el audio binaural o 3D y micrófonos hidrófonos y de contacto, entre otros: “para los oyentes es una experiencia enriquecedora ya que quedan cautivados por los efectos de la inmersión sonora y pasan a ser parte de la narrativa” (p.306).

Es decir, los conceptos de intimidad, inmersión e interactividad no solo son parte del resultado del pódcast sino también de una narrativa sonora que se construye pensando en la capacidad de envolver al oyente e involucrarlo en la historia. Esto se hace a través del guion, pero también a través de otras capas que interactúan, como los recursos sonoros grabados (un ambiente registrado con binaural, por ejemplo) y en la postproducción.

Esto lo confirma un estudio exploratorio que hizo Gore (2019) con podcasters independientes indios. Si bien el desarrollo del podcasting está en una etapa más temprana en este país y la muestra de cinco pódcast es limitada, plantea que “cualquier medio digital puede convertirse en inmersivo, ya que la inmersión no es sólo un producto de una tecnología particular, sino que es un producto de la narrativa” (p.73). Los podcasters consultados hacen pódcast de ficción, en el género del crimen y del horror. Aun cuando ninguno ha ocupado el binaural están de acuerdo en que los elementos técnicos y narrativos son lo que provocan la inmersión.

Reconociendo los escasos estudios del periodismo que existen sobre el uso del audio espacial con fines periodísticos, Vicente y Pérez-Seijo (2022) analizan dos reportajes de no ficción de la radio pública portuguesa *Antena 1*, que utilizan el audio binaural, entendido como aquella técnica que graba y reproduce el sonido en ambos oídos como

un espacio tridimensional. Los resultados, que podrían dar luces sobre la utilización de esta tecnología en el pódcast, permiten distinguir un lenguaje narrativo propio: “En primer lugar, una mayor sensación de realismo durante la experiencia del oyente (...) En segundo lugar, una mayor sensación de identificación entre el oyente y los personajes, convirtiendo al usuario en una especie de testigo inmersivo (...) Y, en tercer lugar, el potencial del sonido para actuar como elemento sugerente y primario, incluso en ausencia de una narración propia, lo que abre renovadas posibilidades para la producción de contenidos de audio de no ficción y para involucrar a las audiencias a través de una experiencia inmersiva” (p.12).

Otros proyectos que van en esta misma dirección son los que desarrollan narrativas transmedia. Así ocurrió con *Le llamaban padre* (2016), de Podium Podcast, en España, que fue pionero en aprovechar la convergencia para construir una narrativa transmedia y proponer distintas entradas al relato de los hechos, además de la profundización, interacción y participación del usuario (Visa y Serés, 2018). Es decir, se transforman las narrativas sonoras, tanto en la forma de contar como en la manera en que el oyente se involucra con el relato en la esfera online y a la carta. Un ejemplo más reciente de este esfuerzo de construir narrativas envolventes es *Relatos amarillos*²⁵ de RTVC de Colombia, un pódcast narrativo de no ficción, que suma un sitio web, transmisiones por Youtube e interacción en Whatsapp y Facebook para conocer la historia de taxistas que recorren la ciudad por las calles colombianas.

Como una manera de explicar este fenómeno, García-Marín (2017) planteaba el transcasting como un término que “(...) hace referencia a aquellos proyectos mediáticos que teniendo al podcasting como medio seminal, extienden y dispersan su narrativa y amplían su entorno comunicativo a otras plataformas, medios y lenguajes, más allá del formato sonoro, presentando una clara textura transmedia” (p.148). Los podcasters, señala García-Marín, comparten material que está dentro del pódcast, tanto extractos o adaptaciones, por ejemplo, como nuevos contenidos que se expresan en las extensiones narrativas, además del *merchandising* asociado a la historia del pódcast.

²⁵ <https://www.rtv.com.co/especiales/relatos-amarillos>

La clave, para Ribes et al. (2019), estaría en pensar las producciones sonoras desde su misma cuna digital: “esas producciones serán expuestas en una multiplicidad de ventanas que requieren de elementos no exclusivamente sonoros, y conviene saber gestionar todas ellas porque la imagen de marca se construye a través de todas y cada una de estas plataformas” (p.192).

5.4.2. Producción

Pese a que existen más de 100 mil podcasts en español (Dosdoce.com, 2024) y una cifra increíble de 414 millones a nivel mundial, según Demandsage (Shewale, 2024, marzo 24), no existen suficientes estudios sobre el proceso de producción del podcast, y mucho menos sobre los podcasts narrativos de no ficción e independientes. Sí que se localizan muchos consejos, pautas de producción, incluso una guía que recoge la producción del periodismo de audio de la NPR de Estados Unidos (Kern, 2008) y diversos libros de estilo, a modo de manuales, que recogen una serie de entrevistas con productores y especialistas (Izuzquiza, 2019) y experiencias personales en la producción de podcast (Nuzum, 2019). Estos recursos sirven para conocer el campo productivo y sacar algunas enseñanzas y recomendaciones para el proceso de crear un podcast narrativo de no ficción.

Sobre la base de los estudios disponibles y lo más pertinente de estas referencias, identificamos tanto las etapas de producción -que no son estáticas ni unívocas- y una serie de pasos generales y específicos, que se pueden seguir dentro de ellas.

Si el podcast comenzó como un campo “desprofesionalizado” en la producción, con estudios y rutinas domésticas de producción, hoy la situación es completamente distinta: “De hecho, es la desprofesionalización del proceso de producción lo que ha demostrado ser la mayor influencia disruptiva del podcasting. Así como las herramientas de consumo fueron a menudo reapropiadas, las herramientas de producción también fueron tomadas prestadas de otros procesos” (Berry, 2016, p.19). Bonini (2015) advertía, a mitad de la década pasada, que la “segunda era” había comenzado con el podcast como producto comercial e industrial, que cambió el estudio doméstico por uno profesional aun cuando seguía siendo dominante el casero para muchos podcasters independientes.

Mientras, McHugh (2016), en conversación con cinco productores estadounidenses, europeos y australianos de documentales y *feature* para radio y/o podcast, plantea, primero, la importancia que cobra la producción, en este género en particular, y cómo se distribuye en este nuevo entorno digital. Segundo, sostiene que la narración de audio para pódcast se ha complejizado y que la tradición norteamericana ha hecho mella en la producción del *feature* europeo. Aun cuando la investigadora no advierte, hasta ese momento, que el documental sonoro cobrará vida dentro del mismo pódcast narrativo como un género posible de desarrollar dentro de esta modalidad: “En el nicho de la narración de audio de los podcasts, existe consenso en que el estilo narrativo estadounidense, descrito de diversas formas como ‘a mano’, ‘alimentado con cuchara’ y ‘dirigido por el anfitrión’, está ejerciendo una fuerte influencia a nivel mundial y socavando la popularidad del antiguo estilo ‘europeo’ o poético de las producciones de audio *feature*” (p.78).

Sin embargo, como hemos visto, la libertad editorial y creativa que permite el pódcast narrativo ha permitido que convivan diversos géneros de ficción y no ficción, como también propuestas más experimentales que incluyen, por cierto, ese estilo del *feature* europeo. Así lo reconocen Lechuga (2015), de Beauvoir (2015) y Rodríguez Ortiz (2021), entre otros.

5.4.2.1. De las etapas a los pasos a seguir

El tiempo de la producción general depende de muchos factores. La modalidad de pódcast que se quiere hacer, la periodicidad de publicación, duración de los episodios, tiempo disponible para trabajar en el proyecto, tiempos de edición y postproducción, entre otros. (Izuzquiza, 2019). Esto implicará mayor esfuerzo en el caso del pódcast documental, como aprecia Avilés (2022) en relación con las radios argentinas que producen pódcast nativos en esta modalidad narrativa: “en lo discursivo requiere de un importante despliegue de pre y post producción y explota todos los componentes del lenguaje radiofónico y recursos expresivos (relatos, entrevistas, dramatizaciones, recreaciones, entre otros)” (p.24).

Izuzquiza (2019) identifica tres etapas para la producción de un pódcast: preproducción, producción y postproducción. Hay consenso entre los especialistas y productores que la

primera fase es clave para el resultado y éxito del podcast. Definir la idea o el concepto del podcast que se quiere hacer, realizar una investigación del tema, construir un arco narrativo -aunque sea tentativo o provisional-, buscar las fuentes y hasta elaborar o imaginar el diseño sonoro son parte de esta etapa.

Dentro de la primera etapa, la preproducción “engloba todos los pasos previos a ‘sentarse delante del micrófono y hablar’. En este apartado podemos hablar de la elección del tema del capítulo, del contacto con invitados y expertos, de la escritura del guion si fuese necesario, e incluso de la elección de ciertas músicas y efectos sonoros si van a utilizarse en la grabación del podcast o van a tener una gran importancia en el resultado final. Hay que tenerlo todo preparado para empezar a grabar” (Izuzquiza, 2019, p.37).

En relación con el arranque del podcast, Nuzum (2019) reconoce que una idea clara desde el principio garantiza en cierta forma el éxito final del podcast: “un buen creador de audio equilibra la confianza y la humildad. Ellos deben tener una idea clara y segura de lo que quieren crear y cómo crearlo, pero también se dan cuenta de que el podcast será tan bueno como lo hacen” (p.2).

A medida que vamos aterrizando o aplicando esta primera fase a la producción del podcast narrativo de no ficción, un aspecto clave es diseñar un itinerario de trabajo, que contemple etapas y objetivos. Así lo sugiere Mariano Pagella (2018, abril 14), cofundador de Lunfa y productor ejecutivo de Adonde Media: “(...) el primer paso es identificar las distintas etapas, quién las llevará a cabo e, idealmente, tiempos para cada una: diseñar un proceso de trabajo. Sí, ya sé que esto es algo que en la mayoría de los casos se hace en los tiempos libres y es difícil asumir *deadlines*. Sin embargo, es clave tener objetivos concretos en el tiempo, aunque luego se vayan ajustando sobre la marcha”.

Los podcast narrativos de no ficción son mayoritariamente producciones que toman más tiempo de investigación, producción y de recursos. Por ello, la planificación es clave como también definir la historia. Dentro de los ocho consejos que da Pedraza (2023, noviembre 15), el primero es definir la historia: “Antes de encender la grabadora o sentarse frente a un micrófono es necesario definir qué historia se quiere contar,

enmarcar los personajes, el conflicto central y un arco narrativo”. Otra forma de abordar este primer eslabón de la cadena productiva, entre 10 etapas que plantea Pagella (2018, abril 14), es definir un concepto que englobe el pódcast: “armar una frase que describa la idea detrás del pódcast. Todo lo que venga después será contrastado con esto. Puede ir sufriendo modificaciones a medida que se avanza y se encuentra una identidad, actualizándose o incluso cambiando completamente. ¿De qué se va a tratar? ¿Existen otros podcasts similares? ¿Cuál va a ser el diferencial?”.

Pero esto no se queda solo en la idea o el concepto, y luego en definir los episodios que tendrá y cómo el arco narrativo completo se despliega dentro de cada uno de ellos. Batista (2020, diciembre 21) sostiene que la planificación de esta primera etapa del pódcast narrativo debe considerar el público objetivo al cual va dirigido el pódcast. En entrevista con tres podcasteras de Brasil, Bia Guimarães, productora de *37 Graus* y cofundadora de *Cochicho*, sugiere buscar buenas referencias de otros pódcast y definir el público objetivo en la etapa de planificación, mientras que Joana Suarez, de *Cirandeiras Podcast*, cuenta que el público objetivo son oyentes interesados en los pueblos afrodescendientes, ribereños e indígenas, ya que cada capítulo narra la historia de una mujer comprometida con estas causas.

Si la naturaleza de este tipo de pódcast influye en la producción completa, otro aspecto que destaca son las temáticas que terminan por conectar y seducir a los oyentes. Así lo recalca Vicente (2024) en relación con pódcast narrativos de no ficción independiente de Brasil, lo que se diferencian de los producidos por los grandes medios y plataformas de Brasil, en un contexto de “excesiva” concentración. Los temas criminales, demandados mayormente por los patrocinadores y plataformas, son producidos mayormente por los grupos *O Globo*, *Folha de São Paulo* y *Rádio Novelo*, aun cuando esta productora esté dentro de las empresas independientes pero que hacen alianzas con estos grandes medios. Mientras, las temáticas sociales se expresan mejor en la producción independiente: “Entre las características positivas de este escenario, podemos señalar la forma en que grupos vulnerables y temas menos visibles en los medios tradicionales han estado presentes en las producciones. En este sentido, se destacan las diversas cuestiones vinculadas al universo femenino representado en la muestra (feminicidio, activismo político, derechos reproductivos, etc.), así como las

producciones que abordan cuestiones vinculadas a las poblaciones y la cultura negras en Brasil. Además, también están muy presentes las investigaciones enfocadas en temas contemporáneos o de la historia reciente del país, involucrando temas como la corrupción política, la crisis ambiental y el crecimiento del crimen organizado, entre otros” (p.14). Mientras tanto, producciones centradas en temas ambientales y que involucran críticas al agronegocio -el mayor exportador y uno de los sectores económicos más importantes del país- sólo están presentes en la lista como producciones independientes o, en el caso de Rádio Novelo, realizadas sin la asociación de grandes plataformas (p.15). López Villafranca (2023) también da cuenta de esto. En el análisis de 10 documentales sonoros relacionados a temáticas de género, cinco de España y cinco de América Latina (Chile, Argentina, Cuba y El Salvador), destacan los enfoques sociales: aborto, explotación laboral, cuidados, mujer pionera en algún ámbito, maltrato y discapacidad.

Guimarães y Azoubel (2022, septiembre 2) proponen una forma de producción que compara los podcast conversacionales con los narrativos. “Nuestra cadena de trabajo se asemeja a otros podcast narrativos y existen etapas comunes a cualquier programa, pero la verdad es que cada proyecto y cada equipo tienen una manera de organizarse (...) De esta manera, determinados formatos de podcast demandan un gran esfuerzo de preparación y preproducción, mientras otros se alargan en la postproducción, después de que todos los materiales y audios hayan sido recolectados”.

En relación con esta etapa de preproducción, como la primera entre seis, que contemplan Guimarães y Azoubel (2022, septiembre 2), ellas identifican la investigación y la pauta. Esta subfase requerirá mayor tiempo y profundidad, según cuál sea la historia que se va a contar: “En la producción de un episodio narrativo/documental, el paso inicial es definir cuál historia será contada y entender cuales elementos serán necesarios para construir la narrativa. Algunos podcast -como aquellas que tratan de crímenes o historia, por ejemplo- exigen una inmersión cuidadosa en documentos oficiales y archivos de prensa, que puede tardar varios meses”.

Un aspecto que puede ayudar a materializar o visualizar esta etapa de cualquier podcast es un *pitch* con el objetivo de mostrar, buscar financiamiento y/o vender la idea del

proyecto, sostiene Nuzum (2019): “Al igual que ocurre con otras habilidades que entrenar, es igualmente esencial saber cómo involucrar y entusiasmar a otras personas con tu trabajo, para que te apoyen y hagan cosas para ayudarte a ti y que tu trabajo avance. El papel clásico del *pitching* en el proceso de producción es presentar el proyecto a un editor, comisionado (un término aplicado a un ejecutivo, que aprueba o da luz verde a los proyectos), ejecutivo de desarrollo u otro guardián: conseguir una audiencia con ellos, a menudo simplemente unos minutos, para convencerlos de que apoyen tu proyecto” (p.178).

Vicente y De Lima (2021), a propósito de dos podcast narrativos brasileños, *Voces, historias y reflexiones*²⁶(2018-2022), de O Globo, y *O caso Evandro*²⁷ (2018-2019), de projeto humanos, enmarcados en el análisis de *Radio Ambulante*, como unos de los mayores representantes del podcast narrativo en español, explican panorámicamente la complejidad y riqueza del proceso de producción de un podcast de esta modalidad: “Esas obras exigen un considerable trabajo de preproducción, producción y postproducción a través de una investigación profunda sobre el tema, captura y grabación de eventos o entrevistas en diferentes ambientes, obtención de archivos sonoros preexistentes, organización y transcripción de audios, redacción y grabación de las narraciones que van a conducir la historia, y edición final del programa que podrá contar, incluso, con músicas, viñetas y efectos sonoros variados”. Un proceso que considera etapas, subetapas y una serie de aspectos y recursos que no se darían en un podcast conversacional o meramente de entrevistas.

Westphal (2022) atendiendo la falta de investigación en relación con la producción del podcast independiente en general, y en Alemania en particular, analiza 15 producciones diferentes relacionadas al *true crime*, música, viajes, medicina, biología e historia, y realiza 19 entrevistas a los productores, de entre 26 y 38 años, para conocer qué procesos y prácticas constituyen la producción del podcast. Los resultados revelan que existe un proceso lineal de producción de episodios en estos podcast independientes que considera preproducción, grabación y postproducción, y monetización, aunque está se entiende como una etapa separada pero concomitante con las tres principales. “Cada

²⁶ <https://audioglobo.globo.com/cbn/podcast/feed/580/vozes-historias-e-reflexoes>

²⁷ <https://www.projetohumanos.com.br/temporada/o-caso-evandro>

etapa se compone de una variedad de subprocesos y prácticas que interactúan. Los resultados también indican la tensión en los procesos de producción de los podcasters alemanes entre el aumento de la profesionalización y la informalidad del podcasting como actividad de ocio” (p.141). Aun cuando las etapas pueden traslaparse y esta tensión exprese la transición que ya advertía Bonini (2015) hace algunos años, lo cierto es que el podcast narrativo de no ficción envuelve un proceso de producción más elaborado, en el que esa tensión se resuelve en favor de procesos organizacionales, creativos, productivos, técnicos y comunicacionales mucho más complejos, como veremos en los resultados.

En relación con la producción, que implicará el trabajo de campo, de grabación de entrevistas, ambientes, paisajes sonoros y cualquier otra producción asociada a la historia, como también la elaboración del guion y del diseño sonoro, un aspecto que debe definirse es el formato que tomará el podcast narrativo. Pagella (2018, abril 14) sostiene que, independientemente de que esto pueda modificarse, el formato marca una hoja de ruta del trabajo de producción en terreno: “definir la forma que van a tener los episodios. Esto luego puede ir cambiando a medida que se van definiendo otras cosas, pero marca un punto de partida sobre el que comenzar a trabajar. ¿Va a ser estilo crónica, documental, audio ficción o informe? ¿Va a tener entrevistas o va a ser sólo una narración? ¿Va a contar con una, dos o más voces?”.

Al respecto, Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) explican bien los elementos que componen esta etapa después de la preproducción: “tras identificar la historia, elegir el punto de vista e investigar en torno a ella (lecturas, búsquedas de audio, archivos, documentos), llegan las fases de las entrevistas -a ser posible, en lugares con buena acústica para la inteligibilidad de los testimonios-, la selección de los audios -son útiles las herramientas de transcripción-, la escritura del guion -que debe reflejar todo: la narración, la música, los efectos, los silencios- (...)” (p.164).

Batista (2020, diciembre 21) y Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) destacan la dedicación que debe darse al guion en esta etapa. “El carácter intimista del podcast narrativo pasar por la construcción del guion, proceso central en este tipo de producción. La idea es transportar a quien está oyendo para dentro de la historia y eso

exige un texto estructurado, explica Guimarães, siendo el desafío de unir, por medio de la narración, entrevistas, sonidos y banda sonora”, plantea Batista a propósito del diálogo con Bia Guimarães. Un elemento del arco narrativo que puede contribuir a elaborar un mejor guion es el conflicto: “el guion de un podcast narrativo determina su efectividad periodística y emocional: una historia se revela, es un misterio que el narrador irá descubriendo con diferentes recursos que ayudarán a suscitar, mantener y satisfacer el interés del oyente de principio a fin. Para ello, es imprescindible que exista un conflicto (...) sobre esa premisa han de construirse o articularse los podcasts periodísticos, donde conviene intercalar escenas, reflexiones y transiciones”, resaltan Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023, p.163).

Si bien no hay espacio para la improvisación, señala Batista (2020, diciembre 21), se debe privilegiar la naturalidad en la narración del guion como si fuese una conversa entre amigos, de modo de conectar con el oyente. Narrative podcast (s/f) hace hincapié también en un guion bien escrito como un elemento fundamental. De la mano de aquello es el narrador y los ambientes o paisajes que capturen los escenarios en los cuales ocurre la historia: “El primer elemento clave que da a los podcasts narrativos su ingenio y los diferencia de las entrevistas y otros programas sin guion es que la voz en off ha sido escrita (¡y editada!) de antemano” (Narrative podcast, s/f).

Como parte de las buenas prácticas de producción que debe tener un podcast narrativo de no ficción es cómo se piensa y se construye el narrador dentro de la realización del guion: “el creador debe decidir quién será el narrador atendiendo a las circunstancias del relato, a sus fuentes y la finalidad de la historia: ¿la va a contar él mismo? ¿puede hacerlo otra persona? ¿qué tipo de narrador se necesita? ¿un narrador investigador? ¿un narrador-protagonista? ¿un narrador puro, fuera de la historia?” (Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023, p.164)

Lo cierto, como plantea McHugh (2022), es que el narrador debe ser el guía, el escritor, intérprete de la historia y eso debe quedar reflejado en el guion, como una tarea primordial dentro de la etapa de producción, una vez que se tenga todo investigado o recolectado, o según se vaya haciendo durante el camino del trabajo en terreno (Ver resultados, apartado 7.2).

En relación con la tercera etapa de postproducción, esta fase consiste en editar todos los archivos de audio, mezclarlos y masterizarlos a partir de la grabación previa de cada uno de ellos (entrevistas, paisajes, crónica, narración, música, efectos de sonido, etc.). Esta etapa debe verse más que como un trabajo técnico como una tarea creativa del proceso de producción, incluso como una posibilidad de innovación en un marco más amplio de ejecución de proyectos de pódcast: “(...) por el desafío que supone la innovación. El podcasting tiene, y está desarrollando, unas reglas distintas a las de la radio tradicional. Desde el propio concepto del audio que vamos a ofrecer a los oyentes, a las posibilidades de edición y postproducción que ofrece el trabajar en un soporte previamente grabado, hasta los retos que toca superar, como la medición de audiencias, la distribución, llegar a una mayor masa crítica de oyentes (...) (Izuzquiza, 2019, p.220).

Mientras algunos productores la dividen en edición y montaje, entendiendo la primera como un proceso mecánico y el segundo como un proceso narrativo, otros la clasifican en tres subfases, edición, mezcla de pistas o montaje, y masterización. Esto a propósito de la influencia de la industria audiovisual en la del pódcast (The Core, s/f).

Para darle forma sonora al proyecto de pódcast, podemos entender la etapa de edición de sonido y montaje como: “(...) la narración, las entrevistas y los registros de campos son unidos, combinando pistas, paisajes, archivos de audio y efectos de sonido. También se realiza un trabajo de refinamiento general del audio, corrigiendo problemas y ajustando cortes, transiciones y volúmenes” Guimarães y Azoubel (2022, septiembre 2).

Esa última tarea es la que algunos productores más ligados al mundo audiovisual entienden como masterización: “por último, y última fase del proceso, consiste en masterizar los sonidos, es decir, aplicar procesos o unificar los archivos. En la música es necesario, por ejemplo, unificar el nivel de las canciones para que el volumen de cada una de ellas sea el mismo” (The Core, s/f). Esta es una etapa abierta, para Pagella (2018, abril 14), ya que “acá es donde se va a terminar de verificar muchas de las definiciones de los puntos anteriores [concepto, formato, estructura, guion, etc.]. Puede haber variaciones en el formato original, ajustes en el guion o en la estructura”.

Como advierten Guimarães y Azoubel (2022, septiembre 2), en el pódcast narrativo “la preocupación por el ritmo de la historia es redoblado”, para que esta no pierda emoción

e interés de parte del oyente, además de que en esta modalidad de pódcast las horas de postproducción pueden ser mucho mayores debido a las diferentes capas de audio que involucra la historia (Izuzquiza, 2019).

En el pódcast narrativo de no ficción, además del productor, guionista, presentador o narrador, está el editor de sonido quien cumple una función importante dentro del pódcast, ya que, como decíamos, esta etapa no es solo técnica sino que también narrativa y creativa. Así lo reconocen Guimarães y Azoubel (2022, septiembre 2) “es quien sigue el guion para armar el pódcast y luego refina la unión de todos los elementos sonoros para producir la pieza final – recordando que, en los podcasts narrativos de estilo audiodocumental, la edición tiende a ser más compleja y requiere más tiempo que en podcasts conversacionales”.

Después de explicar las fases de preproducción, producción y postproducción, una etapa que se está reconociendo y valorando cada vez más dentro de la producción general del pódcast, y en particular en el pódcast narrativo de no ficción, es la publicación y distribución, lo que implica esfuerzos y recursos humanos para desarrollar esta tarea.

Esta etapa involucra desarrollar tanto una estrategia comunicacional como producción de contenidos asociados a ella, en relación con el pódcast que se va a publicar: “una vez que hayas publicado tus episodios, difunde tu pódcast a través de tus redes sociales y otros canales de comunicación que tengas disponibles, crea *teasers* y audiogramas que capturen la atención de tu audiencia y les inviten a escuchar tu contenido (López, 2023, abril 3).

A propósito de la publicación en el sitio de la productora, si es que lo hubiere, y en las plataformas, Guimarães y Azoubel (2022, septiembre 2, abril 3) identifican algunos aspectos que son importantes, como el nombre, descripción, público objetivo, etc.: “Aquí el proceso es igual al pódcast conversacional: debemos pensar en un buen título y una descripción atractiva, además de trabajar en la divulgación para que el episodio alcance al público objetivo”. Es decir, son aspectos que tienen que ver con la imagen o identidad visual del pódcast, sea el título, el texto de la descripción y/o la portada o carátula del pódcast, como también cualquier producto que apoye o potencie su divulgación: un tráiler sonoro, un tráiler audiovisual o una *story* en Instagram, en la cual

el productor o productora “enganche” a la futura audiencia con el conflicto o lo que encubre la historia que se va a contar.

López (2023, abril 3), a propósito del público objetivo y de los resultados que vaya arrojando el pódcast narrativo de no ficción, sugiere medir el impacto de la producción: “mide los resultados y crea una estrategia de posicionamiento: utiliza herramientas analíticas para medir el impacto de tus episodios y crea una estrategia de posicionamiento que te permita mejorar el alcance y la calidad de tus contenidos”.

A continuación algunos elementos a considerar en las distintas fases productivas del pódcast narrativo, incluyendo la publicación y divulgación del audio:

Tabla N°1

Aspectos clave de las diferentes etapas de producción

Pasos	Pagella (2018)	Guimarães y Azoubel (2022)	Pedraza (2023)
1	Concepto	Investigación y pauta	Definir la historia,
2	Lista de posibles episodios	Mapa del episodio o pre guion	Desarrollar un gancho interesante
3	Formato	Grabaciones en campo y entrevistas	Estructura la narración por capítulo
4	Definición del piloto	Guion	Crear personajes vívidos
5	Guion	Grabación de narración	Plantear un ritmo consistente
6	Edición de guion	Montaje y edición de sonido	Cuidar el sonido
7	Grabación o tracking	Publicación y divulgación	Cuidar la edición
8	Postproducción		Crear anticipación
9	Verificación y ajustes		
10	Otros episodios		

Fuente: elaboración propia sobre la base de las fuentes referenciadas

Al respecto dos apuntes. En el punto 9, Pagella (2018, abril 14) plantea la verificación y ajustes como un paso importante antes de la publicación del episodio. Entiende este como “verificar la pieza final y volver hacia atrás a ajustar lo que se crea necesario. Es posible que se retoque el guion y se tenga que grabar nuevamente. Se puede ir tan atrás incluso como para replantearse el concepto del pódcast, porque pueden aparecer cosas

que no se pensaron en esta instancia”. Pareciera una etapa que nos hace retroceder, pues más bien es lo contrario: es corroborar si se ha materializado el concepto del pódcast narrativo que se quiere hacer, y grabar, regrabar o incluir aquello que falte en la postproducción para un mejor resultado final. Pedraza (2023, noviembre 15), en tanto, a propósito del desarrollo general de la trama y cómo esta se expresa en cada episodio en particular, propone el concepto de anticipación: “A lo largo de la narrativa es necesario sembrar semillas de anticipación. Dejar pistas sutiles sobre lo que vendrá a continuación para mantener el interés de la audiencia y fomentar la especulación”. De esta forma, enganchamos al oyente para que pueda escuchar los próximos episodios, cuya atención es narrativa y auditiva.

Así, Gutiérrez, Sellas y Esteban (2019), entienden que “la naturaleza del pódcast narrativo es la que marca su proceso de producción y realización” (p.137) como también los tiempos de producción. Sobre los cuales la escritora, guionista y creativa de *Gabinete de curiosidades*²⁸, de Podium Podcast, Nuria Pérez, cuya producción ganó en 2022 el Premio Ondas Globales del Pódcast al mejor episodio, por *Siguiendo el hilo blanco, siguiendo el hilo negro*, reconoce que son piezas que “se trabajan a fuego lento” y que “si estás al servicio de la historia, no puedes estar al servicio del reloj”, a propósito de que sus temporadas de este pódcast de narración e historias pueden tardar nueve meses en producirse (Martínez Otón, 2022, junio 20).

5.4.3. Estética sonora

A propósito del estudio de un pódcast de marca y cómo usa la experimentación sonora, Fitó Carreras et al. (2023) destaca la capacidad que tiene el medio sonoro para fomentar la creatividad y la intimidad con el oyente, además de propiciar el recuerdo del contenido por la intensidad que provoca la escucha, gracias a la función mnemotécnica del sonido. Esto se logra en mayor medida con la radiofonía, como medio sonoro por excelencia, sostiene la investigadora. Sin embargo, Balsebre (2004) critica que la radio ha “devaluado” la función estética y expresiva que otorga el medio, ya que se ha convertido en un objeto de compra y venta de mercancías, como la información, la música, la publicidad y los productos anunciados. Es tan relevante el código imaginativo

²⁸ <https://www.podiumpodcast.com/podcasts/gabinete-de-curiosidades-podium-os/>

que encierra el mensaje, ya que la información estética que contiene influye más en nuestras emociones que en el plano lingüístico o del intelecto. Pese al desaprovechamiento de esta dimensión estética, Balsebre (2004) rescataba algunos programas que se colaban por una rendija, buscando explorar la magia y la seducción que tiene el lenguaje radiofónico: “Así, nacen programas que utilizan el lenguaje radiofónico de forma integral, codificando la expresión sonora con todos los recursos posibles, integrando en un mismo mensaje lo semántico y lo estético. La conjunción de los factores semántico y estético en el uso del lenguaje radiofónico es esencial si se quiere comprender la dimensión artística de la creación radiofónica” (p.6)

Dentro de esos programas que pudieron mantener y desarrollar esa función fueron los clasificados en los géneros ficcionales, que, hoy junto con el podcast narrativo de no ficción, han recuperado la creatividad estética del medio (Rodero, 2005). Así lo entiende también García Lastra y Pedrero Esteban (2019), quienes plantean un análisis en perspectiva del medio radiofónico: “aunque en sus orígenes la radio *broadcasting* trató de encontrar referencias narrativas en los medios preexistentes (teatro, cine y literatura), su particular escenografía acústica –lo que ahora se denomina diseño sonoro– posibilitaría la cristalización de los géneros puramente radiofónicos entre los que destacaron, por su atracción popular, los ligados a la ficción: radioteatro, radionovela, cuento sonorizado, dramatización, recreación (...)” (p.28).

5.4.3.1. Diseño sonoro

A propósito del renacimiento de la ficción radiofónica y sonora (López y Olmedo, 2020; Ruiz, Alcudia y Legorburu, 2022) y de la creatividad y experimentación que posibilita el podcast se ha revalorizado la dimensión estética, como una dimensión artística de lo sonoro.

En efecto, la estética es una señal imprescindible en la producción del podcast actual y, muy especialmente, en el narrativo, por la factura que está detrás y la inmersión que se busca del oyente. La estética está entrelazada con el autor, ya que no se puede saber el qué de la historia sin el cómo; o el contenido sin la forma. La estética sonora está en todo el proceso de producción: concepción, grabación de campo, recolección de materiales/jerarquización y edición (Godinez, 2016). Incluso “el montaje debe

preocuparse por la comprensión, pero también por la composición misma de un producto atractivo, bello” (Godinez, 2016). De otra forma es cómo suena mi podcast, ya que “las pantallas más importantes que conquistamos son las mentes de los oyentes y sin la labor —constante, minuciosa y evocadora— de los diseñadores de sonido sería imposible conseguir la inmersión que los podcasts consiguen” (Espinosa de los Monteros, 2020, septiembre 30). Además, se están usando herramientas de grabación, como el binaural, o de postproducción, como el dolby, para provocar la inmersión del oyente (Piñeiro-Otero y Pedrero Esteban, 2022).

Es decir, la estética sonora está en todo el proceso de producción general del pódcast, como sostiene Godinez (2016) y comprende todos los recursos sonoros que pueden emplearse, en la forma en cómo se graban y cómo se usan dentro del pódcast, ya sea en el guion (aun cuando se modifique hasta el final) y/o en la postproducción (pódcast terminado). Podemos hablar entonces de un diseño sonoro y musical que está en sintonía con la estética, que se percibe por los sentidos, semántica y emocionalmente como planteaba Balsebre (2004). De ahí su importancia.

Nuzum (2019) destaca el valor que tiene el sonido y la música como herramientas poderosas para la producción de cualquier pódcast: “Ambos evocan cosas que no se dicen, dirigen la atención del oyente hacia un momento importante, proporcionan señales emocionales al oyente, en cuanto al estado de ánimo y los sentimientos, y proporcionan la estética de su trabajo. Cuando una historia avanza a través de escenas, el sonido y la música deben moverse también y reflejar el entorno diferente de la nueva escena” (p. 133).

Ya desde el inicio del pódcast, hace dos décadas, el uso que hacían los productores de “estas herramientas poderosas” lo hacía distintivo en comparación con la radio, como reconocen Morais y Paiva (2019): “En relación con la estructura de este formato, a pesar de que se relevaban semejantes a la radio, los pódcast acaban por no utilizar el típico lenguaje o formato, duración y convenciones de la radio, acabando por presentar una estética sonora diferente y más liberal” (p.74).

Esta estética “otra” y más abierta a la experimentación y a la interacción con el oyente, se debe expresar en todo el proceso productivo del pódcast, como decíamos, cuya tarea

cobra especial relevancia en los géneros de no ficción: “el podcast narrativo demanda una actitud sonora que comienza a ejercitarse desde el primer momento: considerar que los hechos ocurren en entornos sonoros induce a grabar los testimonios de modo que se capte el ambiente de cafetería, de oficina, etc.” (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019, p.146).

Sin embargo, debido a la mayor complejidad de este tipo de producciones, que pueden tardar seis meses o un año en producir una temporada, el factor tiempo y el bajo presupuesto, muchas veces, no son los mejores aliados para diseñar y ejecutar un diseño sonoro de calidad o inmersivo. Un pódcast que busque la inmersión del oyente requiere un guion y recursos sonoros -efectos de sonido y música, por ejemplo- que sean diegéticas, y eso requiere mayor tiempo y dedicación, lo que muchas veces no se tiene.

Nuzum (2019) advierte al respecto que es necesario adaptar el proyecto de pódcast a los recursos humanos y financieros con lo que se cuenta, para elaborar o no un diseño sonoro de mayor impacto: “Pero si ese valioso recurso es el tiempo, requiere un tipo diferente de resolución creativa de problemas. Si tu imaginación y ambición anhelan crear una narrativa hermosa y rica en sonido, con un montón de entrevistas en locaciones, diseño de sonido personalizado y una partitura orquestal, genial. Pero si está previsto en dos días, eso podría ser una perspectiva difícil. Entonces aprendes a adaptar tu ambición trabajando con los recursos disponibles” (pp. 74-75).

A la falta de financiación se suma que los periodistas y comunicadores que están incursionando en el medio deben aprender a contar historias en audio y con buen diseño sonoro, para así marcar la diferencia. Mauricio Cabrera, especialista en medios digitales y pódcast, y creador de Story Baker, asegura que la narración y el diseño sonoro son parte del desafío de los productores: “Si no tienes presupuesto y le estás pidiendo a un reportero que haga todo de manera rápida, atendiendo tendencias, es muy complejo poder hacer este periodismo ‘a fuego lento’ (...). Algo que hace falta todavía mucho es educar al periodista, a la redacción, al escritor, al guionista a saber contar historias en audio, para no terminar cayendo en la tentación de convertir el podcast meramente en una réplica de lo que siempre se ha hecho en radio. Porque donde verdaderamente

marca diferencia el podcast periodístico es en la investigación, en la narrativa, sumado al diseño sonoro”. (López Linares, 2022, octubre 3).

A propósito del bajo presupuesto y cómo resolver un buen diseño, pese a la falta de financiamiento, Juan Serrano, director de la productora La No Ficción, de Colombia, explica que “ahora bien, Daniel Díaz, quien se encarga de la mezcla y la musicalización de los episodios, es un gran batería y es dueño de un sentido innato del ritmo. La idea que lo ha guiado es la de utilizar música que insinúe determinadas atmósferas, pero dejando que sea la trama la que se luzca” (Espinosa de los Monteros, 2020, septiembre 30)

Construir equipos internos o externos que se especialicen en esta tarea y puedan crear un diseño sonoro con los recursos disponibles es también un desafío. Además del productor, guionista, presentador o narrador, editor de sonido, Guimarães y Azoubel (2022, septiembre 2) reconocen que tanto para el podcast narrativo de no ficción como el conversacional, un músico y un mezclador y masterizador puede ser útiles para estas producciones: “pueden surgir demandas para otras funciones que pueden ser ejecutadas por el equipo o profesionales externos, por ejemplo, un músico: algunos podcast usan bancos de bandas sonoras, pero otros trabajan con músicas originales, compuestas específicamente para aquella serie o para el episodio, y mezcla y finalización de audio, ya que en algunos equipos hay alguien que monta el episodio con todos los elementos y otra persona que llega en la etapa final para hacer ajustes más precisos en la mezcla dejando el episodio listo para la publicación”.

5.4.3.1.1. La contribución de la ficción para un diseño sonoro en la no ficción

Para una mejor resolución del diseño sonoro en el podcast narrativo de no ficción, que es parte constitutiva de todo el proceso, que requiere financiamiento, equipos o profesionales especializados, y productores que sepan contar la historia en audio, para capturar y registrar todos los momentos, ambientes o escenarios sonoros, la ficción sonora hace una contribución importante a este campo, con larga tradición en los radioteatros desde la década del '30 del siglo pasado.

“Entre los rasgos básicos de esta variante [de podcast narrativo de no ficción] se incluyen un diseño sonoro elaborado, una voz enunciativa creíble, una perspectiva periodística y el uso de testimonios, efectos sonoros y recursos que a veces beben de las técnicas de la ficción sonora” (Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023, pp.154-155).

Volpini, Ruiz y Ortiz Sobrino (2020) pueden ser iluminadores respecto al diseño sonoro en el podcast valiéndose de la construcción del espacio radiofónico en las obras de ficción, cuya tarea la califican de ardua, ya que solo es posible construirlo a través del lenguaje sonoro. Varias preguntas y desafíos surgen en relación con esto: “dónde, por qué ahí, desde dónde, hacia dónde, por qué ese movimiento, cómo interactúa con la historia y con los personajes (...). A través del plano sonoro aportamos intencionalidad a las acciones y verosimilitud a los espacios” (pp.88-89).

Ponce y Rodero (2017) trazan una ruta para poder diseñar y aplicar un posible análisis a las obras de no ficción, a partir del estudio del lenguaje sonoro de cinco podcast mexicanos de ficción sonora, producidos por radios públicas, comerciales e independientes, entre 2014 y 2016, en diversos géneros ficcionales. El uso de recursos innovadores y la renovación del lenguaje sonoro, para llegar a un público más joven, han sido los resultados centrales. Si bien la música es empleada principalmente de manera extradiegética o incidental, con escasa vinculación textual con la historia, mientras los efectos sonoros usados son más diegéticos o inmersos en la narración, se logra la creación de imágenes mentales en los auditores apelando a su vez a un componente más emocional, lo cual puede dar pistas para hacer un diseño sonoro más consciente y elaborado en los podcast narrativos de no ficción. “Los resultados del análisis detectan un alto componente emocional de la música. En tres de los podcasts la función de la música utilizada fue predominantemente la expresiva y se ha usado sobre todo para generar suspense (...) En general, la combinación y variedad de efectos para recrear ambientes consigue dibujar correctamente la ubicación espacial de las escenas y, con ello, estimular la creación de imágenes mentales en los oyentes” (Ponce y Rodero, 2017, p.12).

Además de que la ficción misma puede ser incluida dentro del podcast narrativo, como uno entre otros géneros ficcionales o no ficcionales, el desafío mayor o más complejo

es que todos los recursos sonoros estén en relación con la historia y logren la implicación del oyente, como sostienen Gutiérrez, Sellas y Esteban (2019): “más allá de la inclusión o no de la ficción, el tratamiento específico de lo acústico debe ser consecuencia de un diseño sonoro que evoque y traslade al oyente (...) Sin dejar de lado la dimensión estética, la exploración de los recursos sonoros debe también aportar información: la música, los efectos sonoro e incluso el silencio han de tener sentido en la historia, es decir, no deben ser meros elementos ornamentales” (p.145).

Rodríguez y Godínez (2020) han explorado los cruces entre el género narrativo documental y el radioteatro, hoy ficción sonora expandida en medios y plataformas. Las claves del género de realidad, en los cuales cabe la ficción al servicio de la historia si así se requiere, son la investigación, la estructura narrativa, el rol del narrador, documentos sonoros, paisajes sonoros, periodismo de inmersión para “sacar a la narrativa sonora del ascetismo del estudio de radio” y la estética en la que “el documental sonoro se distancia del resto de los géneros periodísticos radiofónicos por una decidida preocupación estética. La voz (...) los sonidos, las elecciones musicales, las construcciones radioartísticas, permiten construir una obra integral y permiten informar y opinar” (p.66)

Dentro del diseño sonoro, la creación del espacio en función de la historia y del oyente son fundamentales, como también lo es el diseño musical, entendido como aquellas composiciones e interpretaciones musicales, sean instrumentales y/o con voz, que permiten dotar a la historia, de un valor narrativo, descriptivo u ornamental, cuyas funciones pueden ser diegéticas o inmersas en la historia o extradiegéticas, que acompañan la narración.

5.4.3.2. Diseño musical

Desde la semiótica, Chalkho (2014) estudia la significación que tiene el sonido en los lenguajes audiovisuales. La tarea no es fácil, ya que en relación con el diseño sonoro éste se mueve en un campo difuso: “La significación en el diseño sonoro no es una cualidad natural o inmanente perteneciente a los sonidos sino que es una función relativa otorgada por los contextos y construida por las culturas en capas cronológicas; y por las

diversas relaciones que se tejen entre los actores del hecho audiovisual, siendo además estos significados de naturaleza compleja múltiples y variables” (p.13)

Al contrastar esta hipótesis con la propuesta de Schaeffer (1996) y Chion (1999) que apuntan al sonido como unidad indivisible y que no puede cosificarse como objeto de estudio, Chalko (2014) advierte que el lenguaje cobras nuevos significados en una situación de diseño, como el diseño musical por ejemplo, y que los sonidos y la música son una construcción social de sentido que adquieren significado tanto para quienes la crean como para quienes la escuchan.

Recogiendo la tradición del medio radiofónico y su relación con la música, como uno de los cuatro elementos básicos del lenguaje de la radio, Balsebre (2004) destaca su sentido emocional: “la radio como arte acústico puro está más íntimamente unida a la música que a los otros artes acústicos (cine, teatro), se desarrolla a través de su función estética. La estética acústica nos ayudará a definir mejor el simbolismo y el código imaginativo-visual de la música radiofónica, fuente de múltiples sensaciones y emociones en el proceso de comunicación con los radioyentes” (p.82-83).

Pese a la importancia que tiene hoy en día el diseño sonoro, casi no existen estudios relacionados al pódcast ni menos al diseño musical para el pódcast narrativo. Aun así encontramos algunas pistas. Primero, que la música dota a la producción de “identidad sonora”, sostiene Méndez (2021, agosto 24) a propósito de la conversación con los diseñadores musicales Nicolás Pagella, de *El verdadero robo del siglo*²⁹, Argentina, y Andrés Nusser, de *Las Raras*³⁰, Chile, ambos pódcast documentales. “[El podcast] puede relatar todo lo que quiera, pero si la música es algo completamente genérico o es la misma música que utilizan todos los demás, ese podcast no tendrá una identidad definida”, sostiene Pagella (Méndez, 2021, agosto 24).

La música para el pódcast, a diferencia de otros productos audiovisuales, no tiene una duración determinada ni utiliza coros o estribillos: “Por el contrario, durante el proceso de composición de música para podcast se crean *loops* (bucles) de sonidos que se repiten y pueden ser utilizados sin tener una duración con límite determinado. También

²⁹ <https://robodelsiglopodcast.com/>

³⁰ www.lasraraspodcast.com

se utilizan tempos y progresiones de acordes para provocar ciertas emociones en quien lo escucha, tal cual como se hace en la música para películas”, expone Méndez (2021, agosto 24)

La música puede no solo acompañar o ambientar la historia, sino que también puede ser parte de la historia y cobrar vida propia dentro y fuera del pódcast, sostiene Moreno Cazalla (2022, noviembre 27): “La música para la producción de pódcast es indispensable para la ambientación de las historias. En Podium Podcast empleamos música de librería, Epidemic³¹ y sin ser músicas comerciales, las intros de algunos programas se convierten en icónicas. Dentro de las estrategias de largo plazo, por un lado, puede ser la protagonista del relato, como en el documental de *València Destroy*³²”.

Además de Epidemic existen muchas más librerías musicales, como Jamendo³³ Pixabay³⁴ y Lamusicagratis.com³⁵ que permiten la descarga y uso libre derechos de autor, aun cuando, dependiendo de la licencia, debe hacerse mención al autor o creador de dicha música. A propósito de la búsqueda de la música apropiada para algún momento de la historia y los tiempos de postproducción, que incluye todos los recursos sonoros y la música, esto puede ser muy variable y complejo a la vez. Así lo estiman Roberto García, jefe de producción de SER pódcast de España, y Andreu Quesada, destacado diseñador sonoro de pódcast de ficción y no ficción sonora, para El Extraordinario y otras empresas: “A veces puedes tardar unas 4 horas en editar 2 minutos, pero normalmente con un episodio de 20 o 30 minutos estás una semana” explica García, mientras Quesada cuenta que “muchas veces se nos va el tiempo en una librería musical buscando la música adecuada para una escena” (Tadeo, 2022, noviembre 26).

Una cosa son las librerías musicales; otra es la música original que va cogiendo fuerza dentro de la producción del pódcast. Sin embargo, se requiere financiamiento, un diseñador musical y músicos que compongan y graben, y por supuesto músicas que sean

³¹ <https://www.epidemicsound.com/>

³² Clasificado como reportaje sonoro, con la etiqueta de documental, sobre la ruta del bacalao en la comunidad valenciana, de España. <https://www.podiumpodcast.com/podcasts/valencia-destroy-podium-os/>

³³ <https://licensing.jamendo.com/es/catalogo/proyecto/videos/podcast>

³⁴ <https://pixabay.com/es/music/search/musica%20para%20podcasts/>

³⁵ <https://lamusicagratis.com/catalogo-de-musica>

ad hoc a la historia, sus personajes y sus momentos. Esto implica que el diseñador musical en conjunto con el diseñador sonoro, el productor principal y el guionista trabajen a la par para desarrollar un proyecto musical acorde a las necesidades de la historia: “Me detengo en esta fórmula [en la música original para pódcast] porque cada vez nos parece mucho más interesante explorarla por las posibilidades creativas que aporta, mayor libertad, relevancia del autor y la posesión de la explotación de los derechos y así, evitar recorrer uno de los caminos más complejos del empleo de música registrada en sociedades de gestión. Y en este sentido buscamos que la música sea más allá de un producto, una obra como parte de una obra mayor” (Moreno Cazalla, 2022, noviembre 27).

Sea música licenciada u original, o la mezcla de ambas, el diseño y producción musical también debiese ser parte desde el inicio del proceso, ya que la idea o concepto que se quiere trabajar en el pódcast debe estar de acuerdo con la estética general del pódcast y el diseño sonoro en particular que se cree para la producción.

5.4.3.3. Experiencias de diseño sonoro

McHugh (2022) a propósito del análisis de tres pódcast sobre China, uno de Australia y dos de Reino Unido, advierte de entrada sobre el uso inadecuado de la música o los efectos que se quiere provocar con ella dentro del pódcast narrativo de no ficción: “Después de mezclar el diseño de sonido, siguen más ajustes. La música puede abrumar o socavar el contenido: ‘exagerar demasiado’ el discurso de alguien con música manipuladora es un pecado capital que puede volverse conmovedor y sensiblero. A veces el tono está bien, pero el tiempo no es el adecuado. Un episodio que se prolonga necesita intervención quirúrgica” (p.2).

Los pódcast analizados fueron *El rey de Kowloon*³⁶, producida por ABC, la cadena *Australian Broadcasting Corporation*, que produjo un narrativo de no ficción sobre el famoso grafitero urbano llamado Tsang Tsou-choi (1921-2007), de Hong Kong, quien por más de 50 años caligrafiaba las calles de este país con mensajes en los que defendía su linaje real de Kowloon. También estudió *El Príncipe*³⁷, realizado por *El Economist*, y *Cómo*

³⁶ <https://www.abc.net.au/radionational/programs/rn-presents/disappearance/13945078>

³⁷ <https://www.economist.com/audio/podcasts/the-prince> con acceso de pago por suscripción.

*convertirse en dictador*³⁸, de *The Telegraph*, ambos de Reino Unido, que se concentraron en la figura del presidente de la República Popular China, Xi Jinping (2013-a la fecha).

McHugh (2022) analizó el enfoque editorial de los podcasts, la investigación y producción, estructura, guion, diseño de sonido y alojamiento de las producciones. En uno de los podcasts más destacados, como fue el *El rey de Kowloon*, por la relevancia del personaje, la historia que está detrás y la forma en que fue contada por su narradora, Louisa Lim³⁹, periodista e investigadora australiana. A raíz de la amistad que tuvo el grafitero y rapero MC con el rey Kowloon, Lim demuestra su habilidad para combinar varios elementos que potencian la historia: “Esta combinación dinámica de realidad, diseño de sonido y mezcla de *stand-up* (in situ) con una narración bien escrita (de vuelta en el estudio) implanta a MC como un personaje en nuestra mente”, destaca McHugh (2022, p.9).

Compuesta por seis episodios, de entre 26 y 31 minutos, investigada y escrita por Louisa Lim, y la música original, diseño de sonido y masterización de Russell Stapleton, entre otros créditos, la productora de *El rey de Kowloon* aprovecha los escenarios para resaltar el sonido como una herramienta narrativa y estética: “El rapero MC Yan, también es un ferviente budista. Lo conocemos en el episodio tres, en una de las pocas escenas locativas que nos llevan al lugar (más que a la protesta). Comienza con Lim en una calle ruidosa: ‘Estoy en una calle muy estrecha, enormes edificios industriales a ambos lados, camiones pasan tronando. He venido a ver a MC Yan, uno de los grafiteros y cantantes de hiphop más influyentes de Hong Kong. Y el rey de Kowloon fue un amigo suyo...’. El sonido nos transporta al interior, mientras Lim busca a MC, con el tintineo de la jaula de un ascensor que aporta una sensación de directo” (p.8).

Esa sensación vívida, que aporta el salir del estudio y que se aprovecha narrativa y estéticamente en el podcast narrativo de no ficción, puede ser un plus de estas producciones. Pese a los pocos estudios existentes, en el ámbito iberoamericano, López Villafranca (2023) analiza 10 documentales sonoro con perspectiva de género, cinco de España y cinco de América Latina (Chile, Argentina (2), Cuba y El salvador) y establece

³⁸ <https://www.telegraph.co.uk/how-to-become-a-dictator-podcast/>

³⁹ <https://www.louisalim.com/podcasts>

algunas diferencias en los diseños sonoros entre las producciones españolas y latinoamericanas: “Se nota la influencia del documental sonoro latinoamericano en España, con mayor trayectoria y en el que se distingue el papel del narrador como investigador in situ. Los documentales españoles son más cuidados en el diseño y la edición, y los latinos se caracterizan por una mayor frescura mostrando los paisajes sonoros y escenas donde se desarrollan los diálogos con las protagonistas” (p.10).

El potencial del audio es enorme y el diseño sonoro es una de las partes más sustanciales de un buen podcast, sostiene María Jesús Espinosa de los Monteros (2020, septiembre 30), directora de PRISA Audio, quien destacó el trabajo de 10 diseñadores sonoros en el mundo del podcasting en español, en distintos géneros. En relación con el podcast narrativo documental resalta el trabajo de Martín Cruz de *Las Raras*, de Chile, con varios premios a su haber: “Nos dimos cuenta así que el diseño de sonido era algo que la gente realmente disfrutaba de nuestras historias, que nos distinguía. Y en varias ocasiones nos instaron a ser aún más atrevidos y experimentales con esto. Decidimos entonces crecer y empujar nuestro trabajo aún más en esa dirección y nos permitimos jugar más con el sonido como recurso estético y narrativo”, afirma Cruz (Espinosa de los Monteros, 2020, septiembre 30). Por ejemplo el episodio La refugiada⁴⁰, de la temporada seis de *Las Raras*, ganó en la categoría periodismo sonoro del Premio Roche de Periodismo en Salud 2022. El jurado destacó además de la temática, que trata de una mujer salvadoreña que sufrió un aborto y luego fue condenada, encarcelada y liberada, el diseño sonoro: “(...) este trabajo muestra cómo la salud está unida a lo social y a lo cultural, al relatar el drama real de la protagonista de la historia y de otras mujeres en su misma situación. Agregan que este episodio está narrado con altísima calidad y con un diseño sonoro que le da una ambientación artística y cinematográfica” (Premio Roche, 2022, noviembre 2).

A propósito de lo experimental y de producir cada podcast para cada oyente, Jorge Carrión, de *Solaris*, que obtuvo el premio al mejor podcast experimental en los Premios Ondas Globales del Podcast 2022, sostiene que “el diseño sonoro de *Solaris* es sobrio y levemente inquietante. Andreu Quesada, el diseñador, captó rápidamente que no queríamos hacer un podcast que sonara como los demás. Nuestra propuesta no es

⁴⁰ <https://lasrarpodcast.com/episodio/la-refugiada/>

comercial, no es para todos los públicos, es para personas que quieren pensar, aprender, seguir leyendo. Y la dimensión sonora tiene que invitar a eso, a la reflexión, al conocimiento, a la lectura” (Espinosa de los Monteros, 2020, septiembre 30).

El diseño sonoro, entonces, es que le da la identidad sonora al pódcast, de acuerdo con una estética planificada en la que cada sonido, recurso sonoro y la música son fundamentales, desde el inicio del proyecto hasta su materialización. Esto no se termina sin el oyente, que es aquel, como lo ve Carrión que es parte interactiva de la historia y que responde emocionalmente a la historia que está escuchando.

5.4.4. Financiación y monetización

Una de las dimensiones más complejas, problemáticas y desafiantes es el financiamiento del pódcast y los ingresos que se puede percibir a costa de él. Esta tarea, que puede resultar titánica sobre todo para las productoras independientes vive un momento complicado, como veremos. Pese a las estrategias diversas de financiación, que han estado desde la explosión del formato hace una década y de los intentos hoy por rentabilizar el pódcast, la situación no es prometedora.

Con un crecimiento acelerado del mercado, al ritmo del 25% anual en los últimos años, los ingresos del pódcast pueden llegar a los 3 mil millones de dólares para 2025, según Deloitte (Entrialgo, 2022, marzo 1). Sin embargo estas cifras que parecen auspiciosas no son tales. En un informe de principios de enero de 2024, enfocado en las predicciones para el sector de Telecomunicaciones, Medios y Tecnología (TMT), se advierte que los pódcast generarán solamente 2 dólares al año de publicidad por cada oyente, en comparación con los 10,5 dólares de la radio y los 31 dólares de la música en streaming, según Deloitte (Auxier et al., 2024).

Pese a los 1.700 millones de oyentes de pódcast, en promedio mensual, que se alcanzarían en 2024, los ingresos anuales aumentan “modestamente”: “Sumando los ingresos globales anuales estimados para cada uno de estos formatos, incluidos los podcasts (3.500 millones de dólares), los audiolibros (7.000 millones de dólares), la música en streaming (23.000 millones de dólares) y la radio (42.000 millones de

dólares)”, según Deloitte (Auxier et al., 2024), se llegará a un aumento del 7% en estos cuatro formatos en el mercado del entretenimiento del audio.

En este escenario actual, cuáles son los problemas para generar ingresos en el mercado del pódcast. Deloitte, en su análisis del podcasting, sostiene que la dificultad para generar ingresos y ganancias se debe “a los altos costos operativos para las empresas y la lenta aceptación por parte de los anunciantes” (Auxier et al., 2024).

Antes de conocer algunas oportunidades que existen, pese a esta evaluación del mercado actual, ¿cómo se llegó hasta aquí? ¿cómo ha sido el cambio de la empresa radiofónica hacia el audio? ¿cómo el podcasting tomó vuelo propio y cómo el mercado sonoro se expandió a esta magnitud?

“El lanzamiento del iPhone en 2007 y la expansión de las redes inalámbricas afianzó este nuevo concepto de radio [online] y la transformación del producto sonoro” (Piñeiro-Otero y Pedrero Esteban, 2022, p.3). Sin embargo, la adaptación del medio, mientras el podcasting iba creciendo sigilosamente, no ha sido automática. Con mayor investigación radiofónica en España que en el resto del mundo hispanohablante, Sellas (2012) advertía hace más de una década que la explotación comercial del podcasting era solo una promesa ya que, pese al avance que estaban experimentando los medios y las empresas norteamericanas, en España la situación aún no despegaba. Avizoraba, en ese entonces, que las empresas de radio debían explotar sus contenidos, hacer alianzas con podcasters independientes que estaban produciendo el formato, y producir para instituciones o empresas. Casi en paralelo a esto, Bonini (2015) cifra en 2012, en Estados Unidos, “el lanzamiento de los primeros modelos de negocio capaces de sostener la producción y el consumo independientes de contenidos de audio distribuidos mediante podcasting” (p.24).

Mientras, la radio seguía en lo suyo, según Martí et al. (2015). Respecto al cambio del modelo comercial de las radios catalanas y en español advertía que se debía avanzar hacia un suministro multiplataforma. Para alcanzar estos nuevos objetivos financieros se deben diseñar “estrategias de oferta y ventas en el contexto digital para obtener retornos necesarios para mantener la producción” (p.18).

Pese a la explosión del formato del pódcast, que se verificó a mediados de la década, pasada, Ribes, Pérez-Alaejos y Porta (2019) advertían que el modelo de negocios de la radio se resistía al cambio debido a los niveles de penetración homogéneos que mantenía la antena y el mantenimiento de la inversión publicitaria en el mercado español. Sin embargo, la adaptación era inminente: “Al *streaming* y a la antena ‘podcastizada’ le ha seguido una antena pensada para el online y un primer diseño de online nativo como estrategias de producción, distribución y monetización de contenidos. Ahora las reglas del juego las pone el ecosistema multimedia, y la unidireccionalidad del audio no es suficiente en la búsqueda de la multidistribución” (p.180).

Hasta ese momento en 2019, todavía no existía una estrategia coordinada, coherente y con prospectiva en la relación entre la radio, las plataformas digitales y las agencias de publicidad: “no hay, en este sentido, una política común de las agencias de medios o las emisoras de radio: en unos casos se ofrece la planificación como un paquete conjunto, simultaneando la emisión a través de la radio por ondas con otras plataformas digitales (*webcaster, apps, streaming, etc.*). En todo caso, el producto estrella de la radio online en este momento es el podcast” (Ortiz Sobrino, Castillo y Carrazoni, 2019, p. 91)

En efecto, 10 años después del nacimiento del podcasting y con la explosión del formato producido por *Serial* y otros pódcast de esa época, como confirmamos anteriormente, se estaba produciendo la “segunda era” del formato, como la calificó Bonini (2015), con un carácter masivo e industrial. Lo que partió como ideas de modelos de negocios estaba comenzando a materializarse: “Los modelos económicos (patrocinio, publicidad, donaciones de los oyentes, publrreportajes, suscripciones de pago) que imaginaban Crofts et al. (2005) y Glaser (2005) están empezando a funcionar, diez años después de que fueran concebidos por primera vez” (p.29).

Mientras, las empresas radiofónicas comienzan su conversión a este nuevo escenario, como describe muy bien Venier (2019): “(...) en la configuración de este fragmentado sistema mediático sonoro se advierten una serie de relevos en las categorías con las que se designaban los elementos intervinientes en el modelo del *broadcasting* y la incorporación de nuevos elementos funcionales: las emisoras radiofónicas canónicas,

que, si bien mantienen su presencia online, son desplazadas o absorbidas por las plataformas de *streaming* o ‘retransmisión’; las productoras radiofónicas se redefinen como ‘productores de contenidos’ y operan también bajo el modelo de las plataformas (...). También aparecen nuevos elementos en este sistema como las plataformas de ‘hosting’ o ‘distribuidores’, los ‘agregadores’ que asisten en la sindicación de contenidos y las herramientas de creación o edición online. Todas estas actividades se gestionan bajo el modelo de plataforma” (p.77).

Ahora, 20 años después de crearse el concepto pódcast y 10 de esta “segunda era” es momento de hacer una nueva radiografía de estos modelos de negocio, en un contexto de economías de plataformas (Srnicek, 2018) y de plataformización del negocio digital (Sullivan, 2019).

“El modelo de plataforma ha cambiado la manera con que las empresas generan ingresos y la estructura de las cadenas de valor. Las empresas tradicionales utilizan cadenas de valor lineales, del productor al consumidor, es decir, un camino rígido que involucra la I+D, creación de productos, marketing y comercialización. El modelo de plataformas impulsa una compleja interacción entre productores, consumidores y la propia plataforma, en la cual cada uno de estos participantes puede desempeñar un papel distinto en determinado momento” (Da Silva y Nuñez, 2021, p.10). Así, las plataformas operan de manera rizomática, y no como las empresas convencionales, con concentraciones horizontales, verticales o cruzadas, como ocurría con la industria infocomunicacional tradicional. El peligro que reviste ello es que las plataformas tienden a controlar la industria y la interacción con los usuarios, lo que les da tanto el poder de manejar una gran cantidad de datos, para fines comerciales, como para transitar hacia un modelo de pago en el que los productores independientes tendrán menos margen de maniobra (Sullivan, 2019).

Srnicek (2018) alerta de estos comportamientos rizomáticos: “con los efectos de red, en el ADN de las plataformas se constituye una tendencia hacia la monopolización: a mayor cantidad de usuarios que interactúan en una plataforma, más valiosa se vuelve para cada uno de ellos toda la plataforma. Los efectos de red, más aún, tienden a implicar que las ventajas iniciales se solidifican como posiciones permanentes de liderazgo en la

industria” (p.88). Es decir, lo que queda dando vueltas aquí es que cualquier pódcast, medios que produzcan pódcast nativos o sean rescatados de la antena, en el caso de la radio; productores independientes, y otros de diversas áreas educativas, culturales, sociales, etc., pasan inevitablemente por una plataforma digital para publicar y distribuir su pódcast “gratis”.

Después de hacer un valioso recorrido por la economía de las plataformas y estudiar específicamente que ocurre en el caso del podcasting, Venier (2019) alerta de este proceso que está detrás: “De esta forma los contenidos sonoros ingresan en el modelo de la economía digital la cual, apoyándose en la retórica de la libertad y la democratización de la comunicación, desplaza la explotación del trabajo asalariado a la explotación del trabajo gratis (*free labour*) de productores de contenidos. Ese trabajo gratis contribuye a que las plataformas cuenten con gran cantidad de contenidos para atraer usuarios y suscriptores. Los creadores de contenidos adelantan tiempo, dinero y trabajo con la expectativa de una eventual remuneración futura la cual se mide a partir de las métricas de *streaming*, de descargas de las producciones dispuestas en las diferentes plataformas de distribución o bien de las vinculaciones realizadas entre el oyente y el sitio del anunciante” (p.76).

En breve discutiremos sobre el sistema de métricas y de los problemas que presenta para los creadores, ya que no está unificado. Lo que está en la base de este problema es la rentabilidad, como plantea Montero (2022, febrero 20) en conversación con Efraín Foglia, investigador de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya, España: “hay personas autogestionadas que logran firmar un contrato de exclusividad con una gran empresa, pero todavía son una minoría y luego tenemos una importante producción de pódcast que está realizándose gratuitamente y que desaparecerá si no encuentra una forma de monetizar. En esta situación estamos como en el año cero: el podcast comienza a mover muchísima publicidad, pero la perspectiva de hacia dónde vamos es bastante opaca”.

Aun cuando se están experimentando modelos de suscripción -como veremos-, que consisten en que un porcentaje de lo recibido por las plataformas va a los creadores de contenidos que suben sus pódcast gratuitamente, solo si logran una cantidad X de

reproducciones, como ocurre con Podimo y Ivoox, esta mera vía es insuficiente como mecanismo para la sobrevivencia de las producciones.

Ahora nos abocaremos a los mecanismos de financiación y monetización del pódcast, que por cierto involucran a todos los modelos de negocio del audio, incluyendo la radio, otros medios de comunicación, plataformas de audio y una serie de actores que prestan servicios en el mercado sonoro, como ocurre en el caso iberoamericano (Dosdoce.com, 2024).

5.4.4.1. Financiamiento

Mientras la monetización se refiere al proceso de generar ingresos, a través de algún modelo de negocio o una estrategia de generación de ingresos de un proyecto o empresas, el financiamiento son todos aquellos recursos económicos que se necesitan para concretar dicha iniciativa. Esto se puede lograr mediante recursos para poner en marcha el negocio y que pueden ser ajenos a él, con inversores o financiadores que inviertan en tu producto, o a través de otras modalidades, como por ejemplo el micromecenazgo o *crowdfunding*.

En un contexto en que el podcasting está creciendo en importancia para las marcas, contenidos y oyentes (Radcliffe, 2020, diciembre 7), el financiamiento ha sido la dimensión más compleja de estudiar debido a la falta de información sobre los ingresos y costos en lo que incurren productores, anunciantes y distribuidores del audio, sostiene Moreno Cazalla (2017), a propósito del estudio del modelo de Podium Podcast, de Cadena Ser, de España. Si bien esta zona gris ha impedido tener una visión panorámica y específica de cuánto cuesta hacer un pódcast y de los problemas que se enfrentan, principalmente, los productores, para conseguir financiamiento, encontramos algunas pistas a partir de algunos estudios. En un contexto de escasas investigaciones sobre esta dimensión, pero que han ido aumentando en los últimos años, destacaremos aquellas disponibles que están vinculadas mayormente al mercado español y en menor medida al latinoamericano.

Una fuente directa para aumentar la financiación de los medios, aunque también extensible al pódcast, es a través de las audiencias, según Hansen y Goligoski (2018).

Sistema de donaciones, suscripciones o membresía, entre otras modalidades, permiten obtener ingresos, pero a la vez generar una relación y *engagement* con los oyentes. Además del *crowdfunding* o sistema de financiación colectiva online, se pueden encontrar desde becas o subvenciones hasta proyectos que se enmarcan dentro del *branded podcast* o *audiobranding* (Piñeiro-Otero, 2015).

Una de las primeras aproximaciones la hizo Antunes y Salaverría (2018), quienes detectaron los 200 pódcast más populares en iTunes en España, en 2017, enfocándose en aquellos pertenecientes a grupos mediáticos (13 casos: 12 de Podium Pódcast y uno de Onda Cero), a redes de pódcast independientes (19) y en pódcast creados por usuarios (28). Las estrategias más usadas de financiación en estos dos últimos grupos, en los que fueron estudiadas sus fórmulas de financiamiento, fueron: las ventas online y patrocinios, y el *crowdfunding*, ventas online y *merchandising*, respectivamente. En el caso de los independientes se descubrió que “redes de podcasting como Podstar FM y Emilcar FM apuestan en los modelos de financiación basados en ventas online (asociaciones con comercios), y en patrocinios” (p.1762). Mientras, en las producciones realizadas por usuarios “como modelo de financiación, la fórmula más común empleada por estos podcasts es recurrir al *crowdfunding* y el comercio electrónico (específicamente mediante la opción de financiarse, como programas afiliados a empresas de distribución), así como a la venta de *merchandising* (...) En ocho de los pódcast no se identificó ninguna forma de financiación” (p.1766). Esto revela el problema y desafío que reviste la financiación, el lugar que ocupa el compromiso y fidelidad de los oyentes, y la evolución, como veremos, de las estrategias de financiamiento. Por ejemplo, el *merchandising* hoy día tiene mucho menos peso que hace algunos años.

Si bien Antunes y Salaverría (2018) incluyen de cierta forma la monetización dentro de la financiación general, al igual que Banqueri-Barra (2020), Rojas Torrijos et al. (2020), Gamer-Ríos y Cano-Orón (2022), entre otros, estos logran hacer un mapeo del mercado español y latinoamericano detectando las fórmulas de financiación más empleadas en los pódcast.

Banqueri-Barra (2020) en el análisis de las formas de “monetización” del podcast independiente en España, a través del estudio de 77 podcast, que hasta mayo de 2020 estaban dentro de los 100 podcast más escuchados en Ivoox, Apple Podcasts y Spotify, descubre 13 métodos de financiación, aunque ninguno se destaca sobre otro: “patrocinio, autopromoción de productos o servicios profesionales, exclusividad con una plataforma, donativos, *crowdfunding*, suscripción de pago recurrente para acceder a episodios exclusivos, pago único para acceder a contenidos extra, membresía con acceso a ventajas y contenidos extra, *merchandising*, marketing de afiliados, venta de cursos online, eventos en vivo y becas o subvenciones” (p.5).

El 93,2% de los podcast tiene una vía de financiamiento, el 66,2% dos y el 10,4% tiene hasta tres formas. El 40% ocupa suscripciones de pago; el 38% de los podcast son exclusivos en plataformas; el 17% el patrocinio y el 13% ocupa cursos online. Pese a la mezcla de tipos de financiamiento con fórmulas de monetización hay datos reveladores de las estrategias que ocupan estos podcast: “De los 77 podcasts analizados, 29 (37,6%) se monetizan exclusivamente a través de sus oyentes mediante diversas fórmulas (suscripción, autopromoción, cursos online, donativos, membresía, eventos en vivo, afiliados, *merchandising*, pago único y *crowdfunding*), 35 (45,4%) se monetizan gracias a un modelo mixto de aportaciones de los oyentes e ingresos comerciales. Y solo 8 podcast (10,4%) se monetizan únicamente con ingresos comerciales (exclusividad, patrocinio y becas). Los 5 podcast restantes no monetizan su contenido” (p.40). Dentro de la modalidad de financiamiento con los oyentes, sin embargo, las becas y el *crowdfunding* solo representan el 1% cada uno.

En un estudio más amplio y actual del mercado español, Gamer-Ríos y Cano-Orón (2022) realizaron un análisis de contenido de 206 programas, entre enero y marzo de 2021, que tuvieron mayor popularidad en los rankings generales de Spotify, Apple Podcasts e iVoox en España. A través de 21 variables de análisis, pudieron determinar que la producción de grupos mediáticos y redes de podcast es la principal vía de financiación, seguida de la monetización mediante Youtube y otros servicios adicionales en la oferta.

“En cuanto a los recursos de financiación no discursiva –no basados en la formulación hablada de referencias publicitarias por parte de las personas presentadoras–: - el 46,1%

de los programas estudiados recurrieron a la monetización de vídeos en YouTube; - el 44,7%, a la producción por parte de medios de comunicación o de redes de podcast; - el 32,5%, a servicios añadidos, como cursos, libros o espectáculos en directo; - el 29,6%, a las aportaciones de los oyentes, mediante donaciones o suscripciones; - el 8,7%, al patrocinio por parte de marcas comerciales no relacionadas con el sector mediático” (Gamer-Ríos y Cano-Orón, 2022, p.9).

5.4.4.1.1. *Crowdfunding* o micromecenazgo

Dentro de las vías de financiamiento se destaca la contribución que hacen los oyentes, a través de donaciones, aun cuando sea un ingreso marginal dentro de los mecanismos generales de financiación, como también advertía Banqueri-Barra (2020).

Gamer-Ríos y Cano Orón (2022) reconocen dentro de su estudio las formas más comunes de financiación en el podcast independiente español que fueron “la comercialización de servicios añadidos (59,5%), seguida de la monetización de vídeos en YouTube (54,1%) y de las aportaciones de los oyentes (28,4%). Los modos de financiación estudiados no son excluyentes por lo que (...) un mismo programa puede recurrir, y generalmente lo hace, a más de una vía” (p.9).

Si analizamos el mecanismo de financiación, no de monetización, “las suscripciones o las donaciones de oyentes, como tercer recurso económico de la podcastfera independiente, están lideradas en cambio por los programas dedicados al misterio o al crimen (19%), ocupando los centrados en la psicología o la autoayuda un segundo lugar (14,3%)”, señalan Gamer-Ríos y Cano-Orón (2022, p.10), cuya información se obtiene al cruzar la variable financiera con la temática de los podcast independientes.

En la evolución de las estrategias de financiamiento, la venta online y el *merchandising* estarían siendo reemplazadas por nuevas estrategias como *branded podcast*, como veremos. Una fórmula que aún sobrevive es el *crowdfunding* que si bien representaría un ingreso marginal permite sostener en el tiempo una relación con los oyentes, que se expresa en la participación y compromiso por mantener la identidad, el enfoque y la temática del podcast.

Fernández Sande (2015) sostiene que el *crowdfunding* como mecanismo de donación online empezó a tomar vuelo en 2009 cuando las plataformas digitales comenzaron a expandirse en la web, si bien su práctica es bastante antigua pudiéndose encontrar desde finales del siglo XIX. Aun cuando existen varios modelos de *crowdfunding*, cuya fórmula ha servido para financiar proyectos empresariales, también ha logrado financiar iniciativas culturales, sociales y comunicacionales, sostiene. Los tres principales criterios del micromecenazgo, que se mantienen hasta hoy, son “(1) involucraron a una masa crítica de partes interesadas deseosas de apoyar financieramente un proyecto que consideraban mutuamente beneficioso, (2) La mayor parte de la financiación que recibieron las empresas fue proporcionada por oyentes individuales en lugar de otras organizaciones, y (3) campañas de recaudación de fondos emplearon varios canales de comunicación para llegar a posibles donantes” (Fernández Sande, 2015, p.220).

En este sentido, *Radio Ambulante*, referente de la narrativa en audio para Iberoamérica, es un ejemplo de este proceso de microfinanciación, según Fernández Sande (2015). Después del fracaso en la búsqueda de subvenciones en 2011, lanzaron el *crowdfunding* como un “paso lógico” para seguir desarrollando el proyecto, que tuvo una inversión inicial del cofundador de este pódcast, Daniel Alarcón, de 25 mil dólares. Así esta producción que nació para narrar Latinoamérica en crónica sonora y después dio el salto al NPR norteamericana en 2016, ha ido construyendo un modelo de negocio que equilibra las donaciones con las subvenciones de fundaciones, como la fundación Ford, por ejemplo.

A propósito del análisis de tres pódcast narrativos independientes brasileños, 37 *Graus*, *Vida de Jornalista* y *Cirandeiras Podcast*, Batista (2020, diciembre 21) sostiene que estos adoptan estrategias híbridas de financiación, en la misma línea de Banqueri-Barra (2020) y Gamir-Ríos y Cano-Orón (2022), ambos en el caso español. Sobre la fórmula de financiación a través del apoyo de los oyentes: “el *crowdfunding* también forma parte de la estrategia de sostenibilidad financiera de *Cirandeiras*, la misma herramienta adoptada por *Vida de Jornalista*”, según Rodrigo Alves, “hoy en día, todos los gastos del podcast están cubiertos por la campaña, incluido el equipo (...) Estar financiado por tus oídos ofrece independencia editorial”.

5.4.4.1.2. Producciones para plataformas y *branded podcast*

Bia Guimarães y Sarah Azoubel produjeron en 2020 la serie llamada *Epidemia*⁴¹, que cuenta la historia de las principales epidemias en el mundo y cómo han afectado a Brasil. Realizada en coproducción con Folha de São Paulo, que compró el contenido, este pódcast producido por 37 Graus permitió generar ingresos para el proyecto. “Las formas de financiación están surgiendo con el crecimiento de los pódcast narrativos en Brasil” destacaba Guimarães (Batista, 2020, diciembre 21).

Así se va dando la relación entre las productoras con los medios, y también con marcas de distinto tipo que han encontrado en el *branded pódcast* una oportunidad de vincularse con sus “clientes” y fomentar un lazo y conexión con la marca. Esta modalidad se ha convertido en una forma de ingresos y de financiación de otros pódcast dentro de la productora.

Sellas et al. (2021) define el *audiobranding* como el “uso estratégico del sonido en la relación de las organizaciones con sus públicos, de modo que contribuye a la construcción y expresión de su identidad corporativa, genera significados y establece lazos emocionales y de sentido con ellos” (p.150). De lo cual se deduce, en el caso del pódcast cómo este formato se puede usar estratégicamente para lograr dichos objetivos en relación con la marca.

The Message (2015) y *Life After* (2016) se plantearon como modelos exitosos de los primeros *branded podcast* de la empresa norteamericana General Electric, en género ficcional. Casi una década después, Martínez Otón et al. (2023) analizó 38 *branded podcast* originales de ocho plataformas de audio del mercado español en 2022, Amazon Music, Audible, Cuenda, iVoox, Podimo, Podium Podcast, Sonora y Spotify, para reconocer sus principales tendencias.

Si bien Martínez Otón et al. (2023) concibe el *branded podcast* como una forma de monetización para las productoras de acceso gratuito, esta opción también se puede plantear como una forma de financiamiento, en el caso de las productoras

⁴¹ <https://www1.folha.uol.com.br/podcasts/2020/03/novo-podcast-explora-facetes-de-epidemias-no-brasil-ouca-trailer.shtml>

independientes, ya que no es parte de “su giro”, sino que la emplean o producen pódcast de marca como una estrategia de producción y financiación de sus pódcast originales y no como una vía de monetizar los que tienen o están produciendo. En el caso de las de pago como Audible y Podimo “abarca nichos y marcas muy definidas” (p.57), que permiten construir una relación estrecha entre Audible y el mercado editorial, por ejemplo.

Pese a esto, la investigación constata que “–de manera general– no se contempla todavía como una opción relevante de contenido ni, por tanto, como una fuente sustancial de financiación. A partir del estudio realizado, se concluye que la suscripción y la publicidad son ahora mismo las principales vías para recuperar la inversión de creadores y productores, si bien se desconoce el peso que estos títulos tienen en la cuenta de explotación de las productoras: muchas marcas son grandes anunciantes de publicidad y, en ocasiones, sus volúmenes de inversión en medios pueden influir de forma significativa en la cuenta de resultados” (p.65). Es decir, pese a los limitados recursos que podrán ingresar través de la publicidad y las suscripciones su peso puede ser significativo para lograr producir el pódcast.

Rojas Torrijos et al. (2020) estudió 13 pódcast de 13 plataformas de medios emergentes de ocho países de América Latina, detectados en Sembra Media, muchos de ellos narrativos y cuatro de los cuales se declaraban sin fines de lucro. En relación con esta modalidad de financiamiento destaca que “la producción de contenidos para los clientes, en general, es la principal fuente de ingresos en los casos estudiados” (p.166). Es decir, el *branded podcast* ha cobrado fuerza como vía de financiación del sector independiente o emergente, como lo clasifica en este estudio. Reconoce a su vez, en la misma dirección que señalamos anteriormente, que “en cuanto a sus modelos de negocio y las posibilidades de monetización, los podcasters enfatizaron la relevancia de diversificar las fuentes de ingresos para garantizar la viabilidad de sus emprendimientos. Entre la variedad de formas que estos medios han encontrado para monetizar por sí mismos, la producción de contenidos para clientes (empresas privadas o instituciones públicas) es particularmente importante” (p.167).

5.4.4.1.3. Subvenciones

Otra de las formas de financiación que ya habíamos mencionado, y que también había detectado marginalmente Banqueri-Barra (2020), eran las subvenciones públicas y privadas, entendidas como financiamiento directo o becas de formación que permiten financiar temporadas de algún podcast como es el caso de *37 Graus*, de Brasil, y *Un periódico de ayer*, de Colombia, que produjeron sus episodios gracias al programa de creadores de contenido de Google Podcasts.

“Existen convocatorias en varias áreas que no necesariamente son para podcast, pero que son adecuados para un proyecto de este tipo. Pensar en el podcast como el producto final de una selección de becas de reportaje también es una buena opción”, destaca Joana Suárez de *Cirandeiras podcast* (Batista, 2020, diciembre 21), que fue seleccionada en algunas convocatorias y junto a Rodrigo Alves de *Vida de Jornalista* fueron nominados en 2020 al Premio Vladimir Herzog⁴² de Amnistía y derechos humanos, en Brasil.

En este contexto de fuentes de financiamiento diversas e híbridas, que combinan desde el *crowdfunding*, pasando por el *branded podcast* hasta las becas “los podcast narrativos se vislumbran como una de las principales tendencias en la producción y comercialización de contenidos periodísticos sonoros, tanto por parte de los *legacy media* como por parte de los creadores independientes y las compañías que se están asentando en el ecosistema de audio digital”, plantean Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023, p.171).

Sin embargo, Gamir-Ríos y Cano-Orón (2022) advierten, tras su análisis del mercado español, que “la principal conclusión de esta investigación es que en España la consolidación del podcasting ha relegado el potencial democratizador que algunos teóricos e investigadores le atribuyeron en sus inicios y se halla inmerso en una lógica mayoritariamente comercial” (p.1). En el caso de los podcast narrativos independientes esto puede ser un gran desafío en un contexto de equilibrio precario, ya que deben seguir sosteniendo el podcast, pero a cuenta de buscar vías de financiación, como la

⁴² <https://premiovladimirherzog.org/>

coproducción o producción de pódcast de marca, que podrían afectar su independencia editorial, aun cuando, hasta ahora, digan lo contrario, como plantea Batista (2020, diciembre 21).

5.4.4.2. Monetización

"Cuanta más monetización llegue a la industria, más se podrá reinvertir en contenido sorprendente, lo que a su vez dará como resultado una mejor experiencia general para el oyente", dijo Jay Richman, vicepresidente de negocios publicitarios globales de Spotify en una entrevista a *The Angeles Times* en 2020 (Lee, 2020, noviembre 10). Con esa premisa, los millones de dólares que están invirtiéndose en la industria del pódcast ponen a la comercialización del audio como un foco de interés, en el cual la competencia directa es quién logra capturar más la atención de los oyentes.

En efecto, advierte Radcliffe (2020, diciembre 17), "el crecimiento de los parlantes inteligentes, la integración del audio en plataformas como Twitter (...) la creciente inserción dinámica de anuncios y la orientación basada en datos, junto con la inversión continua en el medio por parte de los principales actores, incluidos Amazon y Spotify, Apple, Google y otros, sugieren que el podcasting seguirá ganando importancia".

Según el informe *The Evolution of Digital Audio Advertising in Europe* (2023), 2/3 de los anunciantes europeos incrementarán en 2024 sus inversiones en audio online: "Debido a la proliferación de canales de audio y formatos de anuncios, los compradores están invirtiendo presupuesto en *streaming* (59%), podcast (59%), y radio online (57%), destacando la importancia de un enfoque holístico en los esfuerzos publicitarios" (IAB Europe, 2023). Con un crecimiento de un 25% anual, el audio online representa el doble o más que los anuncios en internet (+11%), publicidad en buscadores (+8%), redes sociales (+4%) y videos (+19%).

Antes de discutir las estrategias de monetización existen algunos problemas no resueltos a nivel de industria, como son la indexación de los pódcast y el control de las métricas, ya que un sistema claro y transparente permitiría conocer y manejar mejor las reglas del juego comercial, para todos los agentes, actores y productores de la industria.

En relación con estos puntos se deben advertir las diferencias entre agregadores y plataformas de podcasts. Como explican Arense-Gómez, Terol-Bolinches y Pedrero-Esteban (2019): “Las plataformas de *streaming* musical y los agregadores –sitios web o aplicaciones para móviles que reúnen contenidos generados por terceros, ya sean usuarios productores o medios– presentan notables diferencias al etiquetar y categorizar los pódcast que alojan y ofrecen a sus usuarios. En el proceso de indexación de un pódcast se constata que algunos distribuidores permiten que el creador clasifique su contenido con la asignación de etiquetas o tags, mientras que en otros casos es la propia plataforma la que determina la categoría del pódcast al registrar el *feed*” (p.5). Una mejor experiencia del oyente y una estrategia publicitaria más efectiva se logrará con clasificaciones y taxonomías comunes, por lo que los investigadores llaman a los agentes de la industria a resolver estos problemas estructurales que afectan al mercado del podcasting, si es que se quiere evitar la fuga de los oyentes por contenidos mal clasificados.

Otro problema son las métricas. Si bien estas se entienden como la cantidad de reproducciones que logra un episodio, es decir, el número de personas que reprodujeron y escucharon el capítulo, no existe un sistema de medición unificado. En este sentido, la noticia más reciente viene de Apple que actualizó el sistema operativo iOS 17 a inicios de 2024. Este cambio modificó las descargas automáticas de nuevos episodios de un pódcast, para evitar métricas infladas y redujo las audiencias de los capítulos más populares en Estados Unidos, donde Apple es líder. “La consecuencia no es menor: las descargas contabilizadas como oyentes suponen una de las principales unidades de medida para calcular el alcance de un pódcast y el precio de sus anuncios”, advierte Audiogen.es (2024, enero 28).

Aun cuando esto supone un golpe al sistema, cuyo problema se arrastra de 2018, “este cambio, destinado a garantizar métricas más precisas, refleja la preferencia de la industria por la credibilidad sobre los números de descarga inflados. Es un secreto bien conocido que las descargas no equivalen a escuchas, del mismo modo que el tamaño de la base de datos de correo electrónico no garantiza la cantidad de lectores” (Goldstein, 2024, enero 21).

Este avance hacia un sistema de métricas más sincero, ordenado y creíble, cuando todavía no existe una manera de contabilizar una reproducción o descarga, es un

problema de mayor importancia que afecta a todo el sistema de medios sonoros digitales, aun cuando “para una industria como el pódcast que busca mejorar sus niveles de comercialización, el problema se vuelve un tanto más trascendental” (Audiogen.es, 2024, enero 28).

En este sentido, Herrera, Amoedo y Domingo (2019) advierten que “caminamos hacia una línea de medición global del audio que requerirá la integración de metodologías e indicadores o KPIs [Indicador Clave de Desempeño] para dar respuesta a los diferentes tipos de consumo e identificar tipos de dispositivos” (p.238).

Alonso-Fernández et al. (2022), en el estudio de las principales cadenas de radio españolas, Radio Nacional de España, Onda Cero, Cadena Ser y Cope, sostiene que “la medición y el análisis de la audiencia resulta ser una cuestión clave para todas las emisoras estudiadas” (p.7), las que tienen ahora una conciencia generalizada y más activa para conocer a los auditores, en comparación con el estudio anterior que lideró el investigador en la temporada 2019-2020. Para Onda Cero, por ejemplo, “las métricas son clave para todo: para conocer y entender a nuestros oyentes, para la mejora continua del producto, para fijar nuestros objetivos y estrategia, para poder monetizar, etc.” (p.7). A diferencia del primer estudio, las emisoras, que también producen contenido online nativo, buscan “aumentar la capacidad de monetización de estos contenidos, despejando progresivamente la incertidumbre que había al comienzo de los años 10” (p.12), tal como planteaba Sellas (2012), argumenta Alonso-Fernández et al. (2022).

Pese a que aún existe una industria en transformación, que debe solucionar problemas estructurales asociados a cómo funcionan los sistemas de indexación y de métricas, hay un interés de varios actores, como Apple, y de estas radios generalistas en España, por ejemplo, por transparentar y conocer mejor a sus oyentes, tanto para fines de fidelización como de explotación comercial de sus contenidos digitales.

Si ya decíamos que el financiamiento involucra todos aquellos recursos que permiten crear, ejecutar y publicar un proyecto de pódcast, lo que está en juego en la comercialización es cuántos ingresos me retornan o cuánto soy capaz de monetizar con una producción de audio.

Las estrategias de monetización son tan variadas como las de financiamiento. Junto con la evolución de las fórmulas de comercialización, se debe también tener claro los gustos y preferencias de los oyentes, cuáles son los géneros que provocan más interés, y de qué forma los profesionales que están produciendo las historias están entrenados en estos nuevos formatos, ya que facilita que un audio sea “vendible”.

“Para tener un pódcast periodístico sostenible financieramente sin depender de la publicidad, y sin importar la temática que se quiera abordar, los periodistas deben abrazar las características intrínsecas del formato y pensar en sus producciones más como productos de audio documentales o narrativos” sostiene Mauricio Cabrera, creador de la plataforma de periodismo de contenidos *Story Baker* (López Linares, 2022, octubre 3).

Teniendo esto resuelto o en camino de mejorar las rutinas profesionales dentro del pódcast, los modelos económicos de monetización más relevantes son la publicidad, las suscripciones, la promoción cruzada y la venta de derechos, entre otros.

5.4.4.2.1. Publicidad

PwC e IAB United States (2023) presentaron un análisis sobre la publicidad en los pódcast de Estados Unidos, donde el podcasting duplica el crecimiento de inserción de anuncios en comparación con internet. Además, se constata que el 50% de los anuncios dura entre 15 y 30 segundos, en tanto, el 40% se extiende entre 31 y 90 segundos, importando más que la cantidad de oyentes la atención al contenido. Sobre este parámetro, IAB España (2023) sostiene que el recuerdo publicitario en audio digital se mantiene en comparación con 2021: “2 de cada 3 oyentes recuerdan haber escuchado publicidad mientras consumían audio digital. Los servicios financieros y seguros; la tecnología y las telecomunicaciones; y los viajes, transportes y turismo son las categorías en las que los oyentes recuerdan haber oído más publicidad” (p.25).

Las formas que asume la publicidad en el pódcast pueden ser *pre-roll*, *mid-roll* o *post-roll*, según en que parte del contenido se incorpore, ya sea al inicio, al medio o al final respectivamente (IAB Europe, 2020). “A través del ordenador o Smartphone, la emisión de pódcast permite al anunciante insertar su publicidad antes de su comienzo, de

manera que los oyentes tienen que escuchar los anuncios para poder acceder al contenido (*pre-roll*). Este formato publicitario se complementa con el modelo de ocupación de espacios durante los cortes publicitarios (*mid-roll*)” (Ortiz Sobrino, Castillo Lozano y Carrazoni, 2019, p.93), y también al final (*post-roll*).

En un estudio ambicioso y abarcador, Pérez-Alaejos et al. (2022) midieron 12 indicadores, entre ellos monetización, publicidad y evolución del negocio, de 14 plataformas de ocho países de Europa, Norteamérica y Latinoamérica: Acast (Suecia); Podimo (Dinamarca); Binge Audio y Majelan (Francia); Podimo España y Podium Podcast (España); PodcastOne y Luminary (Estados Unidos); Convoy Network y Puentes (México); Posta y ParquePodcast (Argentina); y PIA Podcast y Podway (Colombia). Estos indicadores responden a tres niveles de contexto, como son el proceso de producción de contenido, la forma de distribución de los contenidos y el modelo de negocio, cuyo análisis se complementó con entrevistas semiestructuradas a seis directores de estas plataformas.

Dentro de los resultados más importantes en cuanto a monetización de contenidos se determinó que “el modelo tradicional de financiación exclusivamente publicitaria lo siguen 5 de las 14 plataformas: Puentes, Posta, Pódium, Podway y PIA Podcast, mientras que casos como el de PodcastOne, combinan la monetización publicitaria con la suscripción premium al estilo Spotify, o como Acast, que tiene algunas propuestas de *crowdfunding* junto al modelo publicitario” (pp.12-13).

El aumento de anuncios publicitarios en el pódcast es una buena noticia, como también que casi el 50% de estas plataformas moneticen a través de la publicidad y sostengan modelos de suscripción, que pueden beneficiar a sus propias producciones y a otros creadores que distribuyan su pódcast exclusivamente con ellos, por ejemplo. Sin embargo, esto no ha “llegado” al pódcast independiente.

Westphal (2022), en su estudio de los pódcast independientes alemanes, descubrió que más de las tres cuartas partes de los podcasters no monetizan su pódcast, poco más del 10% utiliza *crowdfunding* y menos del 5% tiene ingresos por publicidad. Pese a que, al igual que otros investigadores, como criticamos anteriormente, mezcla mecanismos de financiación con rentabilidad identificó tres formas de “monetización” a través de las

entrevistas con los 19 productores: ingresos indirectos (o financiación cruzada a través de la venta de otros productos), *crowdfunding*, y publicidad nativa. Ocho pódcast de 15 generan ingresos marginales por esta última vía. “La publicidad nativa puede adoptar varias formas, pero en la mayoría de los casos, los podcasters se refirieron a los anuncios nativos, como comerciales cortos donde los podcasters grababan sus propios clips publicitarios, a cambio de un pago por parte de una empresa o anunciante” (p.122).

Para desarrollar esta fórmula de financiamiento y atraer más productoras o podcasters interesados en monetizar sus producciones, la plataforma española Ivoox, además, de haber implementado hace 6 años las microdonaciones para los creadores de contenidos, ha desarrollado un *marketplace* para conectar a los productores con marcas interesadas en anunciar en ellos. Juan Ignacio Solera, fundador y CEO (*Chief Executive Officer*) de esta compañía, explica al respecto que “comisionamos un 10% de la inversión realizada por la marca y un 10% de lo que le hemos generado al podcaster”, aun cuando la publicidad que pone Ivoox es la principal vía de ingresos (Montero, 2022, febrero 20). En esta misma entrevista, el ejecutivo recalca que estos modelos no son para cualquier productor, pues, primero, deben tener detrás una estrategia de creación de contenido.

La compleja relación que establecen las marcas o patrocinadores con los contenidos independientes o que no son atractivos para ellos, para potenciar su marca o negocio, se grafica muy bien en el mercado brasileño, según Vicente (2024): “La excesiva concentración de la producción tiende a orientarla hacia temas de mayor demanda por parte de patrocinadores y plataformas, como parece demostrar el énfasis en temas criminales. Sin embargo, también puede implicar lo contrario, es decir, que las empresas se nieguen a financiar producciones que puedan afectar negativamente a sus intereses o a los de sus patrocinadores. Resulta sugerente, en este sentido, que la mayoría de las producciones presentes en la muestra, enfocadas en temáticas criminales, fueron producidas por las mayores empresas mencionadas [principalmente grupo O Globo]. Mientras tanto, producciones centradas en temas ambientales y que involucran críticas al agronegocio -el mayor exportador y uno de los sectores económicos más importantes del país- sólo están presentes en la lista como producciones independientes o, en el caso de Rádio Novelo, realizadas sin la asociación de grandes plataformas” (p.15).

Es decir, la monetización del podcast independiente a través de publicidad puede ser no tan solo esquivada, debido a los intereses que están detrás de los financiadores, sino que también porque no existe una estrategia de rentabilidad para conseguir anunciantes, que de por sí no son fáciles de conseguir por aquella razón. Esto provoca un círculo vicioso que impide llegar a anunciantes o patrocinadores clave.

5.4.4.2.2. Suscripción

Uno de los mecanismos de financiación que está cogiendo fuerza en el mercado del podcast son las suscripciones de pago, aun cuando esto puede revestir varios problemas futuros para los productores independientes, como discutimos en relación con la concentración monopólica y rizomática de las plataformas digitales.

A propósito de éstas, el estudio de 14 plataformas más importantes en Europa y América realizado por Pérez-Alaejos et al. (2022) entrega algunas evidencias sobre el comportamiento de esta forma de monetización hacia un modelo de pago mensual, en el que los oyentes pagan por contenido exclusivo, estrenos, reproducciones sin publicidad, entre otros beneficios de la suscripción. Después de la publicidad, esta forma de rentabilidad es la más numerosa. “Convoy, Sybel, Podimo Dinamarca y España (incluso con versión premium) y Luminary Media, las tres últimas entre las más de reciente creación en el 2019, han optado por la suscripción para monetizar sus podcast, mientras que la mexicana Convoy, más veterana, fue pionera en fidelizar a sus oyentes previo pago por consumo del catálogo” (p.13).

Además de la venta de entradas para eventos en vivo, venta de *merchandising*, marketing de contenidos, patrocinios y donaciones mediante *crowdfunding*, el estudio concluye que “ pese a este abanico más o menos variado, las fórmulas que se han asentado hasta la fecha con cierta recurrencia son el pago por suscripción y los ingresos publicitarios, ya sea de forma combinada o excluyente. En cuanto a los ingresos por publicidad que genera el consumo de podcast, todavía son bajos comparados con los de otros medios más maduros como la radio”. En efecto, recordemos que la publicidad en el podcast si bien está en aumento se encuentra por debajo de otros formatos de audio del entretenimiento, como la radio misma y los audiolibros, entre otros, según proyecta Deloitte para 2024 (Auxier et al., 2024).

En el análisis de otras plataformas como Podimo e Ivoox, Montero (2022, febrero 20) destaca a la suscripción como una modalidad importante de monetización. Por ejemplo, hasta hace poco, “la firma se queda el 50% de los ingresos y da el resto a los creadores que eligen el acuerdo de distribución en exclusiva con Podimo. En concreto, la cuota mensual del usuario se reparte proporcionalmente entre los pódcast que ha escuchado ese mes”. En el caso de la española Ivoox, además de la fórmula de microdonaciones y publicidad, que explicamos anteriormente, suma también la suscripción la que “combina el crecimiento en audiencia, porque el pódcast sigue en abierto, con un retorno por parte de aquellos oyentes que hacen una aportación para acceder a ciertos episodios”, cuenta Juan Ignacio Solera, cofundador de esta plataforma.

Un aspecto que debe tomársele atención es cuán dispuesto estaría un oyente por pagar por contenido exclusivo, ya que eso sirve para estimar las ventajas de “asociarse” con una plataforma y/o crear sus propios mecanismos de suscripción como modelo de negocio.

Como referencia de los comportamientos de los oyentes, según el Observatorio Ivoox (2023), el 58,51% de los consultados en España aseguró que estaría dispuesto a pagar por contenido exclusivo, cuya motivación principal para hacerlo sería apoyar económicamente al creador (59,50%). Específicamente, se suscriben a catálogos para apoyar a sus podcasters favoritos (48,27%), eliminar la publicidad (43,93%) y poder disfrutar de funcionalidades avanzadas (33,21%) (pp. 42-43). Es decir, el hábito de escucha del oyente español se caracteriza, asegura este informe de Ivoox (2023), en que “sigue escuchando con frecuencia, está más dispuesto a pagar y es receptivo con la publicidad” (Martínez, 2023, septiembre 27).

Estas preferencias de los oyentes se complementan con el informe IAB España (2023) que es algo menos optimista, ya que disminuye en 8 puntos en comparación con 2021, el porcentaje de auditores que estaría dispuesto a pagar por contenido exclusivo: “Evitar las interrupciones publicitarias (65%), poder escuchar offline (50%) y disponer de contenido nuevo afín a sus gustos (44%) son los principales *drivers* para suscribirse a este tipo de contenido de pago”, concluye el estudio.

Pese a estas diferencias lo cierto es que, si tomamos el caso de España como un punto de referencia para Iberoamérica, los oyentes evaluarían favorablemente suscribirse para acceder a contenido premium y sobre todo apoyar a sus podcasters favoritos o a los creadores de contenido, lo cual puede ser una buena fórmula a implementar por los productores independientes, aun cuando eso signifique tener que ofrecer más que contenido exclusivo sino también otras ventajas o “regalías”, como entradas a eventos en vivo del podcast o *merchandising*, por ejemplo. Todas estas alternativas, en cualquier caso, deben testearse para poder consolidar esta vía como una forma posible de monetización.

Sin embargo, Torrijos et al. (2020) y López Linares (2022, octubre 3) ven difícil la viabilidad de la suscripción para el podcast independiente. El primero sostiene, tras su análisis de podcast independientes de Latinoamérica, que “las plataformas necesitan diversificar sus ingresos para sobrevivir” y que después del *branded podcast* “las otras fuentes de ingresos, por orden de importancia, son los contenidos patrocinados, patrocinios, servicios de consultoría y publicidad. Cabe señalar que estos nuevos medios podrían tener dificultades si sólo pudieran depender de las contribuciones directas de la audiencia (suscripciones, membresías o crowdfunding)” (p.166). Mientras, Eugenia Cabral, vicepresidenta de la Asociación Brasileña de Podcasters advertía que “la mayoría de esos podcast independientes tienen suscripciones para apoyadores y cuando yo he hablado con algunos de ellos dicen que el podcast no les paga, pero [las suscripciones] pagan el podcast. No tienen que sacar dinero de su bolsillo para hacer el podcast, pero no pueden vivir de él” (López Linares, 2022, octubre 3). Con todo, un modelo de suscripción o de donaciones permite apenas cubrir los gastos de producción, aunque sea una alternativa para producir el podcast cuando se hace difícil venderlo a los anunciantes por las temáticas que abordan -principalmente sociales-, que pueden ser contrarias o afectar la imagen de marca de la empresa.

Pese a que las suscripciones ocupan la sexta posición, según las respuestas de los productores latinoamericanos, explica Rojas Torrijos et al. (2020) “es alentador que los podcasters entrevistados consideren que sus medios ya son rentables o pueden llegar a serlo en un plazo de tres años. Esta variedad de actividades generadoras de ingresos

puede servir de salvaguardia para estos nuevos medios que han empezado a descubrir los podcasts como vía para hacer más rentable el periodismo” (p.167).

5.4.4.2.3. Venta de derechos y promoción cruzada

Dos formas de monetización, que han evolucionado favorablemente en el podcast son las ventas de derechos de la producción, que puede llegar a otro formato, y la promoción cruzada o *cross promotion* entre podcast amigos o afines, que si bien no significa necesariamente un ingreso económico permite en cambio “monetizar de otra forma”, como un ingreso simbólico para potenciar la marca. Es decir, puede ser parte de una estrategia que el podcast sea mencionado o promocionado en un podcast amigo para aumentar la audiencia de la producción y darse a conocer a otros públicos.

Brevemente, algunos apuntes sobre estas modalidades. Entrialgo (2022, marzo 1) sostiene que, además, de la suscripción y la publicidad “recientemente, han aparecido nuevas formas de monetización, como la venta de derechos de autor (podcast que acaban convirtiéndose en series de televisión)”, como es el caso por ejemplo de *Praia dos Ossos*, de Rádio Novelo de Brasil, que es parte de esta investigación y que durante 2024 será estrenada como serie por HBO Max. El problema que advierte Entrialgo (2022, marzo 1) son las métricas para medir el éxito de un podcast, aun cuando lo que importa es la historia que se está contando y sobre todo cómo está contada, cuya vara puede ser la que mida el éxito o impacto que tiene la producción de un podcast y lo que se estima que pueda lograr en un formato audiovisual.

Otro ejemplo que destaca Montero (2022, febrero 20), es el caso de *XRey*, un podcast de dos temporadas (2020-2021) para Spotify, sobre el Rey emérito de España, Juan Carlos I producido por Álvaro de Cózar y Toni Garrido. Este se convirtió en serie de televisión en 2022, con el nombre de *Salvar al Rey*, por HBO Max⁴³.

“De momento es algo muy puntual, pero es interesante seguirle la pista, porque se puede mover en los próximos años, siempre y cuando el podcaster tenga una buena historia a través de los géneros del documental o la ficción” destacó Elsa Moreno,

⁴³ <https://www.elmundo.es/television/series/2022/09/27/6332e630fdddf22838b4584.html>

investigadora del *Digital News Report* (Montero, 2022, febrero 20), a propósito de los proyectos que hoy en día deben concebirse como narrativas transmedia.

Mientras, la modalidad de mención o promoción cruzada, o *cross promotion* en inglés, plantea varios retos, más que promocionar un podcast amigo y viceversa. A propósito de la conversación con el podcaster, columnista, locutor de radio y comediante, Josh Elledge, quien es el *host* del podcast *The Thoughtful Entrepreneur* -que ya tiene 1.873 episodios hasta abril de 2024- Sullivan (2018) cuenta que “Elledge señaló que la clave para los podcasters independientes era encontrar formas de promocionarse a través de otros medios (incluidos los podcast más populares), ya que la promoción cruzada era la única forma de darse a conocer por parte del público. Como estos y otros independientes, el éxito de los podcast se debe a una mezcla de omnipresencia en las redes sociales y destreza en la autopromoción de la marca” (p.47).

5.4.4.2.4. Mirando hacia el futuro

Si bien diferentes investigadores ven un futuro auspicioso para los creadores de podcast independiente, quedan varias tareas por hacer y también es cierto que el 2024 es un año complejo para la industria. Además de ser un mercado que está regulando su tamaño y rentabilidad, también existen, como advertimos anteriormente, problemas estructurales que resolver, como la indexación y la medición global del audio. Martí et al. (2019) plantea que “el podcast se ha consolidado como una de las innovaciones más relevantes de la digitalización, capaz de abrir todo un universo a la radio asincrónica y con un gran camino por recorrer, lo que abre incógnitas que implican exigentes retos: desde la evolución de la categorización e indexación –tanto en los documentos de ficción como en los de no-ficción- hasta cómo optimizar la paquetización bajo demanda de los contenidos que forman parte de sus programas (...)” (p.283).

Además de estos problemas de base que aún la industria no resuelve, por más pasos que estén dando los grandes, como Apple, el mercado en español vive un momento complejo el 2024, advierte Heb (2024, febrero 5): “Tras un año difícil (plataformas que dejaron de financiar grandes producciones, recortes de presupuestos, e intentos de modelos de negocios para lograr sostenibilidad, entre otros problemas), algunos de los retos para el sector durante 2024 serán aprender a prescindir de las inversiones de las

grandes plataformas, redefinir la estrategia de negocios, promover la calidad y la experimentación, y abrazar a la comunidad”, todos aspectos que hemos tratado en las dimensiones de producción, financiación y monetización, y que veremos en la próxima y última relacionada a publicación, distribución y vinculación con los oyentes.

Martins (2021) indica que “el hecho de que aún no exista una dinámica comercial y de retribución financiera que permita a los productores independientes subsistir exclusivamente de la monetización” (p.113) condiciona su existencia y sostenibilidad, en un entorno en el que las empresas y anunciantes se muestran reacios a financiar proyectos que no sean con personajes públicos reconocidos y/o coproducciones con grandes medios de comunicación. Una alternativa es ensayar modelos de innovación sostenible que están en la estructura misma del podcasting, sobre todo independiente, que moviliza las cadenas de valor con la producción de contenidos innovadores (Paisana y Martins, 2021).

En esta misma dirección, Lopes de Oliveira et al. (2023) destaca este problema y la oportunidad que representa el podcast narrativo de no ficción independiente en Brasil: “Llama la atención sobre todo el hecho de que, en Brasil, la condición independiente enfrenta la barrera de la sostenibilidad financiera. Por otro lado, permite la libertad editorial, condición que permite a *Cirandeiras* cumplir la función social de crear espacios alternativos de expresión comunicativa para mujeres comprometidas con las demandas identitarias y la resistencia ciudadana” (p.105).

A propósito de estas barreras que debe sortear el podcast independiente, *Radio Ambulante* referente de la producción autónoma desde hace una década y que hoy ha logrado un lugar en la industria norteamericana e iberoamericana del audio en español, plantea algunos retos para la producción, el uso de la Inteligencia Artificial y los modelos de monetización del podcast latinoamericano en 2024. Eliezer Budasoff, director de desarrollo de nuevos podcast de Radio Ambulante Studios, considera que “Spotify fue el modelo por cinco años y, una vez que se apropió del mercado, dejó huérfanos a decenas de creadores a los que sostenía. Es buen momento para repensar el modelo de negocio y evitar depender de plataformas o grandes conglomerados que responden al interés de sus inversionistas del momento” (Heb, 2024, febrero 5). En el caso de *Radio*

Ambulante han apostado por un modelo mixto, con distintas fuentes de ingresos, lo que ha sido garantía para su independencia editorial todos estos años.

En este marco, el desafío más próximo es la monetización de los pódcast debido a la consolidación de la escucha, como sostiene Elsa Moreno, investigadora del *Digital News Report*: “En el mercado norteamericano el formato que se está estandarizando más es la mención publicitaria. Como son contenidos online, las plataformas también están reforzando este planteamiento publicitario con la gestión de la publicidad digital en un sentido más amplio” (Montero, 2022, febrero 20).

El caso de Latinoamérica es más complejo, dice Budasoff, ya que “no hay modelos de monetización en América Latina creados aún para podcast”, además de que las inversiones están a la baja: “Todo apunta a que se crearán más pódcast, pero la industria global en cuanto a pódcast narrativos se está encogiendo. Parece haber menos inversión en producciones originales en formato narrativo, o que no sean en formato de entrevista” (Heb, 2024, febrero 5).

Una oportunidad que puede darse, en un mercado del audio y del entretenimiento que está activo, y una amplia red de actores, agentes y productores, etc. es la mayor integración entre ellos. Así lo proyecta al menos el informe de predicciones 2024 para el sector de Telecomunicaciones, Medios y Tecnología (TMT): “se espera que este crecimiento en la participación del consumidor esté respaldado por una mayor integración con otras entidades de medios, personalidades y creadores, y ofertas. Por ejemplo, que otros medios como la televisión ofrezcan pódcast dentro de sus paquetes de pago o que plataformas de pódcast ofrezcan podcast de vídeo. Estas tendencias pueden aumentar la monetización y fomentar la rentabilidad” (Auxier et al., 2024).

5.4.5. Publicación, distribución y relación con las audiencias

Para terminar la cadena productiva abordaremos una dimensión que hoy se ha convertido en algo esencial en la producción del pódcast: su publicación final hasta llegar a la comunidad de auditores. Paulatinamente, los productores e investigadores, como Guimarães y Azoubel (2022, septiembre 2) y López (2023, abril 3) están reconociendo la importancia de publicar y divulgar el pódcast, como parte constitutiva y etapa final del

proceso productivo de una serie de audio. Si bien existen más esfuerzos teóricos que prácticos por comprender la relación con los oyentes en el contexto digital, los resultados aportarán información relevante sobre las estrategias de promoción, publicación, distribución y construcción de una comunidad de auditores en torno al pódcast.

“Lo cierto es que en toda la cadena de producción del pódcast nunca se deja de pensar en la escucha (...) En realidad, nunca estamos separados de los elementos audibles y las redes sociales no son la excepción, en este caso es fundamental escuchar a las audiencias. Parece que para tener una visión holística del pódcast, el oído siempre es el punto de partida, de inicio a fin” (Morett, 2020, diciembre 10).

En esta mirada holística que plantea Morett, el pódcast se debe entender como un todo. Lejos de comprender esta etapa como hacer clic para publicar el episodio del pódcast y postear en redes sociales para “avisar” a la audiencia, la publicación y la escucha que hará el oyente envuelve tras de sí una serie de elementos asociados a cómo se concibe la producción en relación con el oyente. Así cobran fuerza conceptos como participación, interactividad, intimidad, compromiso o *engagement*, etc.

5.4.5.1. De la participación al compromiso activo

Jędrzejewski (2014) planteaba que estamos frente a un nuevo paradigma de comunicación cuyo sello es la interactividad, en la que los usuarios/oyentes también se convierten en productores: “En términos generales, las nuevas tecnologías tienen las siguientes propiedades: el uso de grabación y procesamiento de datos digitales, la integración de diferentes redes de comunicación y la interactividad entre usuarios o entre el usuario y el productor de contenidos. Esto significa que los roles de emisor y receptor se han vuelto intercambiables, y la interactividad puede dar al consumidor un control total sobre el ritmo, la estructura y el contenido de la comunicación” (p.19).

Más allá de los matices que tiene esta visión idealizada de las nuevas tecnologías, debido a que persisten grandes estructuras de propiedad mediáticas, hoy más complejas y rizomáticas por las plataformas digitales, lo cierto es que este proceso ha impactado tanto a la radio como al pódcast.

Cordeiro (2012) señalaba hace más de una década que “la radio hoy es multimedia, multiplataforma y convergente. Se diferencia de la ‘era FM’: tiene sonido e imagen, es (más) interactiva, (más) participativa, compartible, asincrónica, repetible, reproducible, buscable, personalizable, discontinua, hipertextual, no lineal, convergente y bajo demanda. Creo que todo esto está fortaleciendo la capacidad de la radio para crear sentimientos de comunidad entre los oyentes, sentimientos que sólo pueden aumentar a medida que la radio apuesta cada vez más por el paradigma de la nube” (p.503)

Frente a esa radio descrita por Cordeiro (2012) como “radio online, e-radio, web radio, cyber radio, Internet radio” (p.503), la que ha sido transformada por la interactividad como proceso tecnológico político social, el podcasting ha cobrado vida propia, como un conjunto de prácticas, significados y pautas de consumo (Berry, 2016): “al igual que YouTube, el podcasting puede funcionar tanto como distribuidor como fuente de innovación disruptiva y práctica participativa alternativa. Al mismo tiempo, es una plataforma, un objeto (el propio ‘podcast’) y un conjunto de prácticas que pueden formar parte de la radio y de una ecología más amplia de prácticas participativas digitales” (p.18)

En relación con estas prácticas participativas digitales, Jenkins et al. (2015) se pregunta, qué significa la participación significativa, en un mundo que lamentablemente se explica aún de manera muy binaria. Esto ocurre a través de distintas disciplinas y enfoques, como los estudios de mercado, estudios culturales, ciencia política, educación, antropología y estudios digitales, que ven la comunicación en red como un choque entre las estructuras y la naturaleza del público: “este es uno de entre un conjunto de encuadres opuestos (merodear versus participación periférica legítima; resistencia versus participación; público versus audiencias; participación versus colaboración; escuchar versus oír; consumidores versus cocreadores) que están determinando qué entendemos por participación online en este momento transitorio” (p.171).

Al respecto, Jenkins et al. (2015) entiende que esta tensión no tiene fácil solución ya que nos movemos “entre una concepción corporativa de la participación (que incluye la promesa de hacer las compañías más receptivas a las necesidades y deseos de sus ‘consumidores’) y una concepción política de la participación (centrada en el deseo que

todos tenemos de ejercer más poder en las decisiones que afectan la calidad en nuestra vida cotidiana como ciudadanos)” (p.171). Con todo, la naturaleza y la capacidad de participar se complica, toda vez que sabemos quién domina las plataformas, controla los canales y la capacidad de participación de los usuarios u oyentes en este caso. También cómo los creadores entienden la participación y la posibilitan a partir de los espacios habilitados para aquello.

A propósito del estudio de dos proyectos *transpodcast*, *Vidas en Red*⁴⁴ y *Fans Fiction*⁴⁵, que se definen por tener espacios de participación en diferentes plataformas, en las cuales los usuarios y fans crean cualquier tipo de contenido e interactúan con el resto de los miembros de su comunidad, haciendo comentarios en Ivoox, comentarios en blog y twitter, entre noviembre y enero de 2017 y 2018, García-Marín y Aparicio (2018) analizan la participación e interacción. Esto lo hacen considerando variables, tales como que estos pódcast sean independientes y no profesionales, que tengan diferentes temáticas y formatos, una gran comunidad de usuarios, y la capacidad de comentar en los espacios habilitados.

“Los datos de la investigación muestran el uso diferenciado que los seguidores de dos proyectos transpodcast hacen de las plataformas iVoox y Twitter. Mientras que la comunidad de *Vidas en red* creó mensajes más significativos a nivel narrativo, el contenido producido por los usuarios de *Fans Fiction* tiende a ser más superficial, vinculado a la intención de promocionar el pódcast o mostrar sus emociones a propósito de los temas abordados en los programas” (p.104). A partir de ello se concluye que “el modelo de interacción [en estos transpodcast] mantiene la lógica unidireccional y jerárquica característica de los medios tradicionales” (p.105). Para romper este modelo se debe considerar, proponen los investigadores, la gramática de interacción entre creadores y usuarios y el lenguaje que toma la participación significativa.

Para profundizar en esta perspectiva, García-Marín (2020a), quien ha dedicado buena parte de su trayectoria de investigación a la producción independiente de pódcast en España, se propuso investigar los factores que intervienen en el *engagement* o

⁴⁴ <https://open.spotify.com/show/6hvyUOtJwdy2PWpPZzhAlx?si=5a140373ccf040f0>

⁴⁵ <https://fansfiction.es/>

compromiso entre creadores y oyentes. A través de entrevistas semiestructuradas a 17 informantes clave, como pioneros del medio y representantes de asociaciones nacionales de podcasting en España, podcasters y oyentes identificó tres grupos de factores: centrados en el medio, en el usuario y en el podcaster.

Sobre la base de la propuesta de Askwith (2007), García-Marín (2020a) entiende el *engagement* como “la suma de los comportamientos, actitudes y deseos del usuario en relación con el consumo de contenido de los medios, su participación en actividades e interacciones, su identificación con aspectos del contenido/producto, y las motivaciones o deseos vinculados a todos los aspectos previamente mencionados” (p.50). Este concepto, concluye, es complejo ya que tiene una multiplicidad de indicadores y formas en la que se expresa la narración de la historia que cuentan los productores.

Pese a la muestra limitada, advierte García-Marín (2020a), el *engagement* es multifactorial y está sujeto a las características propias del pódcast, los hábitos de recepción y consumo, y a la alfabetización mediática de los creadores: “nuestro estudio señala que los medios digitales no son, por defecto, espacios que garanticen importantes acciones participativas por parte de los usuarios o un alto nivel de compromiso dentro de sus comunidades, pero ambas dimensiones deben ser estimuladas desde el diseño de experiencias interactivas de usuario” (p.61).

Hasta aquí nos encontramos, entonces, con un escenario en el que parece no aprovecharse las características del pódcast y las prácticas y significados culturales que envuelve, como tampoco la promesa de participación y *engagement* que constituye al formato, ni la interacción entre los usuarios que son parte de comunidades, subcomunidades o grupos de seguidores de tal o cual pódcast.

A propósito del *engagement* y de lo que significa conectar con la audiencia, sobre la base de varios ejemplos de pódcast, Euritt (2023) sostiene que “aquí el compromiso no es producto de una atención detallada y exclusiva, sino de una conexión afectiva dentro de una presencia auditiva” (p.43).

Con un pie en los estudios de la cultura y de medios, con énfasis en la fenomenología y los estudios feministas alemanes, Euritt (2023) presta atención especial al concepto de

atención, ya que los oyentes prestan atención al podcast, porque buscan el contenido que quieren, tal como planteaban hace muchos años, González Conde y Salgado (2012), con relación a la importancia que tiene la búsqueda y selección de contenidos sonoros, ya que ocupan un tiempo valioso en la era de oyentes activos.

Lindgren (2023) estudió 11 podcast, cinco podcast australianos y seis podcast británicos, que fueron ganadores o preseleccionados en los *Australian and British Podcast Awards* de 2019, en las categorías de investigación periodística y *true crime*, con el objetivo de analizar el uso de las emociones y técnicas para construir experiencias de intimidad con el oyente: “Los podcast analizados utilizan una combinación de elementos sonoros y enfoques narrativos para crear periodismo de audio cautivador (...) Los podcast con altos valores de producción, producidos a lo largo de un periodo prolongado, tienen mezclas más complejas de elementos sonoros para despertar la imaginación del oyente y fomentar su participación” (p.711). Si bien Lindgren (2023) reconoce que “se necesita más trabajo para comprender el papel del periodismo narrativo en la creación de podcast convincentes desde la perspectiva de los oyentes” (p.717) entiende, después de varios años de estudio de producciones con enfoques narrativos, personales y subjetivos, que se pueden desarrollar experiencias de intimidad, implicación emocional y conexión profunda con el oyente”.

Chan-Olmsted y Wang (2020) destacan que, a diferencia del oyente de podcast que lo escucha fuera de casa, dentro de ella y frente a la competencia con otros medios de audio, “el podcasting podría servir como una plataforma para contenido activo e individualizado que ofrezca más valor cognitivo. Es necesario que los productores de contenidos y los especialistas en marketing tengan esto en cuenta, ya que tendría implicaciones importantes en la segmentación de los consumidores, el desarrollo de contenidos, y los patrocinios a medida que crece la plataforma de audio” (p.698).

Una vez dicho esto, y las características, atributos y valores que pueden estar en la base de una relación entre productores y oyentes, es momento de abordar la promoción, publicación y distribución de los podcast.

Al respecto, Venier (2019) entiende que, después de la producción del podcast, el segundo paso “es el de sindicación y hospedaje; y el tercero implica la distribución del

pódcast. En el contexto del modelo de las plataformas, estas actividades se especializan y se le incorporan otras como la promoción del pódcast a través de las redes sociales y el análisis de datos y métricas de seguidores o suscriptores al pódcast y escuchas en *streaming* o descargas de episodio” (p.78).

Una vez que se tenga el pódcast terminado, viene la publicación y distribución del episodio o serie a través del sitio web -si es que se cuenta con uno- y la distribución por plataformas y agregadores. Por cierto, sin descuidar la promoción y la vinculación con la audiencia con la finalidad de construir una comunidad de seguidores.

Cea (2017) advierte que “el modelo de distribución online supone una profunda transformación del medio sonoro” (p.962). Efectivamente así ha ocurrido, ya que se ha conformado una red de actores y plataformas tecnológicas que garantizan la publicación y distribución. Si bien se refiere a la radio que produce pódcast nativos o recicla de la antena, Legorburu et al. (2019) sostiene que a través de la difusión en agregadores o en plataformas ajenas “(...) se está entretejiendo una red de alianzas tácitas e informales, pero también estratégicas, que consiste en multiplicar la difusión de los contenidos en diferido en plataformas ajenas de distribución de audio. Es el caso de agregadores como iTunes-Apple Podcasts, Google Podcasts, iVoox, Spotify, Soundcloud, Spreaker, Stitcher (...)” (p.76).

Pérez-Alaejos et al. (2022), a propósito del estudio de 14 plataformas de ocho países de Europa, Norteamérica y Latinoamérica, de las cuales investigó la manera de distribuir los contenidos, sostiene que “11 de los 14 casos de estudio optan por la multiplicidad de canales a la hora de hacer llegar sus contenidos a los usuarios y lo hacen a través de su propia plataforma/web, utilizando otras plataformas o agregadores de audio como Spotify, Apple o Spreaker, y con un uso habitual y continuado de las redes sociales para este fin. Un dato relevante es que la mayoría de ellas (8 de 14) no cuenta con una app propia para descargar en dispositivos móviles argumentando, entre otras cosas, que son poco eficientes para la distribución” (p.11).

Pese a estas ventajas que tienen las plataformas, por un lado, y los resguardos que deben tomarse en relación con los efectos que tiene la publicación y distribución “gratis”, por otro, como advertía Venier (2019), existe una actualización constante

dentro de la industria y de lo que ofrece a los realizadores, lo cual puede afectar a estos creadores de contenidos. Por ejemplo, Amazon, Spotify y Facebook cancelaron sus estrategias de audio en vivo (González, 2023, octubre 6), lo que significa que las herramientas de producción y de fidelización a la audiencia deben entenderse también fuera de estas plataformas, como es el caso de las redes sociales u otras formas de comunicación.

5.4.5.2. Estrategias de medios y redes sociales

Para poder elaborar una estrategia de promoción y publicación a través de redes sociales y medios de comunicación, lo primero es conocer a la audiencia del podcast, tener clara la historia que se está contando, y reconocer cuáles son los “ganchos” que pueden atraer a la audiencia, de modo de hacer más efectivo el plan estratégico.

Por ejemplo, en el caso de los podcast narrativos de no ficción en España, la generación de 30 a 55 años es más proclive a interesarse por estas historias, lo cual determina u orienta cuáles son los medios y las redes sociales que más consumen para efectos de enfocar o dirigir mejor los mensajes que queremos hacerles llegar, ya sean sonoros, textuales y/o audiovisuales. “La oferta original en 2022 permite reconocer dos perfiles de audiencia complementarios: la Generación Z (12-30 años), que conecta más con los podcast conversacionales de ocio y entretenimiento con un relevante peso femenino; y la de podcast narrativos de no ficción, más elaborados a nivel discursivo y expresivo, que entroncan de algún modo con la oferta radiofónica y con oyentes adultos (30-55 años) que encuentran en este tipo de producciones un complemento e incluso una alternativa al medio hertziano” (Pedrero Esteban et al., 2023).

En caso de que el podcast u otras series de la productora hayan sido publicadas debemos saber quiénes las han escuchado, cuál es su género, rangos etarios, tiempos de escucha, etc., entre otros datos, que entregan las plataformas de distribución ¿Quiénes te escuchan? ¿Dónde te escuchan? ¿Qué edad tienen? ¿Cuánto tiempo te escuchan? Estos datos son proporcionados por las diferentes plataformas de distribución, además de la información que puede proporcionar tanto el hosting como Google Analytics, en caso de que la productora cuente con sitio propio y publicaciones periódicas, ya sea de sus podcast originales u otros productos asociados.

Como complemento a ello tenemos que saber por qué vías y plataformas llegan los oyentes a su podcast favorito o a algún otro que les pueda interesar. Según la encuesta Pod, que se realiza en Iberoamérica desde 2017, uno de los indicadores que ha evolucionado desde esa fecha es que el 48% de los consultados reconoce, en comparación con el 30% de ese año, que Itunes, Spotify e iVoox son las plataformas que utilizan para encontrar nuevos podcast (Podcasteros, 2022).

¿Por qué vía lo hacen para llegar a la plataforma que los aloja? Esta encuesta muestra que el 65% lo hace a través de redes sociales, el 55% por recomendaciones de amigos, y el 54% por recomendación de otros podcast. Es decir, las redes sociales virtuales y offline son importantes a la hora de hallar un nuevo podcast que podría ser de interés de los oyentes.

Nuzum (2019) explica de entrada que “las redes sociales tienen una forma de hacer que las comunicaciones, de uno a muchos, se sientan mucho más íntimas. Involucrar a la audiencia es una forma económica y eficaz de generar audiencia y fervientes seguidores de tu trabajo. Cuando lo conviertes en una parte orgánica de tu proceso de producción, puedes crear una base poderosa para tu programa cuando se inicia” (p.171).

Esta base poderosa es el primer paso para conformar una comunidad de seguidores, estable en el tiempo y que pueda continuar, por la calidad y regularidad de publicación del podcast, como también por una estrategia que se diseñe para esos fines. Caballero-Escusol et al. (2021) advierte que el uso de las plataformas y agregadores es sólo una parte del proceso de distribución: “más allá de la propia naturaleza y funcionalidad de los podcast (...) se evidencia que las redes sociales forman parte indisoluble de la estrategia de difusión de los contenidos” (p.94).

Ahora bien, a la hora de utilizar las redes sociales, ¿cómo se elabora el mensaje? ¿en qué debo fijarme? ¿qué medios ocupo para elaborar un mensaje claro, certero y enganchador?

Primero, sostiene Sanabria (2023, mayo 12): “la difusión es parte importante de todas las producciones podcasteras. Pero al comunicar a través de las redes sociales se corre el riesgo de que tus públicos no te escuchen y solo se queden en las plataformas donde

te ven o te leen”. Por ello los mensajes y formatos que se utilizarán para difundir el pódcast son importantes

“Una idea para adaptarnos a ese entorno es la de crear algunos recortes de segmentos atractivos de nuestro pódcast y transformarlos en vídeos. Esto se puede hacer por cuenta propia, editando los audios y montando los vídeos con algún programa de edición, pero también existen algunas plataformas como Headliner que ofrece formas automatizadas para realizar estos recortes, que incluyen audiogramas y transcripciones de audio”, plantea Zini (2020, p.4).

Hay una infinidad de recursos y herramientas que pueden utilizarse como audiogramas, tráileres audiovisuales, avances del próximo episodio, para mantener el interés y despertar la curiosidad de la audiencia. “Otra opción es la de generar contenidos complementarios que puedan circular por redes sociales, que no necesariamente provengan del contenido sonoro de nuestro pódcast, ideas como publicar en vivo durante la grabación de un episodio, o publicar filmaciones detrás de cámaras, o contenidos que vayan generando interés sobre las temáticas que abordamos, pedir comentarios sobre el tema a los seguidores, generar *feedback*”, complementa Zini (2020, p.4).

También se puede elaborar un boletín informativo o newsletter, además de armar grupos de seguidores a través de redes sociales, como Facebook, WhatsApp o Telegram para contarles las novedades del pódcast, anunciar el próximo episodio o invitarlos a alguna sesión de escucha o presentación en vivo o *live*. Además está la *cross promotion* o promoción cruzada entre pódcast amigos, que no es otra cosa que hacer “alianzas dentro del mismo ecosistema de pódcast (...) encontrar espacios con otros pódcast con audiencias similares (...)”, dice Natalia Luján, de la productora *Esto No Es Radio*⁴⁶, de México en conversación Runa Sanabria (2022, mayo 12). En esta misma dirección se puede explorar el *cross podcasting* que “básicamente consiste en invitar a participar del pódcast a entrevistados que posean una comunidad de seguidores importante. Cuando el pódcast se publica y esos invitados lo comparten en sus redes sociales amplían el alcance de llegada del podcast” (Zini, 2020, p.5). También conectarse con periodistas o

⁴⁶ <https://estonoesradio.mx/cover>

medios afines que puedan estar interesados en promocionar el pódcast, a través de una entrevista, una nota, un corte de audio, o, por qué no, llegar la radio o medio digital como partner o canal de difusión de la producción.

Sea tal o cual estrategia, que debe saber aprovechar los recursos con los que se cuenta y también las herramientas que se tengan a mano, desde la edición hasta la red social más apropiada, García-Marín (2020a) advierte que los planes estratégicos deben evolucionar ya que los actuales no serán necesariamente efectivos en el futuro: “Por ejemplo, vale la pena señalar cómo el tamaño de la podcastfera ha influido en la forma en la que los usuarios se relacionan con los pódcast, pasando de una etapa inicial de envío de mensajes de audio (en un momento en que la comunidad tenía un volumen bajo de participantes) a la ausencia absoluta actual de este tipo de mensajes de audio para favorecer otros modos de conexión menos significativos y con menor capacidad de cocreación -contribuciones textuales en redes sociales- a medida que el medio ha ganado en popularidad y ha aumentado el tamaño de la podcastfera” (p.61). Rojas Torrijos et al. (2020), en el estudio del pódcast independiente en América Latina, advierte con preocupación que la mayoría de las productoras explican bien a qué se dedican pero no para quién lo hacen y por qué. Es decir, conocer a la audiencia es tarea clave para elaborar mensajes que sean dirigidos a ellos y mostrar un contenido que sea atractivo para sus intereses. Pese a estas debilidades que puede mostrar, específicamente, el pódcast independiente, García-Marín (2020a) destaca que este tipo de pódcast ha desarrollado proyectos transmedia en los que el “diseño de experiencias son favorables al compromiso, la participación y la cocreación por parte del usuario (...) Este tipo de proyectos tienden a difuminar las barreras que los medios profesionales imponen a la hora de abrir espacios de interacción y participación de los usuarios” (p.52)

Este tipo de experiencias, como también utilizar las redes sociales para diseñar e implementar propuestas experimentales y creativas para llegar a los oyentes, se enfrentan a una mayor carga de trabajo que debe solventar la productora: “hay que considerar que esto implica un trabajo extra en la producción: en la mayoría de los casos supone tener que crear productos adicionales a tu archivo de audio final. Y requiere un rol más dentro del equipo de trabajo” (Sanabria, 2023, mayo 12).

Hasta aquí, entonces, varias tareas que cumplir para diseñar una estrategia de comunicación, medios y redes sociales: contar con un equipo especializado dentro de la producción o productora, saber a quién le hablas, plantearse objetivos de comunicación, diseñar una estrategia y acciones, diseñar y ejecutar dichas acciones, mensajes y productos, y evaluar el proceso para ver cómo se desempeña tu audiencia, en relación con la estrategia elaborada, etc.

Una propuesta bastante particular, que da cuenta de cuán importante es considerar a la audiencia para efectos del éxito del podcast, la explica Moreno Cazalla (2022, junio 23), a propósito del podcast *Arsénico Caviar*⁴⁷, de Podium Podcast, de España, que fue galardonado como mejor podcast conversacional (*ex aequo*) en los II Premios Ondas Globales del Podcast. Este podcast, con un enfoque narrativo en su estructura inicial y que comenzó en abril de 2022, anunció su quinta temporada a contar del 16 de abril de 2024.

Sobre la base del *Método de Lean Startup*, de Eric Ries (2012), Moreno Cazalla (2022, mayo 13) rescata el concepto “*Minimum Viable Community* (MVC o Comunidad Mínima Viable), ahora de lo más candente en la Web3. Básicamente se está extrapolando la idea del Producto Mínimo Viable (MPV) al concepto de comunidad, como el grupo más pequeño de personas necesarias para unirse para un propósito compartido, es decir, crear una comunidad”. Este concepto lo complementó “con el enfoque de Paul Graham: salir a buscar a tu audiencia, el no subestimar el poder del crecimiento compuesto y la más reveladora ‘hacer cosas que no escalen’” (Moreno Cazalla, 2022, junio 23).

A partir de esto, en octubre de 2021, comenzó a idear un proyecto de CMV para este nuevo podcast. Moreno Cazalla, productora ejecutiva, de distribución y audiencias de Podium Podcast puso el foco en los jóvenes adultos *millenials* o *zetas* que se sienten frustrados o agobiados en entornos laborales, cuyo grupo representaría el 40% de la población en España. Seleccionaron a los periodistas Guillermo Alonso y Beatriz Serrano para comandar este podcast con las siguientes directrices, para conformar una comunidad bajo el concepto adaptado a este proyecto: “sin un *fandom* de base y sin

⁴⁷ <https://www.podiumpodcast.com/podcasts/arsenico-caviar-podium-os/>

querer crear unos perfiles de redes sociales específicos del pódcast, nos centramos exclusivamente en la identidad para la construcción de la CMV y el crecimiento de audiencias. Lo primero que apostamos fue por crear una comunicación de pertenencia y apelar a lo emocional” (Moreno Cazalla, 2022, junio 23).

Así la propuesta de construir comunidad para este pódcast se pone en relación con el tipo de narrativa, el público al que se quiere llegar y los *hosts* que serán la voz de esta experiencia. Para Jorge Caraballo, quien fuera editor de crecimiento de oyentes de *Radio Ambulante*, el indicador clave de rendimiento del pódcast es el desempeño que tiene con las audiencias: “Hay que mirar de qué manera tu pódcast es relevante para las personas y alinear las necesidades de las personas con las del pódcast” (Morett, 2020, diciembre 10).

Radio Ambulante ha buscado construir una relación horizontal, a través de los oyentes que participan en las conversaciones, el número de voluntarios, y la cantidad de personas que les ayudan a resolver un problema, sostuvo Caraballo.

Lo importante, además del tipo de audiencia, es tener en vista todo el proceso de producción que está detrás, de modo de diseñar estrategias pertinentes y eficaces que puedan sacarle partido a todas las capas productivas que tiene el pódcast, desde los presentadores hasta la forma en la que se busca vincular a la audiencia. Christian Muñoz, productor ejecutivo de *Tripea*⁴⁸, de Ecuador, explico a Sanabria (2023, mayo 12) que utilizan “como estrategia de difusión los esquemas de su contenido: se basan en la ficha técnica de cada pódcast, con el fin de conocer qué quieren comunicar de cada uno de los episodios. Es decir, toman en cuenta los conceptos de la preproducción, y la difusión comienza cuando ya están editados los episodios”.

A continuación, algunas pautas que pueden ayudar a proceso:

⁴⁸ <https://linktr.ee/TRIPEA>

Tabla N°2

Guía para elaborar una estrategia de medios y redes sociales para promocionar tu pódcast

Pasos	Objetivos	Información necesaria o acciones
1	Tener clara la historia, la trama y los ganchos	En el marco de la trama general, la estructura serializada puede ayudar a determinar el arco narrativo que trata cada episodio, para destacar las historias, los personajes, los giros y la vocación universal que tiene la historia narrada.
2	Conocer a la audiencia	Clasificar a la audiencia por género, rangos etarios y tiempo de escucha, de modo de conocer sus gustos y preferencias en torno al pódcast.
3	Fijar objetivos	Cuáles son los propósitos que se tienen con el pódcast y cómo se quiere llegar a la audiencia.
4	Elaborar una estrategia de medios y redes sociales	Se sugiere elaborar un plan estratégico de acuerdo con los objetivos, que involucre tareas, acciones, productos, evaluación y plazos de ejecución.
5	Seleccionar las redes sociales	Cada red social tiene sus públicos, sus formatos y tipos de mensajes más atractivos. Por ello, en relación con la audiencia y la historia que se quiere contar, elegir las redes sociales que permitan sacarle partido a la historia y se complementen entre ellas.
6	Elaborar los mensajes privilegiando estrategias transmedias.	Las narrativas transmedia son aquellas que, en este caso, tienen al audio como base del pódcast permitiendo expandir la narración y promoción de la serie en otras redes y medios, lo que implicará producir contenido nuevo y exclusivo para ellas. Considerar, por ejemplo, que en Instagram sirven publicaciones visuales, realizar vivos, hacer grabaciones, invitar a un personaje o influencer que pueda recomendar el pódcast, o que el host te invite a escuchar la historia; mientras en Twitter hacer hilos explicativos, audiogramas, etc.
7	Conectar con plataformas, redes y otros pódcast	Tu pódcast debe estar inserto en el ecosistema sonoro, a través de la plataforma principal, en la cual puedes interactuar con la audiencia, a través de preguntas, por ejemplo; mediante la participación en redes y

		festivales con pódcast afines; y promoción cruzada con ellos.
8	Diseñar estrategias en vivo o virtuales para conectar con los oyentes	Desarrollar encuentros virtuales o presenciales con tu comunidad, de modo de establecer un contacto directo, a través de sesiones de escucha, foros, <i>lives</i> o <i>performance</i> de algún episodio de tu pódcast.
9	Evaluar el desempeño (número de seguidores, interacción, etc.)	Se sugiere construir indicadores que permitan evaluar el rendimiento en todas las áreas, desde el conocimiento y actualización de las características del público objetivo, hasta la participación e interacción con la audiencia en redes sociales y a través de encuentro virtuales o presenciales con los oyentes.

Fuente: elaboración propia sobre la base de las fuentes consultadas

Carvajal (2023) realizó un interesante análisis de *Podium Podcast* (Chile), *Emisor Podcasting* (Chile), *Las Raras* (Chile), *Radio Ambulante* (EE.UU.) y *Anfibia Podcast* (Chile) con el objetivo, sobre la base de esta evaluación, de elaborar un plan de marketing digital para *Relato Nacional* (Chile): "En general, podemos observar que todas las productoras analizadas, más allá de elaboración de uno o varios pódcast, usan sus sitios web y las redes sociales como importantes espacios para la promoción de sus productos" (p.64).

Dentro de este análisis destaca los casos de *Radio Ambulante* y *Las Raras*, que están haciendo un trabajo de SEO [conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento de un sitio web] para incrementar su presencia en los motores de búsqueda. Mientras en relación con las redes sociales "se puede observar que es clave para todos los casos estudiados. Las más utilizadas por las compañías son Instagram y Twitter. Si bien la mayoría también está presente en Facebook, principalmente se utiliza para replicar contenido preparado para otras plataformas. En paralelo, algunas se han ido sumando lentamente a TikTok" (p.65). En este sentido, un aspecto que resalta Jorge Caraballo es desarrollar contenido que contribuya a destacar la historia: "no solo llevar a las personas a un link para que escuchen, sino analizar los temas universales que cubre la historia" (Morett, 2020, diciembre 10).

En relación con las nuevas redes sociales, como TikTok, y otras que empiezan a entrar en desuso o se ocupan para replicar contenido como Facebook, los contenidos

audiovisuales están cobrando más fuerza, en un esfuerzo transmedia por elaborar mensajes con distintos códigos narrativos: “En general, en las redes sociales los contenidos audiovisuales son los que predominan, ya sea con contenido creado especialmente para estos canales de difusión o con fragmentos de los programas que fueron filmados en vídeo. Las empresas más grandes también realizan concursos, lo que ayuda al *engagement*” (Carvajal, 2023, p.65).

Otra contribución importante, en este sentido, la hace Bailey Richardson, cofundadora de *People & Company*⁴⁹, que en 2021 fue comprada por Substack. Especializada en construir comunidades, Richardson fue invitada al Festival Gabo en 2020 para contar su experiencia y dar algunas clave para la construcción de comunidad. Además de rastrear experiencias o proyectos que desarrollen comunidades exitosas, para repetirlos y fortalecer el lazo con tus propias audiencias (RTVC, 2020, noviembre 6), destaca en su sitio que se debe “abordar la construcción de comunidades como actos progresivos de colaboración: hacer más con los demás en cada paso del camino”.

En este esfuerzo por analizar el proyecto y fomentar comunidades activas, Carvajal (2023) orienta sobre este proceso mediante la propuesta para *Relato Nacional*, cuyo pódcast busca aumentar las donaciones de la audiencia y la suscripción a la producción. El plan de acción involucra ajustes al plan de redes sociales y a la presencia en plataformas de audio; actualización del sitio web; trabajo en redes de contacto e innovación; inversión en social ADS o programa de publicidad en línea de Google; y continuar el trabajo orgánico dentro de la productora: “Para potenciar la marca de *Relato Nacional* y lograr el interés de los oyentes (...) es necesario realizar algunos ajustes en el plan de contenido de las redes sociales del pódcast, sumando así piezas visuales y audiovisuales que busquen alcanzar este y otros objetivos planteados en este trabajo. Por una parte, se debe potenciar la elaboración de vídeos que recopilen grandes momentos de los anteriores capítulos, que muestren esa conexión que se logra con las historias que se cuentan. O sea, demostrar que *Relato Nacional* sumerge a los auditores en la vida de otros” (p.81).

⁴⁹ <https://www.people-and.com/>

Es decir, construir una comunidad que se identifique y se comprometa con tu pódcast y con las historias que cuentas. Por ello, el sitio web, las redes sociales, los mensajes y los formatos que comunican esos mensajes son esenciales para el *engagement* y el compromiso emocional de los oyentes.

Después de discutir sobre toda la cadena narrativa, de producción, de valor y de publicación y relación con las audiencias, presentamos a continuación los resultados y análisis de las cinco dimensiones comprendidas en el estudio. A esta se suma una sexta que incluye la percepción de los entrevistados y entrevistadas en relación con el estado del podcasting, en su país y/o región, específicamente del pódcast narrativo de no ficción.

VI. METODOLOGÍA

6.1. Introducción

La investigación corresponde a un estudio de casos múltiple, exploratorio, descriptivo y explicativo, pues, primero, describe y explora el objeto analizado, para después establecer relaciones causa-efecto. Mientras la metodología es de carácter mixto. Esta consistió en 23 entrevistas -21 individuales y 2 colectivas- a 25 directores, productores, coordinadora, montajista y diseñadores sonoros de 17 pódcast narrativos independientes de la región Iberoamericana y un análisis de contenido de 103 episodios de las producciones seleccionadas, con el objetivo de conocer el estado actual de este tipo de pódcast, tanto en lengua española como portuguesa.

Esto se logrará, a partir del análisis de sus narrativas sonoras, estéticas sonoras, formas de producción, estrategias o modelos de financiación y monetización, y sus procesos de publicación, distribución y vinculación con sus oyentes. Al final del estudio se sugiere y/o sientan las bases para construir una guía o modelo comunicativo del pódcast narrativo de no ficción independiente de ocho países de Iberoamérica, como son Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Portugal.

Se ha elegido la metodología cualitativa, porque esta ofrece flexibilidad entre los hechos recolectados y la interpretación (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014)

Al respecto, Hernández Sampieri et al. (2014) entrega algunas luces sobre este proceso “(...) la ‘realidad’ se define a través de las interpretaciones de los participantes en la investigación respecto de sus propias realidades. De este modo, convergen varias ‘realidades’, por lo menos la de los participantes, la del investigador y la que se produce en la interacción de todos los actores. Además, son realidades que van modificándose conforme transcurre el estudio y son las fuentes de datos” (p. 9).

Se elige el estudio cualitativo, porque se busca comprender las producciones de pódcast desde los puntos de vista, interpretaciones y significados que otorgan los creadores/entrevistados, junto con analizar los documentos o audios de sus producciones. Es un estudio específico, poco explorado en tanto objeto, en un contexto

de masificación del pódcast, a 20 años de acuñarse el término en 2004 (Hammersley, 2004, febrero 12). Es decir, se pone en juego la vinculación entre medios pódcast y la sociedad, y los oyentes que los escuchan.

Brennen (2017) apunta en esa dirección en relación con la indagación cualitativa en los medios: “los investigadores cualitativos consideran la diversidad de significados y valores creados en los medios. En lugar de centrarse en los efectos o influencias de los medios, intentan comprender las muchas relaciones que existen dentro de los medios y la sociedad” (p. 5).

6.1.1. Las tres etapas del diseño metodológico

El diseño metodológico se dividió en tres grandes etapas: investigación previa, diseño muestral y definición de las técnicas de recopilación de información, y elaboración de los instrumentos de registro y análisis, cuyas fases se realizan de manera simultánea, entre la recogida de información con las y los entrevistados, y el perfeccionamiento, a medida que se van aplicando, de los instrumentos.

Primero se analizó la penetración y consumo del podcasting en la región, y con esa base se seleccionaron los ocho países que contempla el estudio (Newman et al., 2023; 2022). Después de eso se confeccionó el diseño muestral, que incluye la unidad de análisis, el procedimiento de muestreo, el tamaño de la muestra y la selección del corpus (Tamayo, 2000). Se definieron después las técnicas de levantamiento de información, que en este caso son la entrevista semi estructurada y el análisis de contenido, porque ambas son las que permiten responder de mejor forma los objetivos planteados. Finalmente, se elaboraron los instrumentos, que son la pauta de entrevistas y la ficha de análisis de los episodios de pódcast seleccionados. Ambos se fueron afinando, a medida que iba avanzando el trabajo de campo, como explicaremos más detalladamente.

“Al momento de elegir y diseñar el o los instrumentos de recolección de los datos más adecuados para lograr el objetivo del estudio, es necesario pensar en las ventajas y desventajas de cada uno; en otras palabras, la selección de las herramientas de investigación de un proyecto en particular depende del planteamiento del estudio, los objetivos específicos de análisis, el nivel de intervención del investigador, los recursos

disponibles, el tiempo y el estilo” (Cuevas, 2009 en Hernández Sampieri et al., 2014, p. 417).

Pese a los inconvenientes que pueda tener la selección existen varias ventajas en el uso del audio, en tanto información documental, y de la entrevista, como técnicas de investigación.

Respecto a las cualidades del documento sonoro, Rodríguez Reséndiz (2022) señala que “se define como el registro de información sonora creado con un propósito intelectual determinado que adquiere valor documental cuando se incorpora en un archivo sonoro y reúne cuatro cualidades: contenido, estructura, contexto, y estar fijado en uno o más soportes (analógico o digital)” (pp. 152-153). Es decir, si entendemos el podcast como un archivo sonoro alojado en la web -aun cuando pueda correr el riesgo de no preservarse- este asume un valor de documento para su análisis. Tal será el caso de los podcast escogidos, que estarán disponibles en varios agregadores y en los sitios web de los productores independientes.

Mientras, en relación con la entrevista, Hernández Sampieri et al. (2014) destaca que “los participantes pueden proveer información histórica. El investigador realmente está utilizando dos herramientas: la propia entrevista y la observación. Permite cierto control del entrevistador sobre los temas por incluir y excluir, mediante preguntas”. Aun cuando reconoce que “los datos están ‘filtrados’ por los puntos de vista de los participantes. A veces el ambiente no es el natural de los participantes. No todos los participantes tienen las mismas habilidades para expresarse verbalmente y por otros medios” (p. 417).

Brennen (2017) refuerza el valor que adquiere para estos efectos, tanto la entrevista como el audio como documento, ya que en la base de estos se encuentra el lenguaje como elemento fundamental de la investigación cualitativa: “es a través de nuestro discurso —o, en otras palabras, nuestro escribir y hablar— que comunicamos ideas e información, creamos comunidades y construimos nuestras realidades sociales. En un nivel básico, la investigación cualitativa se esfuerza por comprender las tradiciones, contextos, usos y significados de palabras, conceptos e ideas” (p. 15).

6.1.2. ¿Por qué se han elegido la entrevista y el análisis de contenido?

Aquí algunas razones, de por qué estas técnicas permiten responder los objetivos generales y específicos en relación con el pódcast narrativo independiente, en lenguas española y portuguesa. Valles (2002), recogiendo la tradición cualitativa, destaca que la entrevista es el arte de la conversación, cuya tradición es parte de nuestra sociedad y cultura. Es decir, el diálogo está en la base de la civilización y no sólo es una técnica de recogida de información, sino que en la conversación misma podemos percibir la subjetividad de los sujetos hablantes, quienes demuestran sus competencias narrativas para contarse a sí mismos y al mundo que nos rodea.

Aun cuando se reconozca este valor intrínseco, señala Valles, las entrevistas son conversaciones profesionales: “queda dicho que las entrevistas cualitativas o en profundidad no son meras conversaciones cotidianas, aunque se aproximan a ellas en tanto interacción cara a cara producida en condiciones históricas y socio biográficas determinadas. Se trata de conversaciones profesionales, con un propósito y un diseño orientados a la investigación social, que exige del entrevistador gran preparación, habilidad conversacional y capacidad analítica” (Wengraf en Valles, 2002, p. 41).

Además, el uso de la entrevista como técnica de recogida de información permite, según Brennen (2017), acopiar gran cantidad de información que puede ser útil para el análisis: “En estos días, muchos investigadores están de acuerdo en que debido a que las personas hablan con diferentes antecedentes y perspectivas, la entrevista es un valioso método que puede ser utilizado para recopilar una gran cantidad de información útil, interesante, relevante y/o importante” (pp. 27-28).

La entrevista cualitativa también tiene el mérito, explica Hernández Sampieri et al. (2014), de que es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa. “Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (p. 403). De esta forma, se pueden construir significados en torno a un tema o sobre lo que se está indagando, lo que avala la necesidad de contar con “múltiples perspectivas y estrategias de análisis en el estudio de una realidad social cambiante y compleja” (Valles, 2002, p. 45).

En relación con el análisis de contenido, cuyo uso se expande desde la década del '60 y toma un giro más cualitativo desde los '90 del siglo pasado, Piñuel (2002) plantea los alcances epistemológicos del análisis de contenido como práctica de investigación de las ciencias sociales y de la comunicación. A su juicio, a partir de la selección y análisis de productos comunicacionales se valora tanto su validez teórica como su utilidad práctica para construirlos como objetos de estudio significativos, en el que se ponen a prueba sus condiciones y la forma en la que ha sido creados y empleados.

“Libros, películas, periódicos, fotografías, revistas, sitios web, videoblogs, juegos, programas de televisión, podcasts, anuncios, modas y música popular son ejemplos de los tipos de textos que los investigadores cualitativos interpretan en un esfuerzo por comprender algunos de las múltiples relaciones entre los medios, la cultura y la sociedad”, sostiene Brennen (2017, p. 204) en relación con los diversos productos comunicativos o textos, en su acepción más amplia, que son objeto de análisis interpretativo, sin dejar de lado su contexto o dónde está inserto como producto industrial.

Respecto al “método” de análisis, Bardin (1996) explica que podemos describir el contenido de un mensaje bajo procedimientos objetivos y sistemáticos, cuyo objetivo “es la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción (o eventualmente de recepción), con ayuda de indicadores (cuantitativos o no)” (p. 29). Es decir, sobre la base de un instrumento, o ficha de análisis, se pueden establecer categorías, indicadores u otros aspectos, que permitan registrar la descripción u observación analítica que se hace del contenido hablado, escrito o audiovisual.

Mayring (2000), por su parte, es quien pone el acento en la interpretación del análisis de contenido. Aunque no desatiende las posibilidades cuantitativas, que pueden extraerse de un contenido analizado, otorga valor adicional al acercamiento empírico. Aunque, por cierto, este está sujeto a reglas y procedimientos para el análisis del objeto en cuestión.

En esa línea, Brennen (2017) plantea cómo el lenguaje hablado, para efectos del análisis de pódcast, crea realidades sociales por lo que la historia que se cuenta cobra vital importancia: “En lugar de solo juzgar las fortalezas, debilidades, precisión o inexactitud

de los textos, los investigadores cualitativos observan las prácticas sociales, representaciones, suposiciones e historias sobre nuestras vidas que se revelan en esos textos” (p. 205).

Basándose en el empleo de ambas técnicas de recopilación de información, que permitirán triangular los datos, se podrán reconocer las diversas etapas de la cadena productiva y de valor que tiene el podcast narrativo independiente, y describir e interpretar la historia que se narra, cómo se cuenta, cómo se hace, cómo se financia y monetiza, y cómo se publica y distribuye para las audiencias.

6.2. Investigación previa

Esta primera fase consistió en examinar, en general, el mercado del podcast a nivel mundial y, en particular, en Iberoamérica (Statista, 2023b; Newman et al., 2023; 2022; Pedrero Esteban et al., 2023). El mercado sonoro del podcast es sorprendente con 5 millones de producciones en 2023, más de 464 millones de oyentes y con un movimiento de casi 24 billones de dólares (Shewale, 2023, septiembre 8). Todo un récord. La franja entre 16 y 34 años escucha semanalmente podcast, aunque desde los 55 años esta baja casi 10 puntos en comparación con ellos. Esto se debe a que el acceso es principalmente por plataformas de streaming de audio, aunque cada vez más, como ocurre en Estados Unidos con IHeart Radio y NPR, las grandes empresas radiofónicas comparten el liderazgo del mercado del podcast (Statista, 2023, julio 3). Un perfil más detallado por rangos etarios lo entrega *Digital News Report 2023* (Newman et al., 2023). Lidera el grupo de 18 a 24 años (56%), seguido muy de cerca por el de 25 a 34 (53%); después el 35 a 44 (41%), 45 a 54% (30%) y finalmente de 55 años y más (19%), lo que confirma que hasta los 34 años hay una escucha asidua de este formato. Esto es relevante, en términos de mercado para indagar en los gustos y preferencias en torno al podcast, y las nuevas generaciones que comienzan a estar habituadas a él.

Sobre la base del informe *Digital News Report*, complementado con estudios de Statista y en menor medida con IAB, cuya asociación mundial de comunicación, publicidad y marketing está presente en 47 países, y Kantar Ibope Media, dedicada a medir niveles de audiencia, se seleccionaron los ocho países del estudio: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Portugal.

En este sentido, el informe más relevante y completo es el *Digital News Report*, el que por primera vez en 2021 (Newman et al., 2021) incluyó a Colombia y Perú, dentro de 46 mercados relevantes en términos de audiencia de pódcast. Estos dos países se suman así a Argentina, Brasil, Chile, España, México y Portugal, como los ocho países iberoamericanos incluidos en este importante estudio. Esto nos permiten tomarlos como referencia por la relevancia de sus mercados y por la penetración que tiene en sus respectivas audiencias, según demuestra la evolución entre los informes de 2021 y 2023.

Específicamente, en 2021, el 31% de los encuestados en 20 países, donde el término ‘pódcast’ se entiende perfectamente, declararon escuchar este formato de audio en el último mes. Los 20 países son: Reino Unido, Japón, Alemania, Francia, Italia, Bélgica, Países Bajos, Finlandia, Austria, Dinamarca, Australia, Singapur, **Argentina**, Suiza, Canadá, Estados Unidos, **España**, Noruega, Suecia e Irlanda.

En 2021, España estuvo sobre la media (38%) y Argentina la rozó (29%). Mientras, el informe de 2023 (Newman et al., 2023) reveló el aumento de 3 puntos, hasta el 34%, de escucha de pódcast en el último mes en esos 20 países. Los informes por países de este estudio, a excepción de Colombia y Perú que no incluyen este dato, dan cuenta de la escucha de pódcast.

A continuación, presentamos un comparativo tomando ambos informes en los países estudiados, los que cubren el 50% de los datos. Estos fueron completados con Statista, IAB y Kantar. Aunque las mediciones no son estandarizadas, muestran que el consumo de pódcast en estos países es destacable.

Tabla N°3
Consumo de pódcast en los países seleccionados

País	Informe 2021 ($\bar{X}$ = 31%)*	Informe 2023 ($\bar{X}$ = 34%)*
Argentina	29%	33%
Brasil	41% ^{50**}	57%*
Chile*	35%	39%

⁵⁰ Según la encuesta *Statista Global Consumer Survey* 2021, que revela el consumo en los últimos doce meses en 54 países, entre febrero 2020 y junio 2021. <https://es.statista.com/grafico/25884/porcentaje-de-encuestados-que-han-escuchado-podcasts-en-los-ultimos-doce-meses/> (Statista, 2021, septiembre 30)

Colombia**	25% ⁵¹	37% ⁵²
España	38%	45%
México**	34% ⁵³	47% ⁵⁴
Perú**	23% ⁵⁵	40% ⁵⁶
Portugal*	41,5%	38%

Fuente: Elaboración propia basada en informes Digital News Report, Statista, IAB Perú y Kantar Ibope Media Perú.

*Información obtenida de los informes por países de *Digital News Report* (Newman et al., 2023; 2021).

** Si bien estos países fueron incluidos desde el informe 2021, no hay información estadística en relación con el podcast. Para ello se recurrió a otras fuentes, según se consigna en las notas al pie.

Con la salvedad de las diferencias en las mediciones entre estos países, en todos se refleja el aumento del consumo del podcast, a excepción de la leve baja en Portugal. Esto permite confirmar la muestra, que es significativa de la importancia que cobra el podcast en estos ocho países iberoamericanos. Dicho aquello, se pasa a una segunda etapa de detección y selección de las producciones de podcast narrativos independientes de la región.

Estas deben ser independientes, al menos en su origen, a las empresas radiofónicas tradicionales y a las grandes productoras de podcast. Una vez definidos los criterios, que en el próximo apartado explicaremos detenidamente, se procedió a la escucha, registro y descripción de cada uno de los podcast, para su posterior análisis de contenido.

6.3. Muestra de podcast iberoamericanos

El objetivo general, como recordamos, es analizar podcast narrativos independientes de ocho países de la región, que corresponden a Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, Perú y Portugal. Los podcast seleccionados fueron publicados entre los años 2020 y

⁵¹ Ibid.

⁵² *Podcast consumption in Latin America - statistics & facts*

<https://www.statista.com/topics/9770/podcast-consumption-in-latin-america/#topicOverview> (Statista, 2023d).

⁵³ *Statista Global Consumer Survey 2021*.

⁵⁴ Según encuesta *Statista Consumer Insight 2023* <https://es.statista.com/grafico/28373/encuestados-que-escuchan-podcasts-por-tiempo-semanal-de-escucha/> (Statista, 2023d).

⁵⁵ IAB Perú, 2021. El 23% de los consultados indicó que escuchaba podcast 4 a 6 veces por semana. <https://iabperu.com/wp-content/uploads/2021/02/ESTUDIO-CONSUMO-DE-AUDIO-PERU-2021.pdf>

⁵⁶ Debido a la falta de estadísticas sistematizadas en el Perú se ha incluido la de IAB 2021 y para 2023 la más reciente corresponde a 2022, cuyo estudio fue realizado por *Target Group Index* (TGI) para Kantar IBOPE Media. Este reveló que en Perú 8,6 millones de personas escuchan contenido en audio. El 40% de los consultados escogieron los podcast. <https://viapodcast.fm/revelan-datos-del-uso-de-la-radio-y-los-podcast-en-el-peru/> (recuperado el 9 de noviembre de 2023).

2023, aunque pudiesen haber comenzado antes de 2020 y/o haber terminado entre 2020 y 2023. Estos pueden tener una o más temporadas, en formato serial, ya sea episódicos, unitarios o mixtos.

Para escoger la muestra se definieron criterios de selección, que permiten en su conjunto validar los podcast escogidos y su posterior análisis. La muestra fue extraída en tres periodos: del 20 de febrero al 30 de abril de 2022, después del 1 al 20 de junio de 2022, y finalmente del 16 de diciembre de 2022 al 15 de julio de 2023, lo que da flexibilidad y también oportunidad a otros o nuevos podcast narrativos de no ficción, que se hayan publicado y destacado de acuerdo con los criterios que explicaremos a continuación.

Antes de exponer los criterios de selección es necesario hacer algunas consideraciones al respecto, las que están tratadas más profundamente en el apartado teórico:

- El concepto de “independiente” ha evolucionado de acuerdo con criterios de mercado y consumo. Ya resulta difícil encontrar un podcast completamente independiente, es decir, desde la creación y producción hasta la publicación y circulación del podcast, que corresponda a un productor y equipo sin ninguna relación o vínculo con otros actores, agentes, o algún sector de la industria del podcast. Se da el caso, por cierto, que producciones independientes comienzan de esta manera, a través de clubes de amigos, *crowdfunding* o se autofinancian, pero que, en algún momento el proyecto o la calidad de sus producciones son de interés de grandes productoras, como Spotify o Google Podcasts, entre otras, que se suman para capacitar y/o financiar estas producciones. Este es el caso de *Las Raras* (Chile) o *Un periódico de ayer* (Colombia), que fueron seleccionados por PRX y el Google Podcasts creator program para recibir formación y financiar una temporada de sus proyectos. En este sentido, los podcast seleccionados tienen la cualidad de que su idea original o sus primeras producciones son independientes para catalogarlos como tal, es decir, que son producciones que no nacen de estas grandes compañías, pese a que puedan sumarse a sus catálogos en algún momento de su trayectoria, o hacer alianzas con otros actores de la industria radiofónica y sonora.

Es decir, en un mundo en red y convergente se establecen alianzas para su financiamiento o patrocinio, por la temática abordada, o apoyo en la distribución, sin que se comprometa la autonomía (Adler, 2021), la libertad creativa y editorial (García-Marín, 2020), las motivaciones, que son precisamente económicas (Markman, 2011), y la cultura participativa que mueve sus proyectos (Millette, 2011).

Hoy encontramos diversos actores, que revelan un rasgo o nivel de independencia de los grandes medios de comunicación, principalmente, de la industria radiofónica, sin que los reste de establecer alianzas circunstanciales para producciones específicas, o más permanentes con otros actores de la cadena productiva de un podcast: **podcasteros**, como Rodrigo Rodríguez de Colombia, que cuenta con varios proyectos independientes, cuyo más vigente es *Presunto Podcast*⁵⁷; **productoras** como La No ficción⁵⁸ de este mismo país y producciones del KO⁵⁹ de España, que incursiona en varios géneros como el audiovisual; **medios**, como la revista Anfibia de Argentina y su propia Anfibia Podcast⁶⁰; y **colectivos de producción**, como el podcast *Relato Nacional* (Chile)⁶¹, asociado a su propia productora La Factoría⁶², y el Centro de Producciones Radiofónicas (CPR)⁶³, con sede en Argentina. Así, tal como decíamos, también vemos combinaciones o alianzas entre estos actores de la producción: **podcasteros y productoras independientes** (*Brazalete negro*, de España, hecho por Aitor Lagunas de Panenka Podcast⁶⁴ con Radio Primavera Sound⁶⁵), **medios y productoras con grandes productoras** (Anfibia con Spotify Studios⁶⁶),

⁵⁷ <https://www.presuntopodcast.com/> y en Spotify
<https://open.spotify.com/show/07H1d02UXSbKcQ8NQPN9h7?si=5fc8ea3a0b9a419a>

⁵⁸ <https://www.lanoficcion.com/>

⁵⁹ <https://www.produccionesdelko.com/>

⁶⁰ <https://podcast.revistaanfibia.com/>

⁶¹ <https://www.relatonacional.com>

⁶² <http://www.factoriacontenidos.cl>

⁶³ www.cpr.lat

⁶⁴ <https://www.panenka.org/category/panenkapodcast/brazaletenegro/>

⁶⁵ <https://www.panenka.org/category/panenkapodcast/brazaletenegro/>

⁶⁶ <https://spotifystudios.com/>

colectivos de producción y grandes productoras (*Las Raras*⁶⁷ y Spotify Studios), etc.

- El podcast narrativo de no ficción corresponde a historias reales producidas con “cocción lenta” (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019), ya que son contadas con mayor profundidad narrativa y estética, y de forma episódica. El podcast narrativo “entronca con los grandes reportajes y documentales del medio hertziano e intenta replicar a su perseguida instantaneidad desde estructuras y recursos (ambientes, planos, músicas, efectos...) al servicio del poso y la serenidad” (Pedrero Esteban, 2022, enero 18). Es decir, es un “género maleable” (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019) que puede aprovechar tanto la actualidad periodística como los hechos históricos o del pasado, para contar la historia en profundidad. Para ello se apoya en narrativas provenientes de diversos géneros, como la crónica y la ficción. También en el audiovisual y en narrativas más libres o experimentales que buscan una experiencia auditiva del oyente. Así lo entiende McHugh (2021), quien ha profundizado en la importancia inmersiva del auditor en la historia “sonora”. Para ella es un “formato de narración que entrelaza grabaciones de voz, música y sonido ambiental para crear una experiencia de audio en capas con un arco narrativo” (p. 105).

Dentro de los podcast narrativos seleccionados se destaca el uso de diversos géneros radiofónicos, entendidos como “formas específicas de organizar el contenido” (López Villafranca, 2021), que van desde los más informativos (crónicas, entrevistas, etc.), interpretativos (reportajes, opinión, etc.) a aquellos más artísticos, como los paisajes sonoros y la ficción. Es decir, si bien se haría uso de géneros informativos e interpretativos de realidad, también se incorporan elementos de la ficción que permitan contar, recrear o hacer más llamativa la historia que se está narrando. En esa línea también se encuentra el *true crime* como género ligado a la literatura y hoy también al podcast y al cine. Este género se caracteriza por su carácter tanto narrativo, para recopilar pistas que permitan reconstruir y aclarar el “crimen”, como también ficcional para recrear los hechos.

⁶⁷ www.lasraraspodcast.com

Estos elementos lo convierten en un género híbrido entre la información y el entretenimiento, con un grado, a veces, no menor de sensacionalismo (Romero, 2020). Más detalle sobre esta discusión, en la dimensión narrativa del apartado teórico.

- En un primer momento se querían seleccionar cinco podcast de cada uno de los ocho países, para tener una muestra uniforme. Sin embargo, esto no fue posible, porque en algunos países hay menos podcast narrativos de los esperados, y que sean independientes, como es el caso de Perú, por ejemplo. Debido a esto se optó por hacer una muestra diferenciada, siguiendo los criterios de selección que explicamos a continuación.

6.3.1. Descripción general de los criterios de selección

Los podcast seleccionados pasaron por tres criterios de selección. El primero, que es requisito *sine qua non* para pasar a los criterios siguientes, debe cumplir una doble condición: a) debe ser un podcast narrativo de no ficción y b) estos deben ser independiente de las empresas de medios, radiofónicas y grandes productoras y plataformas. Sobre este concepto discutimos oportunamente en el marco conceptual y aquí lo trabajamos metodológicamente.

El segundo criterio, una vez cumplido el primero, corresponde a tres subcriterios, que son independientes entre sí, pero complementarios a la vez: a) revisión del ranking de Spotify, b) podcast premiados, nominados o finalistas en algún festival o evento nacional o internacional, en la categoría podcast, c) y la recomendación de un podcast de parte de expertos, especialistas o fuentes entendidas en la materia. Una vez pasado este segundo criterio, se pasa a un tercer criterio de selección. Este será entendido sobre la base de cuatro subcriterios independientes, que permiten afinar la muestra atendiendo a la diversidad de formas que asume hoy la producción de un podcast. Esta no está regida por la periodicidad, la duración estándar, u otros aspectos de la producción radiofónica convencional o de antena. Los podcast se dividen o clasificarán de acuerdo con criterios de temporadas y series, según veremos en breve.

6.3.1.1. Primer criterio de selección

- a) **Pódcast narrativos:** Entendemos un pódcast narrativo como aquel que está basado en hechos reales, como explicábamos anteriormente, y que puede utilizar géneros informativos, interpretativos o artísticos para contar la historia. Esta es contada por episodios, ya sean seriados, unitarios (con episodios independientes entre sí, en los cuales la historia se completa de principio a fin) o mixtos.
- b) **Pódcast independientes:** El podcast seleccionado debe corresponder a producciones de productoras o podcasteros independientes, que, no obstante, hayan hecho alianzas con otros productores o centros de producción de manera circunstancial. Por ejemplo, el pódcast argentino *La segunda muerte del dios punk* corresponde a una producción de la joven productora Erre podcast⁶⁸, en alianza con la Universidad Nacional de Rosario. En ningún caso, los pódcast seleccionados pueden corresponder a grandes productoras, como Spotify o Podimo⁶⁹, ni tampoco a empresas radiofónicas que tengan dentro de su oferta pódcast nativos o hayan creado sus propias productoras, como es el caso de Podium Podcast España⁷⁰ o Podium Podcast Chile⁷¹ del consorcio Prisa, que está presente en 19 países de América. No obstante, para entender un concepto actualizado o realista de lo que hoy es ser independiente, según las consideraciones hechas anteriormente, los pódcast incluidos en la muestra sí pueden haber hecho alianzas con productoras más grandes, sin que pasen a formar parte de su catálogo de manera estable. Es decir, es posible que dicha alianza se haya traducido en recibir formación o capacitación, financiar una temporada o un proyecto específico, o apoyar en la distribución y comercialización del podcast, como *Un periódico de ayer* de La No Ficción, que fue seleccionado por Google Podcasts creator program para recibir formación y financiar una temporada de su pódcast. De esta forma podemos incluir producciones que son de naturaleza más independiente en su origen y que han

⁶⁸ <https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/>

⁶⁹ <https://podimo.com/>

⁷⁰ <https://www.podiumpodcast.com/>

⁷¹ <https://chile.podiumpodcast.com/>

evolucionado en función del mercado del podcasting, aun cuando eso no ha significado, en principio, modificar o perder su independencia editorial y/o creativa.

6.3.1.2. Segundo criterio de selección

- a) **Revisión del ranking de Spotify:** El primer criterio que se utilizó fue revisar el ranking de pódcast. Se privilegió Spotify porque es la plataforma más utilizada en promedio en todos los países comprendidos en el estudio. Por ejemplo, en España, Spotify (30%) supera a YouTube (29%) dejando tercero a Ivoox (16%) (Amoedo, 2023). Mientras que si tomamos la encuesta Ipod (Podcasteros, 2022) que tuvo respuestas válidas de 2.213 personas de 40 países, incluyendo todos los que están en este estudio, Spotify lidera la escucha de pódcast (77%), seguida por YouTube (26%) y después por Ivoox (18%), en una respuesta múltiple respecto a la selección de plataforma de escucha de pódcast.

Además, Spotify tiene un ranking con los 200 pódcast más escuchados por país en <https://podcastcharts.byspotify.com/es> el que es actualizado diariamente⁷², aunque no incluye a todos los países de la muestra (Perú y Portugal no aparecen). A este ranking es posible acceder por suscripción a la plataforma, a la cual está suscrito el titular de esta investigación. En caso de no tener suscripción se puede acceder a él a través de <https://chartable.com/charts/spotify/> Este es un sitio web que, con fines de inversión publicitaria para auspiciadores de pódcast, entrega los rankings actualizados por país, según Spotify y Apple. Para hacer la búsqueda y selección optamos por Spotify, por ser una de las principales productoras y agregadores de pódcast. Además es la preferida en mercados importantes como Reino Unido (33%) y Alemania (25%), y solo superada en Estados Unidos por Youtube (31% a 24%) (Newman et al., 2023). Para este caso, los rankings mencionados en la muestra son los que corresponden al listado de este sitio, rescatados entre el 20 de febrero y el 30 de abril de 2022, y entre el 1 y 20 de junio de 2022 y entre el 16 de diciembre de 2022 y 15 de julio de 2023.

⁷² <https://support.spotifyforpodcasters.com/hc/es-mx/articles/360043829852--Con-qu%C3%A9-frecuencia-se-actualizan-los-datos-de-los-podcasts->

¿Por qué es importante recalcar esto? Porque los rankings, al funcionar como tal, se van modificando diariamente y así es posible evaluar la evolución de la escucha de un podcast y la valoración que hace la audiencia. En el caso del ranking de Ivoox, esta plataforma presenta los 100 podcast más escuchados de la semana, sin clasificación por país⁷³. Cada lunes se actualiza dicho ranking en función de la actividad generada por todos los audios durante la semana anterior, por lo que no es útil usar esta plataforma para los objetivos de esta muestra.

El podcast seleccionado debe estar dentro de uno o más de esos periodos establecidos, dentro de los 200 más escuchados en su país de origen. Si bien sería deseable que el podcast estuviese dentro de los Top 10, los podcast narrativos, aunque se ha incrementado su oferta y consumo (Pedrero Esteban et al., 2023; Podcasteros, 2022), no son muchos. Esto se explica, entre otros factores, por los costos y tiempos de realización, que son mayores en comparación con un podcast conversacional. Debido a esto, que estén dentro de los 200 más escuchados en un país, como parte de la oferta mayor de podcast, es un buen indicio de la importancia o impacto que logró la producción.

- b) Podcast premiados, finalistas o nominados en categorías:** Los podcast narrativos de no ficción son mayoritariamente producciones que toman más tiempo de investigación, producción y de recursos. Corresponden a lo que se llama *slow radio* o *narrative journalism*, entre otros nombres (Santos y Peixinho, 2019). Diversas producciones iberoamericanas, que destacan por su diseño sonoro y artístico, han obtenido premios, de instituciones locales y/o internacionales, del ámbito de las comunicaciones, los derechos humanos, la cultura y el propio mundo del podcast hispanohablante. Este es otro criterio relevante de selección, ya que supone el reconocimiento de parte de los pares, del periodismo y de la industria de medios y del podcast, tanto por su calidad del guion, producción, narrativa y diseño sonoro, etc., como por el impacto que

73

https://co.ivoox.com/es/top100_hb.html#:~:text=Cada%20lunes%20actualizamos%20dicho%20ranking, respecto%20a%20la%20semana%20anterior.

produce en el contexto social y cultural del país de origen del podcast, y en más de una ocasión en el mundo hispano hablante. Este es el caso de los premios Gabo y Simón Bolívar, de Colombia; el Festival Internacional de Nuevas Narrativas de No Ficción (FINNOF), de Argentina; Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, categoría digital podcast, de Chile; y los más recientes Ondas Globales del Podcast, de España, entre otros. Sin dejar de lado, por ejemplo, festivales de renombre en Estados Unidos, como el Third Coast International Audio Festival, que premia producciones de podcast de lengua extranjera, y el International Features Conference (IFC), de larga tradición en Europa, desde 1974.

- c) Podcast recomendados por expertos, especialistas y fuentes ad hoc en la materia:** Otra categoría de selección es la recomendación de periodistas, productores, o especialistas en periodismo sonoro y/o podcast, que avalen la producción seleccionada. Esta, muchas veces, no está en rankings, ni ha conseguido premios, pero sí destaca por la calidad de su producción, el tema y el tratamiento de la historia, su realización, su diseño sonoro, o que es relevante en un contexto de medios y radio alternativa, o de podcast social o independiente (Rodríguez Ortiz, 2022).

Un podcast seleccionado debe cumplir, ineludiblemente, la doble condición del primer criterio de narrativo e independiente, para después el segundo criterio basado en tres subcriterios de selección (ranking, premio, finalista o nominado, y/o recomendación de especialista), los que son complementarios y no excluyentes. Por ejemplo, en algunos casos bastó con el premio; en otros se complementó con el ranking de su país, según la plataforma Spotify; o incluso un podcast fue incluido dentro de la muestra, por recomendación de un o una especialista o fuente relevante dentro del periodismo sonoro y/o del podcast.

Después de pasar estos dos grandes criterios de selección fue necesario establecer algunos subcriterios para la escucha y análisis del podcast seleccionado. Por ejemplo, algunos podcast tienen solo una temporada y son serializados, otros tienen varias temporadas, pero con episodios unitarios, etc. Por ello es importante que la muestra

sea representativa del pódcast, de la temporada y la serie completa, en caso de que corresponda.

6.3.1.3. Tercer criterio de selección

Este tercer y último criterio de selección se subdivide en cuatro subcriterios de selección, a los cuales el pódcast escogido deberá cumplir uno de ellos, indefectiblemente.

- a) Pódcast de una temporada única y serializada:** algunos pódcast seleccionados tienen solo una temporada y son serializados, por lo que se procedió a la escucha y análisis de la serie completa, ya que, de lo contrario, no se puede analizar la estructura y la narrativa sonora en su totalidad. Este fue el caso, por ejemplo, de *La segunda muerte del dios punk* de Argentina y *Praia dos Ossos* de Brasil.
- b) Pódcast con varias temporadas, pero con episodios unitarios independientes:** se escogió una muestra significativa y por saturación, es decir, que los episodios seleccionados representen la producción y el sentido del proyecto del pódcast. Tal fue el caso de *Cartagena federal* de Colombia.
- c) Pódcast con una temporada y con episodios unitarios independientes:** Se define una muestra significativa y por saturación, vale decir, que los episodios escuchados y analizados representen la temporada y sentido que toma la producción del pódcast narrativo. Fue el caso de *110 historias, 110 objetos*, de Portugal. Pese a la magnitud de 110 episodios producidos, se entendieron estos como una única gran temporada, con episodios independientes, aunque relacionados con una temática central: el rescate de objetos con historia en Portugal, que tengan un valor científico, cultural y social para el país.
- d) Pódcast con más de una temporada y episodios unitarios independientes:** escuchar al menos dos de cada temporada, no siendo menor de cuatro los seleccionados. En caso de que, dos por temporada no sea suficiente para reflejar el tema o sentido del pódcast, se procederá a sumar más episodios, hasta lograr

su saturación. *Fugas* de Argentina y *La historia es ayer* de España, por ejemplo, cumplieron este subcriterio.

De acuerdo con estos criterios, subcriterios y las consideraciones hechas anteriormente se seleccionaron 17 pódcast, que corresponden a Argentina (2), Brasil (2), Colombia (2), Chile (2), España (3), México (2), Perú (1) y Portugal (3). El total de episodios analizados fueron 103.

Estos se desglosan de la siguiente manera:

Tabla N°4
Listado de pódcast seleccionados

País	Podcast	Productores	Episodios	Criterio(s)
Argentina (ARG)	<i>La segunda muerte del dios punk</i>	Erre podcast y Nicolás Maggi	9	b) Premios: Premio Rosarigasino 2023, en categoría pódcast. ¿Dónde está Paula? -también de Erre Podcast- y <i>La segunda muerte del dios punk</i> ganaron en conjunto en esta categoría Premio al mejor pódcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/edicion-2022 Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Argentina (ARG)	<i>Fugas</i>	Anfibia podcast	5	b) Finalista y c) recomendación de experto: Finalista, con la primera temporada, del premio al mejor pódcast en el Festival Internacional de Nuevas

				Narrativas de No Ficción 2021 (ARG). http://finnof.org/edicion-2021 Nominado a mejor episodio en Premios Ondas Globales del Pódcast 2023, con 38 luciérnagas. https://www.sercomunicacion.com/la-firma-de-dios-blum-cancion-exploder-y-los-ultimos-dias-de-maradona-entre-los-nominados-de-los-ii-premios-ondas-globales-del-podcast/ Recomendada la segunda temporada, en El País de España, por Eugenio Viñas, editor creativo de Prisa Media. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html
Brasil (BR)	<i>Praia dos ossos</i>	Rádio Novelo	8	a) Ranking y b) Premio y finalista: Top podcast 2020, Spotify Prêmio APCA 2020 (Associação Paulista de Críticos Teatrais, categoría radio) Finalista de la 42 edición del premio Vladimir Herzog 2020.
Brasil (BR)	<i>Até que se prove o contrario</i>	Agência Pública	6	b) Premio: Premio 44º Vladimir Herzog, Anistia e direitos humanos 2022, Produção Jornalística

				em Áudio, por el episodio 1 "O que os olhos não veem".
Colombia (COL)	<i>Cartagena Federal</i>	Cartagena Federal	5	b) Premio: Premio Simón Bolívar 2019 por episodio "La masacre invisible" en categoría audio crónica, reconocimiento del jurado http://bit.ly/3XwZ47y
Colombia (COL)	<i>Un periódico de ayer</i>	La No Ficción	6	a) ranking, b) Premio y c) recomendación de experto: Ranking Spotify Colombia, N.º 63, a diciembre de 2022 Premio Simón Bolívar por episodio "Libres en la clandestinidad", 2022. http://bit.ly/3CNQmJX en categoría audio crónica. Recomendado el episodio La guerra de los Breton, por Juanlu Sánchez, en eldiario.es de España https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-guerra-breton-periodico-ayer_132_9216132.html
Chile (CH)	<i>Relato Nacional</i>	La Factoría	6	b) Premio: Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, 2019, categoría podcast.
Chile (CH)	<i>El estallido de las cosas</i>	Mucha media	6	b) Finalista: Finalista del Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2021 (FINNOF), Argentina.

España (ESP)	<i>Brazalete negro</i>	Panenka podcast y Radio Primavera Sound	6	c) Recomendaciones de expertos: Recomendado por Héctor Llanos, de El País, entre los mejores pódcast del año 2022 https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html Recomendado por la plataforma Ivoox, entre los mejores pódcast de true crime 2022. https://www.ivoox.com/blog/true-crime-los-mejores-podcasts-de-crimenes/ Reconocido por Ivoox como uno de los mejores pódcast revelación 2022 en deporte. https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/podcasts-mas-populares-ivoox-rewind
España (ESP)	<i>La historia es ayer</i>	El extraordinario	6	a) Ranking y c) Recomendación de experto: La semana del 10 de abril de 2023, La historia es ayer apareció en el puesto 23 del ranking de Spotify España. Recomendado por Eugenio Viñas, editor creativo en Prisa Media, entre los mejores pódcast del año 2022 recomendado https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html

España (ESP)	<i>Si sabéis de mí</i>	Producciones KO	5	b) Nominado y c) recomendación de experto: Nominado a mejor podcast narrativo de no ficción en Ondas Globales del podcast 2023 https://podcast.premiosonda.com/nominados-2023/ Nominado al Premio Gabo 2023, en categoría audio https://premioggm.org/trabajo/edicion/2023/audio/si-no-sabeis-de-mi/ Recomendado por el periodista JuanLu Sánchez, del eldiario.es https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-marcha-sabeis-mi_132_9231919.html
México	<i>Cuir</i>	Esto no es radio	5	b) Premio y nominación y c) recomendación de especialista: Premio Gilberto Román Gallardo en la XII Edición de los premios Rostros de la Discriminación, otorgados por la secretaría de gobernación por el episodio de Guz Guevara, de mayo de 2022. https://www.gob.mx/segob/prensa/anuncia-gobernacion-a-personas-ganadoras-de-la-xvii-edicion-del-premio-rostros-de-la-discriminacion-gilberto-rincon-gallardo Finalista en la categoría <i>Radio & Podcast Award</i> de <i>One World Media 2023</i>, por episodio El viaje de Estuardo, de 2022.

				Nominado al mejor documental en audio, en los Documentary Awards de The International Documentary Association 2022 (IDA), por episodio Jorge, Dina y Dante. http://bit.ly/3JnmEhF Recomendado por Martín Cruz, del pódcast <i>Las Raras</i>, en El País de España, como los mejores pódcast 2022. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html
México	<i>Así como suena</i>	Puro contenido	6	b) Tres premios y una nominación: El episodio La ciudad se queda sin palmeras ganó el primer lugar en el premio alemán de periodismo Walter Reuters 2022. http://www.papwr.org/ganadores-2022/ en la categoría radio, televisión y multimedia Nominado al mejor pódcast internacional 2022 en iHeart Radio Podcast Awards. El episodio El color de la belleza, de febrero de 2020, fue galardonado con la Mención Honorífica del premio Rostros Contra la Discriminación de CONAPRED 2020, México. Premio Nacional de Periodismo 2018 por “El hombre que no estuvo

				aquella noche en Iguala”, en categoría reportaje.
Perú (PER)	<i>Transhistórias</i>	Maju Carrión, Angélica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría	4	b) Premio y c) recomendación de especialista: Premio en la categoría pódcast periodístico en la Bienal Internacional de Radio en México 2023 https://www.gob.mx/cultura/prensa/concluye-la-decimo-cuarta-bienal-internacional-de-radio-con-la-premiacion-de-los-mejores-18-programas Recomendado por la documentalista sonora peruana, Vanessa Valencia, integrante del Centro de Producciones Radiofónicas (CPR), de América Latina.
Portugal (POR)	<i>Sons de Lisboa</i>	A Mensagem	5	b) dos nominaciones: Nominado a mejor pódcast narrativo en Premios Podes 2021 y 2022, Portugal https://podes.pt/nomeados2021/ y 2022 https://podes.pt/nomeados/
Portugal (POR)	<i>Segurança privada: Exército de precários</i>	Fumaça	8	b) Dos premios y c) una recomendación Ganador del premio Podes 2021, a la mejor narrativa https://fumaca.pt/fumaca-melhor-podcast-de-narrativa-no-festival-podes-2021 https://podes.pt/vencedores2021/ Ganador Prémio de Jornalismo – Direitos Humanos e Integração 2022,

				atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e a Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministros https://www.pjdhi.pt/2022/premiados/index.htm Recomendación del experto Rubén Martins, periodista y podcastero del diario Público de Portugal.
Portugal (POR)	110 <i>histórias</i> , 110 <i>objetos</i>	366 ideias e Instituto Superior Técnico	7	b) Premio y nominación: Ganador mejor podcast en Ciencia y Tecnología, Premio Podes 2022 https://podes.pt/vencedores/ Nominado a mejor podcast narrativo en Premios Podes 2021 https://podes.pt/nomeados2021/
TOTAL			103	

Fuente: elaboración propia

Todos estos podcast seleccionados, que han cumplido los criterios y subcriterios de selección, pasarán por dos procesos de recopilación de información y posterior análisis.

6.4. Técnicas de recogida de información

6.4.1. Análisis de contenido

Esta investigación se enmarca en una perspectiva cualitativa y recurre a la técnica del análisis de contenido (Bardin, 1996; Mayring, 2000; Piñuel 2002; Brennen, 2017).

Se plantea para ello un diseño flexible, sobre la base de la teoría fundamentada (Trinidad, Carrero y Soriano, 2006), ya que permite una codificación abierta y dúctil (Hernández Sampieri et al., 2014). Sin embargo, no se descarta el uso de un diseño longitudinal para los casos de episodios independientes, los que corresponden a distintas temporadas aun cuando pertenecen a un mismo podcast. Al respecto “el

análisis de contenido con diseño longitudinal consiste en analizar corpus en diferentes momentos de su trayectoria, ya sea aplicando medidas repetidas o sirviéndose de muestras independientes” (Piñuel, 2002, p. 14). Con todo, el objetivo es que el uso de ambos diseños permita describir y analizar la trayectoria de cada uno de los 103 episodios de los 17 pódcast seleccionados, en base a una muestra no probabilística y de acuerdo con los tres grandes criterios de selección explicados pormenorizadamente.

Para efectos de acopiar información relevante, ordenada y de manera sistemática se procederá a la escucha, registro, descripción y análisis de los episodios seleccionados de los pódcast incluidos en la muestra. Esto se hará a través de una ficha de registro diseñada para estos fines, que está concebida para poder extraer y registrar TODO lo que se pueda sacar del audio. Se complementará con información útil publicada en los sitios web de las productoras.

Si bien Piñuel (2022) diferencia entre la guía de procedimiento para la segmentación del corpus de aquella que se traduce en la ficha de análisis, lo que persigue es que el investigador pueda reconocer, primero, cuál es la naturaleza del corpus, cuáles son las unidades de análisis, cómo completar las fichas de análisis, de acuerdo con un código asignado a cada variable, y cómo concluir el proceso para el tratamiento posterior de los datos. Una vez que se tenga claro aquello se procede a trabajar con la ficha de análisis.

Esta “es una plantilla para el registro de datos al re-leer, re-escuchar o re-visualizar cada una de las segmentaciones del corpus, contempladas en el libro de códigos. (...) se trata de un cuestionario que el analista rellena como si él fuese un encuestador que se hace preguntas a sí mismo y las responde a la medida de su apreciación de cada segmento leído, escuchado o visualizado” (Piñuel, 2002, pp. 23-24)

Como no hay más codificadores que el investigador titular de esta tesis, no ha sido necesario determinar coeficientes de codificación en este análisis de contenido, que obliguen, en caso de existir más de un codificador, determinar la “fiabilidad intercodificadores”. Esta fiabilidad intercodificadores expresa, en resumen, el acuerdo entre los codificadores para aplicar unidades o medidas de evaluación a las distintas categorías (Piñeiro-Naval, 2020). Por ejemplo, entre las medidas de fiabilidad más

comunes, entre los codificadores o evaluadores, están el Alpha de Krippendorff y el Kappa de Cohen.

La codificación, en nuestro caso, se realiza a partir de 30 variables de registro, que responden a seis dimensiones: formales o datos básicos del podcast, narrativas, estéticas, financiación y monetización, publicación y distribución, y otros aspectos que se pueden observar y registrar. Para efectos de comprobación y validez del estudio, la codificación puede ser comprobada, por ejemplo, con la inserción de números a las categorías y variables dentro de ellas (Piñuel, 2002), que se pueden chequear tanto en la ficha de análisis general como en las 103 fichas de análisis de los 17 podcast, que están en el capítulo 10 de Anexos.

Dentro de los aspectos formales se incluye el nombre del podcast y del episodio, número del capítulo y temporada a la que corresponde, año de publicación, duración del episodio, productora a la que pertenece, realizadores o productores, equipo que trabajó en el podcast, descripción general de la producción, descripción del episodio y los criterios de selección del podcast.

La dimensión narrativa recoge de qué trata la historia del podcast y del episodio analizado en particular. Este se clasificará en historias personales o historias de carácter histórico. Después se analiza la estructura de cómo se cuenta la historia (ver más abajo la clasificación de la estructura narrativa) y cuáles son los recursos narrativos usados, los géneros y subgéneros empleados dentro del podcast narrativo, como también las herramientas y técnicas utilizadas, ya sea el narrador, uso de la ficción o de la historia de vida, por ejemplo.

Sobre la estética sonora se abordan varios aspectos que permiten describir cuál es la calidad del audio del podcast, desde la presentación hasta el cierre del episodio. También se clasifican los efectos sonoros y se describe y analiza el diseño musical, si este es propio, licenciado, mixto, o no tiene, buscando determinar posteriormente la función que tiene la música dentro del diseño sonoro, sea esta diegética, incidental o sin música. Finalmente, se aborda el enfoque que toma el podcast y cuál es la tipología de narrador que se usa, como explicaremos en breve.

Dentro de la categoría de financiación y monetización, el audio permite descubrir cómo se comercializa el podcast, ya sea a través de la incorporación de publicidad usando el pre-roll, mid-roll o post-roll. También para efectos de expansión de marca, aunque no con fines de monetización, se pueden incluir menciones promocionales a otro podcast amigo, el que hará lo propio con el podcast analizado.

En relación con la dimensión de publicación y distribución se determina dónde se puede escuchar el podcast, ya en el sitio web y agregadores, y cómo se publica en internet, con descripción, carátula o *cover*, tráiler, otros audios, etc. También se busca conocer cuáles son las redes sociales que tiene el podcast y/o la productora, y si cuentan con otros recursos que permitan fidelizar a la audiencia o generar interacción con ella, como fotos, audios complementarios a la historia, transcripción y descarga del episodio, *lives*, entre otros.

A continuación, se presenta la ficha de registro, descripción y análisis de los podcast y episodios seleccionados. Después la definición de las variables, sus categorías y número de código. Posterior a ello, se enseña el detalle de los episodios de cada podcast registrado, y otros datos básicos para estos efectos metodológicos, como fecha de publicación, duración y formato de producción, sea seriado unitario o entregado por episodios (más detalle en Anexos, donde se encuentra la ficha de análisis de cada episodio).

Tabla N°5
Ficha de registro, descripción y análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast	
2. Nombre del episodio	
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	
4. Año	
5. Duración	
6. Productora	
7. Realizador/es/ productores	
8. Equipo	

9. Descripción del podcast (en caso de que haya)	
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	
11. Criterio de selección del podcast	
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular, 13. Y si este corresponde a historias personales o historias históricas)	
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	

18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: Narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, o no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	
Financiación y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	

Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcast, radios, etc.) 27. cómo se publica en la web y las plataformas (caratula propia, para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Contenido u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga del episodio, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30. Otros comentarios o anotaciones.	

Fuente: elaboración propia

Como decíamos, la ficha de análisis está concebida para poder registrar todo lo que se pueda extraer del audio, de acuerdo con las variables formales, narrativas, estéticas, de publicación y distribución, y otros. Esta se complementará con información útil que esté publicada en los sitios webs de las productoras y los micrositos de estos podcast.

a) Variables formales: son los datos técnicos e información básica del podcast, que permiten su completa identificación, desde el nombre del podcast y episodio, productora, quiénes son los realizadores, a qué temporada corresponde, duración del episodio, entre otros datos elementales (códigos del 1 al 11). Esta información fue completada, principalmente, a través de Spotify, sino el sitio web o micrositio dedicado al podcast, cuya información, además, se corroboró con cada uno de los entrevistados.

b) Variables narrativas:

12 y 13. Tema y tipo de historia: Cuál es el tema que aborda el podcast narrativo, cuál es la base real de la historia que se cuenta y de qué trata el episodio en particular.

Después de ello, la historia del episodio se clasifica en: **historias personales**, es decir aquellas historias íntimas de una persona o de un grupo de personas, que pueden ser significativas y tener un alcance global, o en **historias históricas**, vale decir, sucesos históricos pasados, que no han sido contados en profundidad o sobre los cuales se aporta con un punto de vista novedoso o inexplorado (Lechuga, 2015; Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019).

14. Estructura del pódcast: es decir, cómo se cuenta la historia. Para Vogler (2002) “todas las historias están compuestas por unos pocos elementos estructurales que encontramos en los mitos universales, los cuentos de hadas, las películas y los sueños. Comúnmente se los conoce por el nombre de ‘el viaje del héroe’”, indica (p.32). Además, explica que “la estructura de la historia viene dictada por sus necesidades. La forma debe adaptarse al contenido” (p.272). Es decir, se crearán nuevas formas de acuerdo con la historia, el contexto histórico y las necesidades de los espectadores.

Sobre la base de las contribuciones sobre el relato cinematográfico de Field (2002), Vogler (2005) y Álvarez (2017, febrero 14), la aplicación que hizo al documental sonoro López Villafranca (2023) y el análisis de las estructuras de algunos pódcast narrativos que hizo Morett (2021), se adapta una propuesta de análisis para los fines de esta investigación seleccionando las siguientes estructuras: **clásica aristotélica y sus derivaciones**, es decir, introducción, nudo y desenlace; **estructura maestra paralela** (brechtiana), que son diferentes historias con algún nexo temático; **estructura maestra episódica**, a través de la cual se entrega la historia por episodios armando un conjunto entre sí; **estructura de contrapunto** que se arma con personajes que están relacionados a partir de un hecho; y la **estructura maestra de replay**, que corresponde a aquellas historias que son contadas desde distintos puntos de vista.

15. Los recursos narrativos: son aquellos que permiten situar el tiempo del relato que se está contando, es decir, es el orden que el productor decidió darle a la historia “real” o tiempo de la historia. De manera más clásica, encontramos narración *ab ovo*, que comienza con el inicio lógico de la acción; *in media res* que comienza por el medio, desde el cual se dan saltos temporales al presente y al pasado; e *in extrema res* que comienza por el final de la historia para después ir al inicio y dar los saltos temporales que requiera

la historia. A su vez, estos saltos temporales pueden corresponder al *racconto* (recuerdo extenso), *flash back* (recuerdo breve) o también *flash forward* (que es una prospección breve al futuro). Estos recursos narrativos son aquellos usados por la literatura (Genette, 1989) y adoptados por el cine (Prósper, 2013) y el periodismo narrativo (Herrscher, 2012). También ellos han influenciado a la radio y, por cierto, han incidido en las transformaciones de la radio actual y su influjo transmedia (García González, 2013). En el caso del podcast narrativo, lo veremos como estrategias para contar, sobre la base de la estructura que proponen los productores.

16 y 17. Géneros y subgéneros: Los géneros son las formas específicas de organizar el contenido (López Villafranca, 2021) o “rasgos constructivos que dan estructura formal a los contenidos del discurso de la radio” (Martínez-Costa y Herrera, 2005, p. 2), con rutinas y reglas de producción específicas. Si bien la clasificación está abierta, ya que es un proceso constructivo múltiple, tanto histórico como normativo (Martínez-Costa, 1989), los géneros que se hallen en los podcast analizados podrían corresponder ampliamente a los géneros de ficción y no ficción.

En este cabe el podcast narrativo de no ficción fundado en hechos reales (“*real lives*”) o *storytelling* basado en las historias de sus personajes. Si bien es difícil hacer una clasificación exacta, porque existen fronteras muy porosas (Santos y Peixinho, 2019), dentro del podcast narrativo podemos encontrar el *true crime* (Sherrill, 2020) y el narrativo documental del que algunos hablan de manera compuesta, aun cuando la base principal es el documental, *feature* o reportaje sonoro, según se entienda por distintos autores (Pedrero Esteban, 2022, enero 18; Legorburu, Edo y García González, 2021; Rodríguez Ortiz, 2021). Estos a su vez emplean tantos subgéneros, propios del periodismo, como la historia lo amerite (crónica, entrevista, reportaje, etc.). También géneros mixtos (documental, paisaje, ficción, etc.), tal como los define Iges (1997).

18. Herramientas y técnicas: Mientras las herramientas y técnicas que son usadas en los podcast las describen, entre otros autores, Rodríguez y Godínez (2020), a partir del análisis del documental sonoro (periodismo de inmersión, ficción, narrador, etc.). A esto podemos sumar la historia de vida o relatos orales, como una técnica muy importante

empleada en el proceso de entrevistas con los protagonistas o quienes forman parte de la historia del podcast narrativo de no ficción (McHugh, 2012).

19. Perspectiva autor: El podcast narrativo de no ficción bebe del documental sonoro, como género de no ficción, el que se define como un género de autor, mezcla entre periodismo y arte (Godinez, 2019, marzo 27; Rodríguez Ortiz, 2021). En este tipo de producciones sonoras importa el lugar que toma el autor/a como creador (De Beauvoir, 2015; McHugh, 2012; Madsen, 2010). El autor es quien crea, narra y elabora una estética sonora, que busca remover las escuchas para incidir en la transformación del entorno. El podcast narrativo se vale de esto como recurso para proponer temas, problemas, conflictos e historias invisibilizadas, que buscan, por lo general, la concientización y transformación social a través de la escucha. Por ello, el narrador, que muchas veces es el productor o productora de la historia, asume un lugar importante en el relato.

20. Tipo de narrador: Apoyándose en los estudios literarios de Genette (1989) y su aplicación al relato radiofónico (Martínez-Costa, 1998) y al podcast documental (López Villafranca, 2023) establecemos la tipología de narrador que utilizaremos para el análisis.

Para nuestros efectos identificamos al narrador heterodiegético, que está ausente de la historia (Genette, 1989) y que la cuenta como una voz externa, sin implicarse como personaje (Martínez-Costa, 1998); el narrador homodiegético que está presente como personaje, pudiendo ser protagonista de su relato o, por lo general, desempeña un papel de observador proporcionando información que ha obtenido como personaje o testigo de la escena (Genette, 1989; Martínez-Costa, 1998); y autodiegético que “relata sus propias experiencias como personaje central de la historia” (Martínez-Costa, 1998, p. 100).

Estas tipologías planteadas por Genette (1989) sirven tanto para relatos de ficción como de no ficción. Al respecto, Martínez Costa (1998) plantea como premisa que, en los relatos de no ficción, el narrador es el que enuncia el discurso narrativo y orienta al oyente, y eso lo que buscamos analizar.

3. Variables estéticas:

21. Calidad del audio: Primero hay que advertir que la estética es una señal imprescindible en la producción del podcast actual y, muy especialmente, en el narrativo, por la factura que está detrás y la inmersión que se busca del oyente. Por ello es importante la calidad del audio de la historia que se escucha. El audio digital hoy en día se escucha, preferentemente, en formato MP3. Este es un formato comprimido a diferencia de WAV, es decir, tiene pérdida de su calidad original, por más bien que se haya grabado.

Si bien estamos aquí hablando de la calidad del audio digital del podcast escuchado, debemos entender, primero, que los podcast oídos en plataformas son, por lo general, archivos de audio comprimidos en MP3. Este formato está determinado por la frecuencia de muestro (44100 Hz es un sonido de alta calidad para estos efectos), profundidad de la resolución de dicho audio, medido en bits (16 es la medida estándar) y la calidad de la compresión (que varía, por lo general, entre 128 y 192 kilobytes por segundo (kbps) (Gago, 2014).

Una vez dicho aquello, podemos establecer una evaluación de escucha subjetiva que permita valorar el rendimiento de los sistemas de voz, como los usados en los móviles, donde se escuchan preferentemente los podcast y el audio digital, como veíamos en el capítulo II de la Introducción. Para ello, podemos adaptar la escala de MOS (*Mean Opinion Score* o valoración media de opinión), que fue uno de los primeros métodos de medición de la calidad de la voz, o en este caso del audio hablado (UIT, 2016). El sistema MOS dispone de una escala de cinco puntos, que adaptamos aquí en cuatro:

- a) Mala calidad: el audio es inaudible y las voces no comprensibles.
- b) Calidad regular: el audio es audible, pero con voces y los recursos sonoros son comprensibles con esfuerzo.
- c) Buena calidad: el audio es audible fácilmente, pero los recursos sonoros o las voces no se escuchan en calidad homogénea, por ejemplo, unos audios grabados en alta calidad y otros que provienen de una llamada telefónica o una nota de voz, a través de una red social.
- d) Muy buena calidad: Las voces son perfectamente comprensibles y todos los recursos sonoros se perciben con óptima calidad.

22. Uso de efectos sonoros: aquí lo que interesa es qué función u objetivo cumplen los efectos sonoros en los pódcast narrativos analizados, si mera función decorativa u ornamental, es decir, que acompaña la historia, pero no incide en ella; descriptivo, vale decir, que describe la escena o parte de la historia que se está contando; o es un componente narrativo, es decir, que enuncia un fragmento o parte de la historia (López Villafranca, 2022).

23. Diseño musical: Chion (1999) planteaba que el sonido no podía “cosificarse” como objeto de estudio, por ende, tampoco la música cabría en ello. Sin embargo, Chalkho (2014) al contrastar esta propuesta con la de Schaeffer (1996) planteaba, en relación con la producción de sentido que tiene el diseño sonoro en los lenguajes audiovisuales, que “en la misma manera que este estudio pretende demostrar que los procesos de significación de los sonidos no son naturales ni inmanentes sino construcciones asociativas de arrastre cultural; mucho más evidente en su construcción social de sentido es el universo de significados asociados a las músicas” (p. 219). Es decir, la música tiene una construcción social de sentido que la dota de significación para quienes la producen y la oyen. Con escasos estudios vinculados al pódcast, pese a la importancia que tiene hoy en día, Méndez (2021, agosto 24) indaga en la música para el pódcast narrativo, a través de Nicolás Pagella (diseñador musical de *El verdadero robo del siglo*, Argentina) y Andrés Nusser (*Las Raras*, Chile). La música dotaría al pódcast de “identidad sonora”. Esta tiene varias particularidades: “la música para pódcast no necesariamente tiene un tiempo de duración establecido, además carece de una voz cantante ni se rige bajo una estructura de estribillos, coros y puente (...) También se utilizan tempos y progresiones de acordes para provocar ciertas emociones en quien lo escucha, tal cual como se hace en la música para películas” (Méndez, 2021, agosto 24). La música no solo acompaña, sino que también puede ser parte de la historia.

24. Función de la música: sobre esa base definimos la función diegética, que sucede dentro de la historia o en el mundo interior de los personajes; incidental o extradiegética, es decir, que no ocurre dentro de la historia y no la “escuchan” los personajes buscando crear atmósferas más que describir la realidad (Chalkho, 2014), o sin música, según sea el caso.

4. Financiación y monetización

25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: Si bien varios productores niegan o rechazan que un audio de este tipo esté inserto en la historia, ya que “molesta” o “desvía” el foco de atención, como veremos en el próximo capítulo, aun así la comercialización del podcast es una herramienta necesaria para su monetización. Se emplea en el podcast el *host read* (anuncio que lee el presentador), *pre-roll* (anuncio grabado al inicio del podcast), *mid-roll* (a la mitad) y *post-roll* (al final) (IAB Europe, 2020; Pérez-Alaejos, Terol-Bolinches y Barrios-Rubio, 2022; Piñeiro-Otero y Pedrero Esteban, 2022). Puede haber menciones, que no monetizan económicamente, sino que son promocionales del mismo podcast o de la productora. También de un podcast amigo, cuya mención es “devuelta” por el podcast o productora amiga, a modo de promoción cruzada o *cross promotion*.

5. Publicación y distribución

26. Estrategias de publicación y transmedia: definidas como aquellas que hacen posible la relación con el oyente y su forma de implicación en la historia. Es un producto que se expande en distintos medios, plataformas y soportes, y “se convierte en una efectiva herramienta comunicativa, estratégica y comercial” (Pedrero Esteban, 2021, abril 23). El podcast asume una narrativa propia, autónoma y diferente de la radio, pero adquiriendo todo el impulso para desarrollar estrategias creativas transmedia (García Marín y Aparicio, 2018). Por ello importan dónde está disponible y se accede a él: sitio web propio, cuáles plataformas o agregadores, si ha llegado a la radio, etc.

27. Forma de publicación en la web y en las plataformas: si cuenta con portada, caratula o *cover* propio, si este es para cada episodio, si incluye descripción, créditos del podcast, etc.

28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación: cuáles redes sociales usan para promocionar, adelantar contenido, como el tráiler o un corte de audio del próximo

episodio, o hacen uso de otras estrategias RRSS para vincularse con su comunidad de oyentes, por ejemplo, hacer un *live* o show en vivo.

29. Contenido u opciones complementarias: esto se puede entender como contenido extra o *bonus track*, por ejemplo, cómo se hizo la serie o tal o cual episodio, transcripción del episodio, descarga del mismo, audios o textos complementarios, etc.).

5. Variable otros:

30. Otros: pueden existir anotaciones, comentarios o información extra que no es posible clasificar en las 29 variables anteriores que fueron codificadas.

Así se completa la ficha de análisis y cómo se codifica en base a las 30 variables de registro explicadas.

La muestra de episodios seleccionados fueron 103 capítulos, los que cumplieron los criterios y subcriterios definidos. El primer episodio fue 41° a la sombra de *Cartagena Federal* de Colombia, de noviembre de 2016, cuya producción se publicó entre 2016 y 2021. El último considerado fue Arkan: grada y trinchera (II), de *Brazalete Negro*, de España, del 14 de julio de 2023, cuyo pódcast comenzó en mayo de 2022 y a finales de 2023 comenzó su tercera temporada. Los 103 episodios totalizan casi **57 horas** de escucha, registro, descripción y análisis.

Aquí el detalle:

Tabla N°6
Episodios de pódcast narrativos independientes analizados

País	Pódcast	Episodio: seriados unitarios o mixtos	Nombre episodio	Duración	Fecha de publicación
ARG	<i>La segunda muerte del dios punk</i>	Seriados	Viral	8'10''	Octubre de 2021
			12 de octubre	8'18''	Noviembre de 2021
			Luciana	8'17''	Noviembre de 2021
			Burundanga	8'03''	Noviembre de 2021

			Javier	11'59''	Noviembre de 2021
			Laberinto	11'08''	Noviembre de 2021
			Persecución	10'45''	Noviembre de 2021
			Punitivismo	14'14''	Noviembre de 2021
			Escape	6'31''	Noviembre de 2021
ARG	<i>Fugas</i>	Seriados y Unitarios	La Fortaleza en el desierto 1	20'46''	Junio de 2020
			La fortaleza en el desierto 2	18'30''	Junio de 2020
			Los 111	31'51''	Julio de 2020
			La alcatraz del altiplano	38'31''	Mayo de 2022
			Receta para una fuga	38'01''	Julio de 2022
BR	<i>Praia dos ossos</i>	Seriados	O crime da praia dos ossos	52'	12 de septiembre de 2020
			O julgamento	1h 4'	19 de septiembre de 2020
			Ângela	1h 1'	26 de septiembre de 2020
			Três crimes	51'	3 de octubre de 2020
			A pantera	43'	10 de octubre de 2020
			Doca	47'	17 de octubre de 2020
			Quem ama não mata	55'	24 de octubre de 2020
			Rua Ângela Diniz	1h 4'	31 de octubre de 2020
BR	<i>Até que se prove o contrário</i>	Seriados	O que os olhos não veem	41'33''	4 de noviembre de 2021
			O peso da palavra	29'14''	11 de noviembre de 2021
			O enquadro da mídia	38'06''	18 de noviembre de 2021
			O que se prova na pele	33'17''	25 de noviembre de 2021
			O escudo da farda	33'58''	2 de diciembre de 2021

			O que vem depois da injustiça	31'04''	9 de diciembre de 2021
CH	<i>El estallido de las cosas</i>	Seriados	La olla inocente	14'03''	Agosto de 2020
			El último torniquete	15'18''	Agosto de 2020
			Cora la amarilla	13'30''	Septiembre de 2020
			La reina capucha	14'48''	Septiembre de 2020
			Villa impunidad	15'30''	Octubre de 2020
			Constitución en terapia	15'16''	Octubre de 2020
CH	<i>Relato Nacional</i>	Unitarios	La traición del padre EP.27	31'28''	Diciembre de 2020
			Las aventuras de un violín EP.30	35'04''	Abril de 2021
			El salvado y su salvadora EP.32	28'47''	Mayo de 2021
			El imprescindible EP.36	25'51''	Septiembre de 2021
			En busca del origen EP.40	15'28''	Junio de 2022
			El cazador y el tigre EP.45	30'46''	30 de marzo de 2023
COL	<i>Cartagena Federal</i>	Unitarios	41° grados en la sombra	28'09''	Noviembre de 2016
			El día en que llovieron peñones	33'59''	Diciembre de 2016
			El agua que nos rodea	24'37''	Julio de 2017
			La masacre invisible	35'55''	Diciembre de 2018
			Eterna flojera	25'36''	Junio de 2021
COL	<i>Un periódico de ayer</i>	Unitarios	Secuelas de Corea	30'	3 de junio de 2020
			Las Gaitán	1h	12 de agosto de 2020
			La guerra de los Bretón	40'	22 de junio de 2022

			Los vikingos de Arauca	37'	27 de julio de 2022
			El rastro del amor en la montaña	55'	19 de agosto de 2022
			Libres en la clandestinidad La guerra de los breton	45'	15 de diciembre de 2022
ESP	<i>Si no sabéis de mi</i>	Seriados	La marcha	31'31''	Junio de 2022
			La guerra	26'54''	Julio de 2022
			El brigadista	31'04''	Julio de 2022
			La terapia	29'50''	Julio de 2022
			El retorno	31'09''	Agosto de 2022
ESP	<i>La historia es ayer</i>	Unitarios y Seriados	Ladrillos, VHS y ositos de peluche	32'40''	18 de noviembre de 2021
			Trasteros y frascos de perfume	36'16''	25 de noviembre de 2021
			La casa es un reflejo del yo 1	38'18''	9 de diciembre de 2021
			La casa es un reflejo del yo 2	43'32''	16 de diciembre de 2021
			La arqueología de los puticlubs 1	24'52''	25 de abril de 2023
			La arqueología de los puticlubs 2	32'44''	2 de mayo de 2023
ESP	<i>Brazalete negro</i>	Unitarios y Seriados	Streltsov, crimen y castigo en el fútbol soviético	38'	18 de mayo de 2022
			Muerte al traidor. La stasi contra Lutz Eidendorf	40'55''	27 de mayo de 2022
			Doble asesinato en Chamartín	36'56''	9 de diciembre de 2022

			El futbolista que robó el grito	24'36''	30 de enero de 2023
			Arkan, grada y trinchera 1	43'22''	7 de julio de 2023
			Arkan, grada y trinchera 2	40'12''	14 de julio de 2023
MEX	<i>Cuir</i>	Unitarios	Ya me cansé de buscar EP.1	21'	19 de julio de 2021
			No le cuentes a nadie EP.2	51'	19 de julio de 2021
			Jorge, Gina y Dante EP.7	1h	19 de septiembre de 2021
			Los juicios de Guz Guevara EP.14	55'	17 de mayo de 2022
			Rueda, cae, levántate, repite EP.19	57'	26 de julio de 2022
MEX	<i>Así como suena</i>	Unitarios y Seriados	Qué hay detrás de una taza de café EP.224	20'33''	Enero de 2022
			Pies de migrantes EP.113**	26'38''	Junio de 2022
			Cuando tu seguro no te cura EP.240	23'11''	Agosto de 2022
			Desapariciones de Estado 1 EP.276	31'12''	15 de junio de 2023
			Desapariciones de Estado 2 EP.277	26'14''	21 de junio de 2023
			Las morras de la UNAM EP.278	36'26''	5 de julio de 2023
PER	<i>Transhistórias</i>	Unitarios	Débora	14'56''	Mayo de 2022
			Fernanda	15'22''	Mayo de 2022
			Sandra	16'03''	Mayo de 2022
			Pierina	17'43''	Mayo de 2022
POR	<i>Segurança privada:</i>	Seriados	Boinas	1h 14'	14 de enero de 2021

	<i>exército de precários</i>		Purgatorio	1h 8' 7"	21 de enero de 2021
			Limbo	1h 17' 19"	28 de enero de 2021
			Tubarões	1h 8' 10"	4 de febrero de 2021
			Peixinhos	1h 10' 26"	11 de febrero de 2021
			Monarquía	1h 17' 57"	17 de febrero de 2021
			Vampiros	1h 35' 26"	25 de febrero de 2021
			Luvas	1h 52' 52"	4 de marzo de 2021
POR	<i>Sons de Lisboa</i>	Unitarios	"Vai fluoooores!" O Largo da Graça perdeu o seu grito de guerra EP.3	8' 09"	24 de marzo de 2021
			A bica de Adriano ainda se ouve em Lisboa EP.4	10' 27"	9 de abril de 2021
			Que notas de música são estas que a ponte 25 de Abril faz ecoar pela cidade? EP.5	11' 05"	10 de mayo de 2021
			estádio os "15 minutos à Belenenses" EP.11	13' 15"	5 de febrero de 2022
			O mais antigo policia sinaleiro deu o apito final EP.12	10'	15 de junio de 2022
POR	<i>110 histórias, 110 objetos</i>	Unitarios	O violino de Bensaude EP.1	13' 19"	23 de mayo de 2021
			O carro sustentável do PSEM EP.2	10' 51"	28 de mayo de 2021

			Um telefone do século XIX EP.5	11' 13''	18 de junio de 2021
			O Primer laser em Portugal EP.18	18' 42''	29 de octubre de 2021
			A maquete da ponte da Arrábida EP.35	12' 59''	25 de febrero de 2022
			Portugal, o Hidroplanador EP.50	17' 54''	10 de junio de 2022
			Flexcraft, a aeronave modular EP.81	17' 53''	10 de febrero de 2023
Total	Pódcast	Tipos de pódcast	Episodios	Minutos totales	Lapso
8 países	17 pódcast	seriados, unitarios, y mixtos	103	3.405,56 min / 56,75 (57) horas de escucha analizadas	Noviembre de 2016 a julio de 2023

Fuente: elaboración propia

6.4.2. Entrevista semi estructurada

A medida que son escuchados, registrados, descritos y analizados los 103 episodios de los 17 pódcast en estudio, comenzó la producción de las entrevistas con los personajes clave de estas producciones. En algunos casos fueron dos o tres entrevistas por cada director, productor o diseñador sonoro, debido a que la pauta consta de 35 preguntas, que responden a seis dimensiones, cinco específicas y una general, las que no se lograban responder en una sesión. La mayoría de las sesiones oscilaron, en total, entre tres y cuatro horas por entrevistado/a. En algunos casos, los productores no manejaban la dimensión de la estética sonora, por lo que se completó esa parte del cuestionario entrevistando al diseñador o diseñadora sonora de la producción, lo que aumentó el número de entrevistados hasta los 25. Esto, sin duda, más que un obstáculo, enriqueció la recogida de información, toda vez que el diseño sonoro es crucial en el pódcast, especialmente en el narrativo. Sobre este, además, hay escasa información al respecto.

Los 25 entrevistados, 9 mujeres y 16 hombres, fueron consultados en 23 entrevistas, 21 individuales y 2 colectivas, entre el 31 de enero de 2023 y el 19 de julio de 2023, con un cuestionario de 35 preguntas, el cual se trabajó con flexibilidad de acuerdo con cada entrevistado/a. En algunos casos se fue profundizando en un determinado aspecto, lo que permitió una conversación fluida con los sujetos clave del pódcast narrativo.

Al respecto, Brennen (2017) sostiene que “las entrevistas semiestructuradas también suelen basarse en un conjunto de preguntas que se hacen a todos los encuestados. Sin embargo, hay mucho mayor flexibilidad con entrevistas semiestructuradas. Los entrevistadores pueden variar el orden de las preguntas y también puede hacer preguntas de seguimiento para profundizar en alguno de los temas o cuestiones abordadas, o aclarar respuestas dadas por el encuestado” (p. 29).

En relación con la entrevista semi estructura en profundidad se elaboró el siguiente cuestionario, que permite no solo complementar sino profundizar en aquellos aspectos que son motivo de estudio y análisis, como son la narrativa y estética sonora, la producción del pódcast narrativo, la financiación y monetización del pódcast, su modelo de distribución, y la visión que tienen los productores sobre el estado del podcasting, en su país y/o en la región.

Tabla N°7

Pauta de entrevistas a productores de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
Nombre entrevistado/a (s)	
Nombre del podcast	
Productora	
Realizador/es // Productores	
Año de inicio / año termino (en caso de que aplique)	
Temporadas y/o episodios	
Fecha de la entrevista	

Variable	Preguntas	Objetivos
Narrativa	1.- ¿Cómo defines o definen su pódcast? 2.- ¿Cómo eligen los temas/las historias? ¿cuáles son sus inspiraciones o motivaciones para seleccionar tal o cual historia?	Objetivo general 2: Examinar la narrativas radiofónicas y sonoras contempladas en la historia Objetivo específico 1: Conocer la identidad del podcast y qué historias seleccionan
	3.- ¿Cómo van estructurando la historia? ¿Inicio, cuerpo y final? ¿escenas? ¿Secciones? ¿unitaria, serial? 4.- ¿Cuáles son los géneros que utilizan para estructurar y contar las historias? ¿entrevista, crónica, reportaje, paisaje sonoro, documental, ficción? 5.- ¿Qué otras herramientas usan para contar las historias? ¿Usan narrador/a? ¿historias de vida? ¿archivos sonoros? En el caso del narrador/es ¿usted(es) cómo aparecen en la historia, como narrador objetivo, testigo/observador, o usando periodismo de inmersión, en el cual ustedes son los que sienten y cuentan la historia en primera persona?	Objetivo específico 1: Analizar cómo cuentan la historia
	6.- ¿Cómo se expresan sus motivaciones de autor en el pódcast? ¿Qué rol asumen: situados de manera objetiva o con un compromiso con la historia? ¿Con un enfoque de derechos humanos o de cambio social, por ejemplo?	Objetivo específico 2: Determinar el rol del autor/productor en el pódcast

Variable	Preguntas	Objetivos

Estética	7.- ¿Cómo construyen la sonoridad del podcast? 8.- ¿Qué elementos consideran para diseñarla? ¿una presentación? ¿alguna marca? ¿algún sonido característico o base? ¿efectos? ¿diseño musical o musicalización? ¿sonidos reales o ambientes? 9.- ¿Cómo ocupan esos elementos o qué funciones cumplen? Por ejemplo, ¿una música que acompaña de manera incidental o extradiegética, o una música diegética, o sin música? ¿o el uso de paisajes sonoros naturales o intervenidos? Otros recursos narrativos/auditivos: ¿usan audio binaural o dolby, por ejemplo?	Objetivo general 2: Saber cómo suena la historia Objetivo específico 2: Aprender sobre el diseño sonoro y musical del podcast narrativo

Variable	Preguntas	Objetivos
Producción	10.- ¿Cómo producen la historia? ¿Tienen etapas o fases reconocibles dentro de la producción? ¿Cuáles son? ¿preproducción, producción, postproducción (edición, montaje), publicación, circulación? ¿se entrecruzan estas etapas? 11.- ¿Cómo se distribuyen las tareas? ¿cuentan con un equipo estable? ¿Quiénes son? ¿cómo ha ido evolucionando la conformación de equipos y tareas?	Objetivo general 2: Determinar las formas de producción que asume la obra o podcast narrativo Objetivo específico 3: Describir las fases de producción y tareas
	12.- ¿Cómo se graba la historia? ¿la graban linealmente o no, en caso de usar el guion preelaborado? ¿cuentan con un guion o no? ¿este es preelaborado o hecho después de investigar? ¿O se combinan ambas modalidades, o se va adaptando a medida que van armando la historia?	Objetivo específico 3: Conocer de qué forma se graba/produce la historia

	¿quién(es) y cómo escriben el guion? ¿sobre la base de qué elementos necesarios o mínimos? (tener investigada la historia, utilizando diversas fuentes, entrevistas, paisajes sonoros, archivos, etc.) 13.- ¿Con qué equipo(s) técnicos la graban?	
	14.- ¿Dónde se graba la historia (en terreno, en estudio, en ambas)? 15.- En caso de grabar en terreno, ¿cómo producen el escenario en el que graban? ¿cómo producen la conversación (entrevista, historia de vida, etc.) con el personaje, protagonista o fuente? ¿cuál es el involucramiento en la historia, en este sentido, de parte del entrevistado/a o fuente? 16.- En caso de grabar en estudio, ¿qué contenidos o parte del guion graban? 17.- ¿Cuánto es el tiempo que tardan en la producción del podcast? 18.- ¿Cuál es la duración de cada podcast? ¿Fijo, variable? ¿entre 5 y 15? ¿16 y 30? ¿31-45? ¿46 y 1 hora? ¿+ de una hora?	Objetivo específico 3: Describir las estrategias de producción en terreno y estudio, según sea el caso.

Variable	Preguntas	Objetivos
Financiamiento y monetización	19.- ¿Cuánto cuesta hacer el podcast narrativo? ¿Monto exacto o estimado? ¿Por temporada? ¿Por episodio? 20.- ¿Cómo financias o financian el podcast? 21.- En caso de contar con financiamiento, ¿cuáles han sido las fuentes de financiación para el	Objetivo general 2: Determinar las formas de financiación del podcast narrativo Objetivo específico 4: Saber el costo, modo y fuentes de financiamiento del podcast.

	pódcast? ¿públicas, privadas, sociales, mixtas?	
	22.- ¿Cuáles han sido las estrategias que han ocupado para conseguir financiamiento para el pódcast?	Objetivo específico 4: Determinar las estrategias de financiamiento
	23.- ¿Cuáles son las vías de monetización que tiene el pódcast? ¿“publicidad, suscripción, entradas para eventos en directo, merchandising de podcasts de éxito, marketing de contenidos, patrocinios o donaciones a través de crowdfunding”? (Terol, Pedrero Esteban y Pérez Alaejos, 2021). 24.- En caso de contar con promoción y publicidad, ¿qué forma toma está en o dentro del pódcast: mención y/o publicidad respectivamente (<i>pre-roll</i> , <i>mid-roll</i> , <i>post-roll</i>) (Pérez-Alaejos, Terol-Bolinches y Barrios-Rubio, 2022; Piñeiro-Otero y Pedrero Esteban, 2022)	Objetivo específico 4: Describir las formas de monetización del podcast
	25.- ¿Tienen alguna forma, obligada o libre, de rendir dichos recursos? ¿cómo?	Objetivo específico 4: Determinar maneras de rendición de dicho financiamiento y su estructura de propiedad.

Variable	Preguntas	Objetivos

Publicación, distribución y audiencias	26.- ¿Dónde se publica? ¿con qué periodicidad? (sitio propio, app, plataforma(s) de podcast(s), otros agregadores de contenido, etc.) (periodicidad sistemática, asistemática, semanal, mensual, etc.) 27.- ¿Cómo se publica en la web? (audio, texto, caratula o cover, etc.)	Objetivo general 2: Analizar las formas de distribución y audiencias del podcast narrativo Objetivo específico 5: Determinar el lugar y forma de publicación.
	28.- ¿Cuáles son las estrategias de publicación? ¿cómo lo hacen? 29.- ¿El pódcast, o algunas de sus historias, corresponde a, viene o va en camino de ser, un proyecto transmedia? (comenzó como libro y pasó a serie; o de serie de pódcast pasó a serie online o de TV, etc.)	Objetivo específico 5: Definir y describir las estrategias (digitales, crossmedia, transmedia, etc.)
	30.- ¿Cómo miden el éxito de su podcast? ¿métricas? ¿reproducciones? ¿visitas? ¿quién se encarga de ello? 31.- ¿Cuál es el perfil de los usuarios? (jóvenes, adultos, rango de edades, etc.) 32.- ¿Cuáles son los perfiles que tienen en redes sociales? (Facebook, Twitter, Instagram) ¿los perfiles son del pódcast, de la productora, o personales de los miembros del equipo? 33.- ¿Cuáles son los canales de interacción y participación que tienen con la audiencia? (Redes Sociales, web, email, boletines, eventos, concursos, actividades, etc.)	Objetivo específico 5: Determinar el conocimiento y vinculación que tienen con las audiencias del pódcast

Variable	Preguntas	Objetivos

Estado del podcasting en la región y/o país	34.- ¿Cómo ves/ven el podcasting independiente en tu país y/o en Iberoamérica? 35.- ¿Cuáles son los principales obstáculos y/o desafíos que enfrentan los proyectos y/o productores independientes en la región?	Objetivo general 1: Conocer el estado actual del podcasting independiente en Iberoamérica Objetivo específico 6: Conocer la visión que tienen del podcast narrativo independiente de su país y de la región iberoamericana

Fuente: elaboración propia

La pauta de entrevistas se aplicó durante cinco meses y medio de 2023, a los 25 entrevistados en 23 entrevistas (21 individuales y 2 colectivas). Estos son los siguientes:

Tabla N°8
Entrevistados de cada podcast narrativo independiente

País	Podcast	Entrevistado/a(s)	Rol	Fecha(s)
ARG	<i>La segunda muerte del dios punk</i>	Nicolás Maggi Martín Parodi (entrevista colectiva)	Productor y narrador Director artístico	7 de febrero de 2023 23 de febrero de 2023
ARG	<i>Fugas</i>	Sebastián Ortega	Investigador Guionista Narrador	15 de febrero de 2023 22 de febrero de 2023
ARG	<i>Fugas</i>	Tomás Pérez Vizzón	Director	1 de marzo de 2023
BR	<i>Praia dos ossos</i>	Branca Vianna	Productora	18 de abril de 2023 25 de abril de 2023
BR	<i>Praia dos ossos</i>	Lais Lifschitz	Diseñadora sonora y montajista	10 de mayo de 2023
BR	<i>Até que se prove o contrário</i>	Ricardo Terto	Productor	16 de mayo de 2023 23 de junio de 2023
COL	<i>Cartagena Federal</i>	Sebastián Duque Pedro Espinosa (entrevista colectiva)	Director de producción Director creativo	2 de febrero de 2023 6 de febrero de 2023

COL	<i>Un periódico de ayer</i>	Juan Serrano	Director	31 de enero de 2023 7 de febrero de 2023
CH	<i>Relato Nacional</i>	Nancy Castillo	Director	9 de mayo de 2023 11 de mayo de 2023 16 de mayo de 2023
CH	<i>El estallido de las cosas</i>	María Court	Codirectora y productora	24 de abril de 2023 23 de mayo de 2023
ESP	<i>Brazaletes negro</i>	Aitor Lagunas	Director y narrador	15 de febrero de 2023 30 de junio de 2023
ESP	<i>Brazaletes negro</i>	Marta Salicrú	Productora ejecutiva	17 de marzo de 2023 14 de abril de 2023
ESP	<i>La historia es ayer</i>	Marcus Hurst	Director y productor	22 de marzo de 2023 18 de abril de 2023
ESP	<i>Si no sabéis de mí</i>	Patxi Belyeu	Director y productor	9 de marzo de 2023 16 de marzo de 2023
MEX	<i>Cuir</i>	Erick Yáñez	Productor general	28 de marzo de 2023 7 de abril de 2023 13 de abril de 2023
MEX	<i>Así como suena</i>	Carlos Puig	Director	26 de junio de 2023
MEX	<i>Así como suena</i>	Yissel Ibarra	Productora	19 de julio de 2023
PER	<i>Transhistorias de cuidados</i>	Maju Carrión	Productora y narradora	17 de abril de 2023 2 de mayo de 2023
POR	<i>Sons de Lisboa</i>	Catarina Reis	Productora	24 de marzo de 2023
POR	<i>Segurança privada: exército de precários</i>	Pedro Santos	Investigador	21 de marzo de 2023 23 de marzo de 2023
POR	<i>Segurança privada: exército de precários</i>	Bernardo Afonso	Diseñador sonoro	2 de mayo de 2023
POR	<i>110 historias, 110 objetos</i>	Marco Antonio Gonçalves	Productor	20 de marzo de 2023
POR	<i>110 historias, 110 objetos</i>	Joana Lobo	Coordinadora	21 de marzo de 2023

Fuente: elaboración propia

Antes de pasar al análisis de información proporcionada por las entrevistas, dos apuntes sobre este proceso. Brennen (2017) sostiene que “la interpretación de la información de la entrevista en realidad comienza durante la entrevista”, y que “después de transcribir una entrevista, se puede trabajar con la transcripción para identificar puntos de vista e información importantes, resumir conceptos clave, opiniones, patrones y temas, y tomar nota de historias interesantes y experiencias” (pp. 39-40). Es decir, el proceso de análisis no comienza después, sino que durante las mismas entrevistas, junto con la mejora del instrumento a medida que se van realizando las siguientes entrevistas.

Si bien el análisis o actividad analítica está presente en todas las etapas del estudio, indica Valles (2002), “el entrevistador descubre claves de análisis e interpretación que ofrecen los propios entrevistados” (p.150). A esto lo llama análisis preliminar, para después pasar al análisis intensivo del material de las entrevistas y sus transcripciones, extractos y notas. Esto involucra el análisis y síntesis de la interpretación, por ejemplo, a través de esquemas, categorías, conceptualización, comparación y síntesis.

En este estudio, para el análisis de las entrevistas, se utilizó el software de análisis cualitativo Atlas Ti v.7. La codificación de las entrevistas siguió un proceso mixto de deducción (con las dimensiones de análisis determinadas en los objetivos que fueron la narrativa, estética, producción, financiación y monetización, distribución y relación con las audiencias, y estado del podcast independiente en Iberoamérica) e inducción (mediante la teoría fundamentada).

La teoría fundamentada, como decíamos, corresponde a una metodología de análisis en donde la agrupación de los códigos de información permite construir y proponer relaciones teóricas, desde los datos hacia la teoría (inducción), y no desde la teoría hacia los datos (deducción) (Trinidad, Carrero y Soriano, 2006).

En la codificación abierta, cada código fue antecedido por una nomenclatura correspondiente a las categorías establecidas en los objetivos:

- NARRATIVA = “NARR”
- ESTÉTICA = “EST”
- PRODUCCIÓN = “PROD”
- FINANCIAMIENTO Y MONETIZACIÓN = “FIN”
- DISTRIBUCIÓN = “DIST”
- ESTADO DEL PODCAST INDEPENDIENTE EN IBEROAMERICA = “ESTADO”

Después de determinada la categoría (NARR, EST, PROD, FIN, DIST y ESTADO) en el código, se procede a la codificación abierta de este, construyendo un código lo más próximo posible al lenguaje utilizado por el o la entrevistada, es decir, *in vivo*. Por ejemplo:

Tabla N°9
Ejemplo de codificación

Transcripción de relato en bruto	CÓDIGO
“El segundo paso fue empezar a delimitar cómo y dijimos ‘bueno, tienen que ser fugas contadas por sus propios protagonistas’. Esa es la gran definición del pódcast. Habíamos investigado un montón de fugas que quedaron afuera por eso. Pero cuando surge la idea de ‘bueno, vamos a limitarlo a fugas contadas por sus protagonistas’, nos limita un montón a las historias que podemos contar, porque hay veces que no son entrevistas a los protagonistas y se pueden entrevistar actores laterales, no necesariamente los protagonistas, porque están muertos o porque no quieren hablar, etcétera. Esto le daba otro contenido y otra forma de identificación que es ‘te va a contar esta fuga la propia persona que se escapó y que hizo todo para escaparse’”. (Entrevista a Sebastián Ortega, pódcast <i>Fugas</i>, de Anfibia Podcast, Argentina)	NARR: decidieron hacer Fugas relatadas por sus propios personajes.

Fuente: elaboración propia

Una vez realizada la codificación abierta de todas las entrevistas, se construyeron seis mapas de códigos (“vista de red” en Atlas Ti), cada uno correspondiente a cada categoría. Es decir, se construyó un mapa para “Narrativa”, “Estética”, “Producción”, “Financiamiento y monetización”, “Distribución”, y “Estado del pódcast independiente”. En cada uno de los mapas se procedió luego a una codificación axial, agrupando los códigos para construir subcategorías que permiten dotar de contenido y significación a las seis categorías definidas en la investigación.

El análisis de contenido, a partir de la ficha de cada uno de los episodios de cada pódcast escogido, y el procesamiento de las entrevistas, a través de Atlas Ti, y su posterior análisis, permitirán en su conjunto conocer el estado actual del pódcast narrativo independiente de Iberoamérica, y valorar y comparar las narrativas, estéticas, formas de producción, financiación y monetización, y distribución de este tipo de pódcast de no ficción.

Para lograr un mejor análisis, Piñuel (2002) afirma que la triangulación o diseño triangular hace más eficiente esta etapa. Esta “se refiere a la recogida y comparación de

distintas perspectivas sobre una misma situación de comunicación (...) o bien, dentro de una misma investigación sobre idéntico objeto, de una combinación de técnicas, entre ellas el análisis de contenido, como medio de dar validez externa a los datos” (p. 14).

Es decir, se plantea que la comparación de ambas técnicas, contrastando cada categoría definida, dará mayor riqueza al análisis de resultados y la discusión futura hacia el final del estudio.

VII. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Introducción

Sobre la base de las 23 entrevistas -21 individuales y dos colectivas- a 25 directores, productores, coordinadores, montajistas y diseñadores sonoros de 17 pódcast narrativos independientes de ocho países iberoamericanos, y el análisis de contenido de 103 episodios de estas producciones, se presentan a continuación los resultados.

Estos corresponderán a cinco dimensiones y una sexta, más acotada, que permiten en conjunto responder a los objetivos generales y específicos propuestos para este estudio. Cómo se construyen las narrativas sonoras, cómo se produce el pódcast y cuáles son las etapas productivas, y cómo se concibe y se ejecuta la estética sonora, son las tres primeras dimensiones del análisis de resultados. La cuarta y quinta tienen relación con la financiación y monetización de este tipo de pódcast narrativo de no ficción independiente, para concluir la cadena productiva y de valor con el proceso de publicación, distribución y vinculación con la audiencia. La sexta dimensión, que decíamos es mucho más acotada, pero muy iluminadora respecto al proceso actual que vive el pódcast independiente y estos proyectos sonoros de no ficción, corresponde al estado actual del podcasting autónomo y cómo se ven los productores dentro de este ecosistema, ya sea en su país o en el circuito iberoamericano o latinoamericano. Se profundiza, en este subcapítulo, en los obstáculos y desafíos que tienen, sobre la base de sus experiencias y proyectos, de modo de determinar algunas certezas o tareas futuras, tanto a la industria del pódcast como a estos mismos productores.

Para hacer un proceso más eficiente en la entrega de resultados y su análisis se han contrastado y complementado las informaciones obtenidas a través de ambas técnicas de recopilación de información, como son las 23 entrevistas, con un cuestionario de 34 preguntas, y 103 episodios analizados, mediante una ficha con 30 variables consideradas. En narrativas y distribución y publicación fue posible hacer el cruce. En este último caso se complementó con la información proporcionada en el sitio, la plataforma principal de publicación, y las redes sociales del pódcast y de la productora. En las otras dimensiones, como producción, estética, financiación y monetización, que no son posibles de extraer del análisis del audio, a excepción de algunos cortes

vinculados a publicidad o comercialización, se valoró el relato y las experiencias de los entrevistados. También algunas preguntas relacionadas a narrativas, como la definición del podcast y cómo seleccionan las temáticas de las cuales hablan, se respondieron y analizaron a partir de las entrevistas. Un aspecto interesante, que fue dándose naturalmente en las entrevistas y después se formalizó en la pauta, fue la sexta dimensión, asociada a cómo ven o evalúan el podcast independiente en su país y/o región, como también cuáles son los obstáculos y desafíos que tienen como productores independientes para la producción de este tipo de podcast de no ficción. Finalmente, para hacer más enriquecedora la lectura de este estudio se complementan los resultados y análisis con fotografías de cada uno de los entrevistados, imágenes de las portadas, *cover* o carátulas de los podcast seleccionados, y códigos QR para acceder al sitio o subsitio de la productora donde está alojado el podcast y escuchar todos sus episodios y temporadas, según corresponda. También, el lector podrá acceder a una *playlist* de Spotify, con una selección de los mejores episodios de cada uno de los podcast seleccionados, los que fueron elegidos por los propios productores para los resultados de esta investigación. De esta forma, el texto, la imagen y el sonido confluyen para que la riqueza que tiene la producción sonora de estos podcast narrativos independientes sea mejor apreciada y oída.

7.1. Narrativas sonoras

Siguiendo el orden establecido en el marco metodológico y para dar cumplimiento al Objetivo Específico 1 (OE1), que busca “analizar las narrativas sonoras que son utilizadas en esta modalidad de podcast”, en esta dimensión se agruparon distintas subdimensiones del podcast independiente, para analizar desde cómo los propios productores conciben el podcast hasta los géneros, técnicas y herramientas que utilizan para contar la historia. La información se obtuvo a través de dos días complementarios: mediante la escucha analítica de todos los episodios de los podcast seleccionados, cuya información fue registrada en las variables narrativas, 12 a la 20, de las 103 fichas de análisis, y la información que se pudo obtener de los entrevistados, que fue procesada a través de Atlas.ti. Para lograr esto se definieron las siguientes categorías: cómo definen su podcast, las motivaciones que tienen para producirlo, las temáticas tratadas, la

estructura narrativa, las técnicas y recursos empleados, el rol del narrador y el posicionamiento del autor en relación con la historia.

En efecto, cómo definen su podcast y cuáles son las motivaciones que tienen como productores son una primera entrada para reconocer la identidad de este tipo de podcast. Después cómo seleccionan las historias que van a contar y a qué tipo de historias corresponden: sean historias personales, vale decir, vivencias personales de una o más personas, que sean significativas y que puedan conectar con una audiencia global, o narraciones históricas basadas en sucesos pasados, que no han sido contados o sobre los cuales el podcast contribuye con un enfoque novedoso y peculiar. Después de ello se profundiza en la estructura narrativa del podcast, los recursos empleados, los géneros periodísticos y artísticos radiofónicos, las técnicas y las herramientas utilizadas para darle “color” y textura a la historia. Se cierra este subcapítulo con la perspectiva de autor y cómo se expresa ella a través del tipo de narrador, quien será un guía, intérprete o escritor de la historia que se está narrando, como sostiene McHugh (2022).

7.1.1. Cómo definen su podcast

Si bien la clasificación general que hemos planteado refiere a podcast narrativos de no ficción dentro de los macrogéneros de los podcast (Pedrero Esteban *et al.*, 2023), la conversación con los/as entrevistadas revela dos tendencias. Por un lado, existe aún cierto desconocimiento de las audiencias en torno a las definiciones -lo que puede deberse a que no existe una conceptualización y categorización clara (Santos y Peixinho, 2019)-, sobre todo en el contexto latinoamericano, como señala Erick Yáñez, productor del podcast mexicano *Cuir*: “(...) para el mercado anglosajón y para cuestiones que han tenido que ver con comunicar el proyecto hacia ellos, pues sí, le digo que es ‘no ficción’, pero creo que a la gente, a las audiencias latinoamericanas, todavía no les suena mucho el término”.

Imagen N°1

Erick Yáñez, productor de *Cuir* (México)



Crédito: Erick Yáñez

En este sentido, el camino se va haciendo a medida que se recorre. Marta Salicrú, productora ejecutiva de *Brazalete negro*, de España, explica cómo se ha ido conformando el mercado del podcast, en general, y del podcast narrativo, en particular en el país: “continuamos con el ensayo y error, que es la manera como hacemos todo, porque al final estamos en una industria que, es cierto, en el mundo anglosajón tiene una trayectoria mayor, como medio o formato de masas. En España es algo más reciente, y aquí estamos inventándonos un poco las reglas del juego mientras lo jugamos”.

Así las diferencias con el mundo anglosajón se sienten en la región, la que está aún en proceso de expansión y de conformación de una industria más madura. Esta ha dado pasos, por cierto, con eventos internacionales (Ondas Globales del Podcast, Estación Podcast, etc.), alianzas (WePod) y productoras que están apostando por el podcast, y el narrativo cada vez con más fuerza (Audible, Podimo, Podium podcast). Aquí caben también las productoras independientes y los lazos que establecen entre ellas (La No Ficción, de Colombia, Puro Contenido de México, Rádio Novelo, de Brasil, entre otras, que son parte de este estudio).

La segunda tendencia tiene que ver con diferentes denominaciones o etiquetas que se suman al macrogénero de podcast narrativo de no ficción. Denominaciones como *true crime*, crónica, documental o narrativo dan cuenta de cierta hibridación del podcast

independiente con otros géneros más antiguos, provenientes de otros campos, como la literatura, el mundo audiovisual o el periodismo. Para el caso de los pódcast argentinos *La segunda muerte del Dios Punk* o *Fugas*, los entrevistados lo califican de *true crime*, pero con matices asociados al contexto latinoamericano. Así lo expresa Sebastián Ortega, investigador, guionista y narrador de *Fugas*: “No es que me moleste el término [*true crime*], pero para mí falta un término más propio a las narrativas latinoamericanas. Estamos hablando de fugas de cárceles, por ejemplo, y tenemos dos temporadas. Muchas fugas que tienen que ver el contexto político social, de violencia política en Argentina y Uruguay, y después en otros países de Latinoamérica”.

Imagen N°2

Sebastián Ortega, investigador de *Fugas* (Argentina)



Crédito: Sebastián Ortega

Pódcast como *Relato nacional*, de Chile, *Sons de Lisboa*, de Portugal, *Cuir*, de México y el mismo *Fugas*, de Argentina, se posicionan desde la crónica como género preponderante dentro del pódcast narrativo, ya que permite la hibridación entre el periodismo y la literatura. Por ejemplo, Nancy Castillo, directora de *Relato nacional*, lo define como crónica narrativa sonora: “(...) tiene mucho de lo que es una crónica escrita pero llevada a lo sonoro, que es lo que yo veo como el gran plus de *Relato nacional*”. Si bien *Fugas* tiene como género principal el *true crime*, y por qué no decirlo, un *true crime* latinoamericano, como lo entiende Anfibia podcast, también se inscribe dentro de la crónica, según Sebastián Ortega: “Entonces todo tiene un componente político social

muy fuerte, que va más allá de contar la historia puntual o de un protagonista; más allá de la época en la que se cuenta y el país en el que se cuente. Por eso, si me preguntan a mí, también se inscribiría en esa tradición de la crónica latinoamericana”.

Otro nombre utilizado para referirse a este tipo de podcast es el género documental, tal como lo concibe Erick Yáñez, productor de *Cuir*: “A mí me gusta decir que es un podcast documental (...). Yo creo que la diferencia clave entre documental y un trabajo periodístico, como un reportaje, es que el documental tiene un tratamiento creativo”. En principio, *Cuir* -y luego otros podcast como veremos en este capítulo- está más cerca del documental sonoro que del documental radiofónico más periodístico (Rodríguez Ortiz, 2021). Marco Antonio Gonçalves, productor de *110 histórias, 110 objetos*, de Portugal, destaca aquellos aspectos que hacen documental a su podcast: “Este programa lo considero un programa documental, que no es un género muy utilizado en Portugal, ya que el género más utilizado en Portugal es el *talk show* o podcast de conversación. En el Instituto Superior Técnico tenemos enormes objetos de los que hemos estado hablando en presencia del objeto mismo, además de la presencia de la persona que nos puede contar las historias relacionadas con ese objeto. Es un programa documental. Y este objeto es tan importante para Portugal y para el Instituto”. Es decir, se destaca esa aptitud creativa que aprovecha los ambientes, entornos, espacios, personajes y sonidos que pueden ilustrar la historia que allí se está contando.

Emparentado con lo documental, ya que muchas veces se clasifican los podcast narrativos de no ficción como narrativo documental (Pedrero Esteban et al., 2023; Observatorio Ivoxx, 2023; Podcasteros, 2022), o documental a secas, como planteaba Yáñez y Gonçalves, está el narrativo mismo. Maju Carrión, productora de *Transhistorias de cuidados*, del Perú, destaca ello, pero suma también otros componentes: “Por supuesto que es narrativo, pero es muy periodístico, ¿sabes? por el nivel de investigación que hubo. Considero que es un podcast bastante profesional. ¿Y es como biográfico porque cuentan las historias reales de personas reales, no?”. Carlos Puig, director de *Así como suena* de México, que ha sido uno de los pioneros en el formato en la región, desde 2016, es convincente sobre esta relación entre lo narrativo, lo periodístico y el podcast como medio digital: “*Así como suena* es un podcast narrativo hecho por periodistas, y hecho con valores periodísticos. Pero en donde hacemos narrativa, no damos noticias”.

Cómo los productores conciben su podcast coincide en gran parte con las propuestas de clasificación que hicimos en la discusión teórica, las que recogen esta relación entre géneros mayores, como el *true crime* (*Fugas*, *La segunda muerte del dios punk*, *Praia dos Ossos*) y el podcast narrativo y/o documental (*Cuir*, *Así como suena*, *El estallido de las cosas*, *Transhistorias de cuidados*, *110 histórias*, *110 objetos*, *Segurança privada*, etc.), con otros géneros como la crónica, tal como lo señalan los productores de *Relato nacional*, *Sons de Lisboa* y también *Cuir* y *Fugas*. Es decir, no son categorías excluyentes, sino que más bien conviven distintas acepciones y formas de entender su propio podcast. Aun cuando esto no deja de ser cierto, las historias comparten un tronco común: son basadas en hechos reales. A veces más cercanas al periodismo narrativo (crónica), otras a medios artísticos (documental) y otras a la literatura y el cine (*true crime*).

Pero ¿de qué hablan estos podcasts narrativos de no ficción?, que transitan entre “fronteras” flexibles, porosas y fluidas, y que expresan una relación entre lo periodístico y otros campos como la literatura, el cine, la radio y el podcast mismo.

Tabla N°10

Las temáticas que tratan los 17 podcasts narrativos de no ficción independientes

Nombre del podcast	Temática
La segunda muerte del dios punk (ARG)	Presunto suicidio de un músico de Rosario, Argentina, a causa del escrache virtual.
Fugas (ARG)	Fugas de cárceles latinoamericanas contadas por sus protagonistas.
Praia dos Ossos (BR)	Asesinato de una mujer de la alta sociedad brasilera, a mediados de los años '70.
Até que se prove o contrário (BR)	Injusticias del sistema judicial brasileño contra personas pobres y negras.
Cartagena federal (COL)	Historias de la identidad de Cartagena de Indias, Colombia.
Un periódico de ayer (COL)	Historias de personas que estuvieron involucradas o que fueron protagonistas de hechos pasados en Colombia.
Relato nacional (CH)	Relatos de vida de personas y lugares de Chile.

El estallido de las cosas (CH)	El estallido social chileno (2019), a través de los objetos que fueron protagonistas de este conflicto.
Brazalete negro (ESP)	Historias trágicas que envuelven al fútbol y a la vida de los jugadores y equipos.
La historia es ayer (ESP)	Historias de la condición humana y la vida cotidiana del pasado, a través de los objetos y la basura.
Si no sabéis de mí (ESP)	Historia de un combatiente español en el Kurdistán, quien decide regresar a España.
Cuir (MEX)	Historias reales de la comunidad LGBTQ+ contadas por sus protagonistas.
Así como suena (MEX)	Historias actuales sobre amor, crimen, política, corrupción y la vida cotidiana en México.
Transhistorias de cuidados (PER)	Historias de vida de mujeres trans peruanas.
Sons de Lisboa (POR)	Historias que hay detrás de los sonidos de Lisboa.
Segurança privada, exército de precários (POR)	Investigación sobre el funcionamiento de los servicios de vigilancia y seguridad privada en Portugal.
110 histórias, 110 objetos (POR)	Historias de 110 objetos históricos y de gran valor científico y cultural de Portugal.

Fuente: elaboración propia sobre la base de la descripción de sus pódcast en sus sitios web y las fichas de análisis de estas producciones.

Después de exponer las definiciones y reflexiones hechas por los propios productores, y la descripción general de las temáticas que abordan, nos da pie para conocer y comprender las motivaciones e inquietudes que tienen ellos para crear, producir y publicar este tipo de pódcast.

7.1.2. Motivaciones de los productores

7.1.2.1. Motivaciones e intereses

Un elemento relevante para la construcción narrativa son las motivaciones y posicionamientos que sostienen la creación.

Dentro de las motivaciones existen variados argumentos, muchos de ellos entrelazados entre sí. Asociado a su condición de independencia, algunos entrevistados destacaron

sus intereses e intuiciones personales al momento de crear el pódcast, como también el contexto de producción, como veremos en el párrafo siguiente. En el caso de *Praia dos Ossos*, la productora Branca Vianna tiene una vinculación personal con la historia: “Hubo un segundo juicio después de mucha presión de la opinión pública, que estaba liderada por el movimiento feminista de la época. Supe de esta parte de la historia debido a la participación de mi madre”. El pódcast cuenta la historia de Ângela Diniz, mujer de la alta sociedad brasileña, que fue asesinada en la década de los setenta, hecho que causó revuelo y movilización feminista en aquellos años, y en cuyas acciones participó la madre de quien creó el pódcast.

Imagen N°3

Portada y acceso al sitio de *Praia dos Ossos* (Brasil)



Crédito portada: Rádio Novelo / Código QR para acceder al micrositio de Praia dos Ossos /

Link: <https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/>

Esta apasionante historia contada en ocho episodios, sobre el crimen real (*true crime*) de una mujer de la socialité brasileña, conmueve a la productora de Rádio Novelo debido al machismo de la época y la impunidad que se mantuvo por muchos años en una sociedad altamente conservadora. Esto revela el compromiso social que tienen los productores, mientras el tratamiento, como veremos oportunamente, da un giro en 180 grados en comparación con el *true crime* clásico norteamericano, como planteaba Sebastián Ortega de *Fugas*.

En otros casos, como en *Sons de Lisboa* y *110 Histórias*, *110 Objetos* de Portugal, y *Si no sabéis de mí* de España, el contexto de la pandemia condicionó la creación del pódcast,

ya sea por la historia misma que se quería contar o por la imposibilidad de realizar encuentros presenciales. Por ejemplo, en el episodio *O Largo da Graça perdeu o seu grito de guerra*, de *Sons de Lisboa*, una tradicional florista cuenta que no puede vender sus flores en el centro de Lisboa en pleno confinamiento y ya no se puede escuchar su grito tan característico “Vai fluoooores!”. Mientras por la distancia y para resguardar su seguridad, un combatiente español en las milicias kurdas cuenta, a través de Signal, su aventura en el Kurdistán y sus deseos de volver a Madrid, cuya historia es parte de *Si no sabéis de mí*. También se dio la posibilidad de crear un pódcast que aprovechara el momento de la pandemia para sacarle partido a objetos de gran valor de las escuelas de ingeniería, arquitectura, ciencias y tecnología del Instituto Superior Técnico, que es parte de la Universidad de Lisboa:

“Había muchos objetos increíbles con historias increíbles, que si no se contaban se perderían en la espuma del tiempo. Queriendo empezar con proyectos nuevos para mostrarle a la gente el Técnico [Instituto Superior Técnico], y no poder hacerlo porque estábamos todos encerrados en casa, pensamos que sería una buena idea el proyecto. (...) Como estábamos todos separados y no sabíamos cuánto iba a durar, pensamos que la idea de un pódcast era buena, para que empezáramos a contar las historias de inmediato e involucrar a las personas en estas historias”, cuenta sobre el origen del proyecto Joana Lobo, coordinadora del pódcast portugués *110 histórias, 110 objetos*.

En otros pódcast, como *Relato nacional* (Chile), *La historia es ayer* (España), *Cartagena federal* (Colombia) o *Segurança privada, exército de precários* (Portugal), la motivación se sustenta en un interés por “escarbar” o explorar en historias poco conocidas mediáticamente, muchas veces con la intención de derribar ciertos mitos o lugares comunes presentes en los discursos colectivos, como señalan los realizadores desde *Cartagena federal*:

“*Cartagena federal* nació con una idea central, que es también como una suerte de idea discursiva, que tiene que ver con el problema de representación que hay con Cartagena (...). Entonces, por ejemplo, el calor nos une, que es como el discurso del episodio 41 grados en la sombra. Y para hilar ese discurso, en lugar de hilar argumentos como uno lo haría en un ensayo, lo que hacemos es hilar

historias. (...) *Cartagena federal* procura perseguir la autenticidad de vivir en la costa, frente a una forma de vida que nosotros sentimos que ha sido narrada de forma equívoca y un poco impostada”, sostiene Sebastián Duque, director producción de este pódcast colombiano.

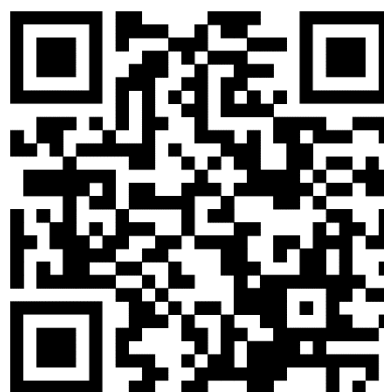
Marcus Hurst, o Marcus H como es conocido, director creativo y cofundador de la productora española *El Extraordinario*, y director y productor de *La historia es ayer*, compara la motivación por investigar con el trabajo de excavación arqueológica, gracias a una entrevista que realizó al arqueólogo Alfredo González Ruibal, en el contexto de otro pódcast de la casa productora:

“Tengo otro programa que se llama *La condición humana* y en ese programa el primer capítulo que hice fue sobre la basura, y conocí a un arqueólogo que se llama Alfredo González Ruibal (...). Al conocer su filosofía, la manera en que divulga la arqueología, me quedé tan fascinado, tan prendado de su manera de pensar, que dije: ‘quiero hacer un pódcast solo con él. Es decir, uso su metodología para generar contenido. Me he empapado de su manera de ver el mundo y lo he trasladado a un pódcast”.

Esta motivación por “escarbar” en los hechos y sus contextos históricos ha logrado tal éxito, que el pódcast ya cuenta con dos temporadas y 17 episodios. Ha estado entre los 25 más escuchados en Spotify, en abril de 2023 por ejemplo, además de ser recomendado como uno de los mejores pódcast del año por *El País* de España, en 2022.

Imagen N°4

Portada y acceso al sitio de *La historia es ayer* (España)



Esta motivación por investigar en profundidad se asocia a un interés historiográfico general, que es observado en la temática de distintos pódcast, como *Si no sabéis de mí* (España), *Un periódico de ayer* (Colombia), *El estallido de las cosas* (Chile), *Brazalete negro* (España), *Fugas* (Argentina), y *Praia dos Ossos* (Brasil). En todos estos casos, existe una motivación por relevar eventos del pasado, tanto lejanos como recientes, para darle un contexto histórico que permita su valoración en el presente, como declara Marta Salicrú, productora ejecutiva de *Brazalete Negro*: “Brazalete es un pódcast sobre fútbol que puede gustar a la gente que no le gusta el fútbol, precisamente por esta dimensión de historia en mayúscula, y de historias con su dimensión sociológica”. En un tenor similar se expresa Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*: “A mí me gusta pensar el periódico de ayer como un cruce de caminos entre la historia con mayúscula, la historia pública, y todos aquellos dramas privados que están de alguna manera relacionados con esos hechos públicos. Es una especie de contrapunto entre historia pública, dramas privados, pasado y presente”.

En relación con la motivación para la construcción del pódcast, en algunos casos, ciertos capítulos provienen de colaboradores externos al equipo, como pueden ser periodistas que traen historias, como en el pódcast chileno *Relato nacional*, o también sugerencias de la audiencia, como en *Praia dos Ossos*, lo que es indicador de cómo se mueven los productos digitales nativos en el entorno mediático actual, en el que la vinculación con la audiencia genera distintos grados de participación, fidelización y de comunidad en torno a estos pódcast (ver subapartado 7.5). En último caso, existe una motivación por generar contenidos llamativos y en línea con los intereses de las diferentes audiencias, como señala el director de *Un periódico de ayer*, de Colombia, Juan Serrano: “Es un pódcast en el que aprovechamos deliberadamente el gran interés que existe en las audiencias, sobre todo las más jóvenes, por la historia”.

La historia de la historia, que sea bien contada, novedosa, atractiva y cuidada sonoramente, es un aspecto central en los pódcast narrativos de no ficción, más aún independientes, que buscan darle una “vuelta” a la historia que se ha contado mil veces,

o proponer historias de esa historia que han estado ocultas por tantos años. Esos son los casos, entre otros, del mismo *Un periódico de ayer*, *La historia es ayer* y *Brazaletes negro*.

7.1.2.2. Perspectiva de autor

Sobre el posicionamiento de autor/a, existe un relativo consenso entre los y las informantes de la importancia de adoptar una ética periodística, que sea respetuosa de los testimonios de los entrevistados y de la veracidad de los hechos contados, cuya base es el piso inicial de cualquier pódcast narrativo de no ficción. Existe una preocupación por indagar y contrastar lo más posible la información y los datos disponibles, lo que se refleja en la etapa de preproducción que destacaremos en el subcapítulo siguiente. Carlos Puig, director de *Así como suena*, de México, refleja claramente lo anterior:

“Lo que hemos hecho a lo largo de estos casi ocho años es aprender a narrar, para un nuevo formato. Porque lo que importa, digamos, es la narración. Nosotros estamos convencidos, como periodistas que tenemos algunos años en este oficio, que más allá de las primeras reglas del periodismo que se aplican a todos por igual, desde la obtención de la información, la clasificación de la información, la verificación de la información (...) las narrativas son diferentes para la web, porque las estructuras de difusión son diferentes, porque la manera en que el público se acerca es diferente”.

Esta perspectiva periodística, que no es propia de un *daily*, por más profundidad que se le quiera dar a este formato y que algunos autores incluyen como un tipo de pódcast narrativo (Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023), se traduce en una práctica particular. Esta es reconocida por algunos entrevistados/as de la siguiente forma: la idea es grabar en todo momento, no solamente cuando se inicia la conversación con la persona: “Dejas el auto con el micrófono y regresas al auto con micrófono”, indica Branca Vianna, productora de *Praia dos Ossos*. La narrativa no se construye únicamente con lo dicho por el o la entrevistada, sino que también con todo el contexto previo y posterior, que permite situar de mejor manera la historia. Así también lo explica Yissel Ibarra, productora de *Así como suena* (México): “Si vas a hacer tu pódcast debes tener la grabadora prendida desde antes de salir de tu casa y grabarlo todo, y veme contando qué estás pensando, qué expectativas tienes, qué miedos tienes, por dónde estás

pasando. A mí me va a servir después, o a Hugo (productor de sonido) le va a servir después, para construir sonoramente la historia”. Es decir, esta etapa de construcción narrativa va muy de la mano con cómo se entiende y se hace la producción, y preproducción en este caso, de modo que los recursos tecnológicos y humanos estén al servicio de una historia fresca, activa, dinámica.

En conjunto con esta ética periodística, existe un posicionamiento en torno a la independencia editorial y la dimensión política, que son aspectos relevantes dentro del podcast independiente (Adler, 2022, 2021; García Marín, 2020; Bonini, 2015). En relación con lo primero, algunos equipos valoran la libertad editorial para poder abordar diferentes temáticas sin tener que pasar por el visado o la censura de otra entidad superior: “Me gusta darle vueltas, evaluar, reevaluar lo que estamos haciendo y constantemente reinventar. Y eso creo que es especialmente fácil en el podcast, porque a lo mejor haciéndolo en la radio, con una empresa detrás, con una exigencia mayor a nivel comercial, sería distinto (...) yo me siento muy libre, muy libre con *Brazalete [negro]*”, sostiene Aitor Lagunas, director y narrador de *Brazalete negro*, cuyo podcast fue coproducido por Panenka podcast y Radio Primavera Sound.

En varios casos existe un posicionamiento político en la realización del podcast. Esto se expresa en la elección y tratamiento de los diferentes temas. El investigador y guionista de *Fugas*, Sebastián Ortega, destaca ese componente político y social, que cruza las historias que están contando más allá de la época y país donde ocurren los hechos. A contrapelo de lo anterior, algunos podcast recalcan el trabajo de investigación y de construcción narrativa por sobre la dimensión política, para no convertir al podcast en una proclama y así acceder a audiencias más amplias y no solamente afines a los ideales propuestos. Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia, indica al respecto:

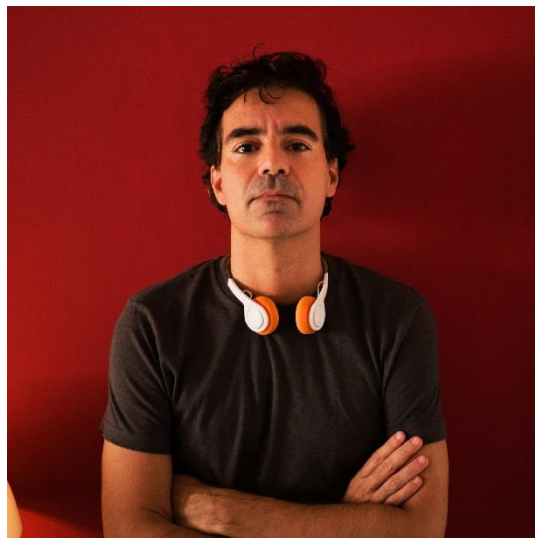
“Es narrar los hechos de una manera que le baje un poco el dramatismo. Sí, estamos parados desde una visión de mundo, pero queriendo llegar a las audiencias más amplias posibles. Yo realmente no lo denominaría objetividad, más bien es una aspiración de hacerle justicia a la historia. Contar la historia de la manera más fidedigna posible. Ciertamente, reconociendo nuestros prejuicios, nuestra visión de mundo”.

Asociado también a la libertad editorial que otorga la independencia de una empresa radiofónica o de medios, y de una producción exclusiva para una plataforma, algunos relatos destacan de la importancia de construir y mantener la identidad del pódcast, la cual es posible de sostener más que en aquellos casos que un patrocinador o auspiciador financie el pódcast. *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina, es elocuente de aquello, a propósito del suicidio de un músico rosarino que habría sido víctima del escrache. Ese tema no podría haber salido por una radio tradicional ni menos tener financiación para su producción. Así lo explica Martín Parodi, director artístico de este exitoso pódcast que ganó el Premio Gabo 2022, en la categoría audio:

“Queríamos volver a ese espíritu periodístico clásico, narrativo, de que uno sabe que si va a buscar a este periodista, sabe con qué se va a encontrar y sabe que la investigación va a estar bien, que va a tener una perspectiva. En el caso de Nico [Nicolás Maggi, productor] tiene que ver justamente con esta cuestión más punk, de cómo enfrentar la investigación, de qué personaje buscar, y de cómo contar la historia”.

Imagen N°5

Martín Parodi, productor artístico de *La segunda muerte del dios punk* (Argentina)



Crédito imagen: Martín Parodi

Un resultado relevante, y que es observado al menos en diez de los casos de estudio, tiene que ver con la referencia a la cultura norteamericana, principalmente asociada a la construcción del guion y a la estructura de la historia. Específicamente, el programa

estadounidense *This American Life* y su spin off, *Serial*, son un referente para los productores, cuyo pódcast se considera como aquel que masificó el pódcast narrativo, y el *true crime* especialmente. Al menos tres realizadores valoraron la importancia de esta producción: “Cómo llegamos al pódcast de crónica narrativa sonora en 2016, donde no había nada o había muy poco, tiene que ver con *This American Life*. Yo era súper fanática de este programa, pero había mucho por hacer todavía”, explica Nancy Castillo, directora de *Relato nacional* de Chile. La contraparte latinoamericana a este pódcast la reconoce Sebastián Duque, productor colombiano de *Cartagena federal*: “Y, por supuesto, nuestros referentes principales fueron *This American Life*, de Estados Unidos, y Radio Ambulante en América Latina”. En esta misma línea del *audio journalism* norteamericano, Bernardo Afonso, productor sonoro de *Segurança privada, exército de Precários*, de Portugal, cuenta: “uno de mis tipos de podcast favoritos son los de Scott Carrier, que es un periodista muy conocido que ha hecho cosas para *This American life*, y tiene un podcast llamado hogar de los valientes (*Home of the brave*)⁷⁴”. En este pódcast, que Carrier produjo entre 2015 y 2021, y al igual que en las colaboraciones para *This American life*, el productor se sumergía en las historias, en las cuales él mismo podía ser testigo privilegiado o protagonista. Esto ocurrió por ejemplo en el episodio The test, Ira Glass presenta la historia de Carrier: “El productor de radio Scott Carrier renunció a su trabajo en un momento bajo de su vida. Su esposa lo dejó y se llevó a los niños. Y consiguió un trabajo entrevistando a esquizofrénicos para algunos investigadores médicos. Después de hacerlo por un tiempo, comenzó a preguntarse si él mismo era esquizofrénico. Scott tiene un nuevo podcast llamado Home of the Brave. (18 minutos)”, reza la descripción de este capítulo⁷⁵.

Este referente norteamericano en la producción de pódcast, que se explica porque significa un referente y una ventana para la explosión del formato de ahora en adelante (Hardey y James, 2022; Sherrill, 2022), redunda en la adopción de formas de narración foráneas por parte del pódcast independiente iberoamericano, como afirma Bernardo Afonso: “En realidad, para que empezáramos a producir nuestros pódcast, lo que nos entusiasmaba en los otros que escuchamos, los estadounidenses invariablemente, era

⁷⁴ El hogar de los valientes en <https://homebrave.com/>

⁷⁵ Para escuchar este episodio de *This American life* acceder este link <https://www.thisamericanlife.org/551/good-guys-2015/act-four-3>

exactamente esta construcción narrativa, que tiene una construcción de texto muy importante y, luego, por supuesto, una parte sonora”.

Así, para varios productores, la libertad editorial se convierte en una condición del podcast narrativo independiente que realizan, lo que permite seleccionar los temas, producirlos a su propio ritmo y “hablar” desde donde les resulte más cómodo. En este sentido, el posicionamiento que toman no es al libre albedrío, sino que responde a un proceso de investigación que busca, basado en una sensibilidad social por los temas y personajes que son parte de su historia, profundizar en los hechos con la mayor veracidad posible. Esto hace, a su juicio, que sus podcasts adquieran su propia identidad. Si bien en un principio, la cultura norteamericana -y del podcast precisamente- es muy fuerte en América Latina, pero también en Portugal, como explica uno de los entrevistados de ese país, a poco andar cada podcast va tomando su vuelo propio y se van diseñando sus propias narrativas y estableciendo sus formas de producción.

7.1.3. Temas tratados

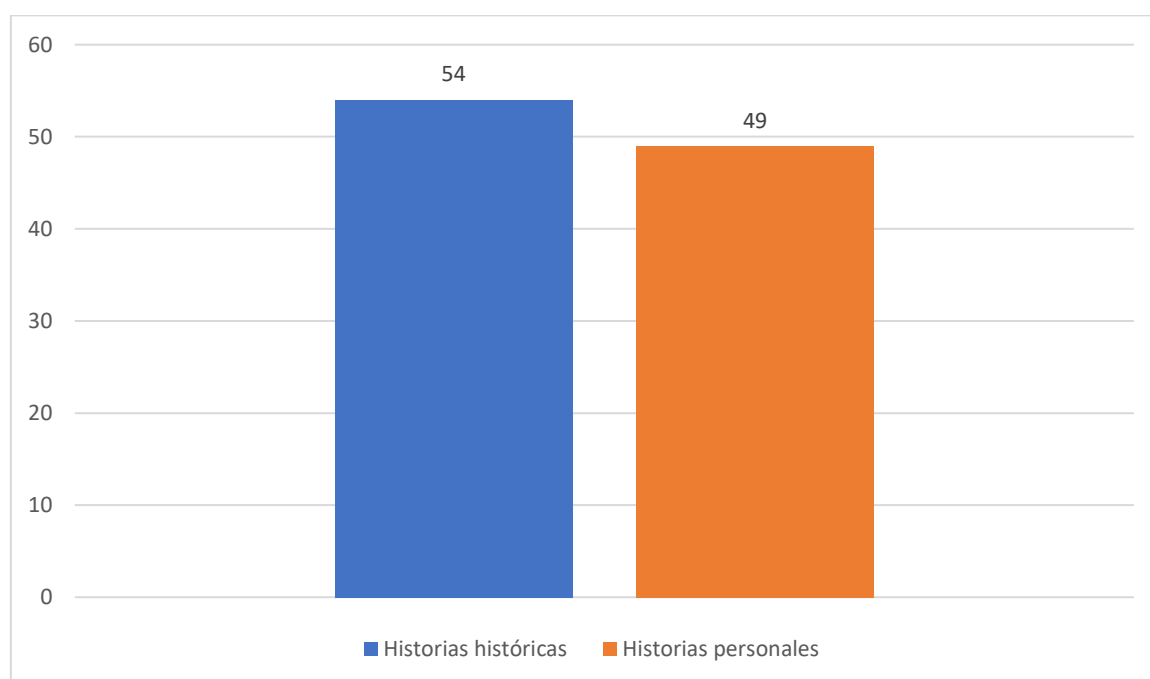
Con respecto a las temáticas, estas son relativamente variadas, desde asesinatos (*Praia dos Ossos*, Brasil; *Brazaletes negro*, España), suicidio (*La segunda muerte del dios punk*, Argentina), fugas (*Fugas*, Argentina), pasando por investigaciones sobre el sistema de justicia (*Até que se prove o contrário*, Brasil) y la seguridad privada (*Segurança privada, exército de precários*, Portugal), hasta relatos de vida significativos (*Cuir*, México; *Transhistorias de cuidados*, Perú, *Si no sabéis de mí*, España; *Relato nacional*, Chile) e identidad e historias de un país o del mundo (*110 histórias, 110 objetos y Sons de Lisboa*, Portugal; *Cartagena federal*, Colombia; *Un periódico de ayer*, Colombia; *Así como suena*, México; *El estallido de las cosas*, Chile; *Un periódico de ayer*, España).

Debido a esta variedad de formas que asume la producción independiente de los podcasts narrativos de no ficción, tal como lo establecimos en el tercer criterio de selección, no es posible hacer una división fácil entre las 17 producciones. Aun así pudimos clasificar los podcasts, según definimos en la variable narrativa, número 13 de la ficha de análisis, que fue explicada en el marco metodológico: entre temáticas históricas, vale decir, sucesos pasados, que no han sido tratados o sobre los cuales se

propone una perspectiva nueva o singular, y temáticas personales, basadas en relatos de vida, que sorprenden por la historia misma contada por sus protagonistas.

Considerando los 103 capítulos analizados, 54 corresponden a narraciones históricas, lo que representa un 52% de la muestra. Mientras, 49 de los capítulos refieren a historias personales, lo que corresponde a un 48% (ver el gráfico N°1 a continuación):

Gráfico N°1
Número de capítulos, según el tipo de historia



Fuente: elaboración propia sobre la base la base de las fichas de análisis

Dentro de las historias históricas es posible ubicar a pódcast como *Praia dos Ossos* de Brasil; *Fugas* de Argentina; *El estallido de las cosas* de Chile; *Un periódico de ayer* de Colombia; *Segurança privada, exército de precários y 110 histórias, 110 objetos*, ambos de Portugal; *Brazaletes Negro* y *La historia es ayer* de España. En varios de estos casos, sobre todo en los producidos en América Latina están fuertemente presentes los temas asociados a Derechos Humanos y violencia de Estado. Acerca de esta temática, Sebastián Ortega de *Fugas*, de Argentina, construye un relato elocuente de la presencia de estas temáticas a nivel regional:

“En torno a las violencias, se dan las particularidades de las violencias que tiene cada país. En Estados Unidos se piensa como crímenes o, sobre todo, criminales,

por ejemplo, asesinos seriales. ¿Dónde van los criminales? ¿Asesinos seriales? Entonces van a pensar esas investigaciones, cómo se investigan ese tipo de crímenes o cómo funciona la psicología de los personajes que cometen estos crímenes. Acá en América Latina, hacia abajo, tenemos tramas mucho más colectivas, pero también asociadas a formas o a prácticas de violencia que trascienden a lo individual, que tienen que ver con crímenes de Estado”.

En otros casos, como el podcast *110 histórias, 110 objetos* (Portugal) o *El estallido de las cosas* (Chile), los objetos son utilizados como dinamizador de un relato histórico. La importancia no está puesta en estos podcast, tanto en el objeto en sí mismo, sino en la relevancia histórica y social que posee: “nosotros necesitábamos un binomio, no solo necesitábamos objetos, necesitábamos objetos con historias interesantes y con personas que pudieran contar esas historias”, explica Joana Lobo, coordinadora de *110 histórias, 110 objetos*.

En el ámbito de las historias personales, es posible ubicar a podcast como *Transhistorias de cuidados* (Perú); *Até que se prove o contrário* (Brasil); *Cartagena federal* (Colombia), *Relato nacional* (Chile), *Cuir* (México), *La segunda muerte del dios punk* (Argentina); *Sons de Lisboa* (Portugal), y *Si no sabéis de mí* (España). En la mayoría de estos casos, historias comunes y cotidianas sirven como estímulo para proponer reflexiones de mayor alcance, como señala Ricardo Terto, productor de *Até que se prove o contrário*:

“Más allá de las personas, estas injusticias afectan a la sociedad en su conjunto. Entonces ¿por qué me importarían estas historias? Porque más allá del elemento trágico de sus vidas, estas historias afectan a la sociedad brasileña, porque están diciendo que el sistema de justicia brasileño tiene fallas (...) Ese fue el camino, de lo micro a lo macro”.

Ya sean historias personales o narraciones históricas, el interés documental y la vocación periodística se refleja en todos los podcast, en donde el relato permite generar reflexiones críticas sobre algún problema, sobre el país o la sociedad en su conjunto. En el episodio *Rueda, cae, levántate. Repite*, de la segunda temporada de *Cuir* de México (2022), un jugador de roller derby mexicano quiere cumplir su sueño deportivo, proceso durante el cual decide pasar a ser un hombre trans. El productor Erick Yáñez explica por

qué eligen este tipo de historias: “(...) nuestro criterio editorial es, pues, busquemos historias que nos enaltezcan, ¿no? Que no tengan un final feliz, sino un final en donde exponemos cómo es la realidad, sin necesariamente ser como lo son también muchos medios, sobre todo LGBT, que se dedican a hablar de cuestiones de denuncia”.

Para conocer más de cerca estas producciones, los mismos productores seleccionaron un episodio de cada pódcast, que representa en gran medida el proyecto editorial y el enfoque de la producción. 17 episodios de los pódcast estudiados, para escuchar a través de la siguiente *playlist*:

Imagen N°6

Acceso a una *playlist* con 17 episodios seleccionados por los mismos productores



Código QR: para acceder a la *playlist*

“Pódcast narrativos de no ficción independientes de Iberoamérica 2020-2023”

Tabla N°11

***Playlist* ordenada por país, en orden alfabético**

Pódcast	Episodio
<i>La Segunda muerte del dios punk</i> (ARG)	Episodio 1, Viral
<i>Fugas</i> (ARG)	Episodio 1, segunda temporada, La alcatraz del altiplano
<i>Praia dos Ossos</i> (BR)	Episodio 3, Ângela
<i>Até que se prove o contrário</i> (BR)	Episodio 1, O que os olhos não vêem
<i>Relato nacional</i> (CH)	Episodio 36, El imprescindible
<i>El estallido de las cosas</i> (CH)	Episodio 3, Cora la amarilla

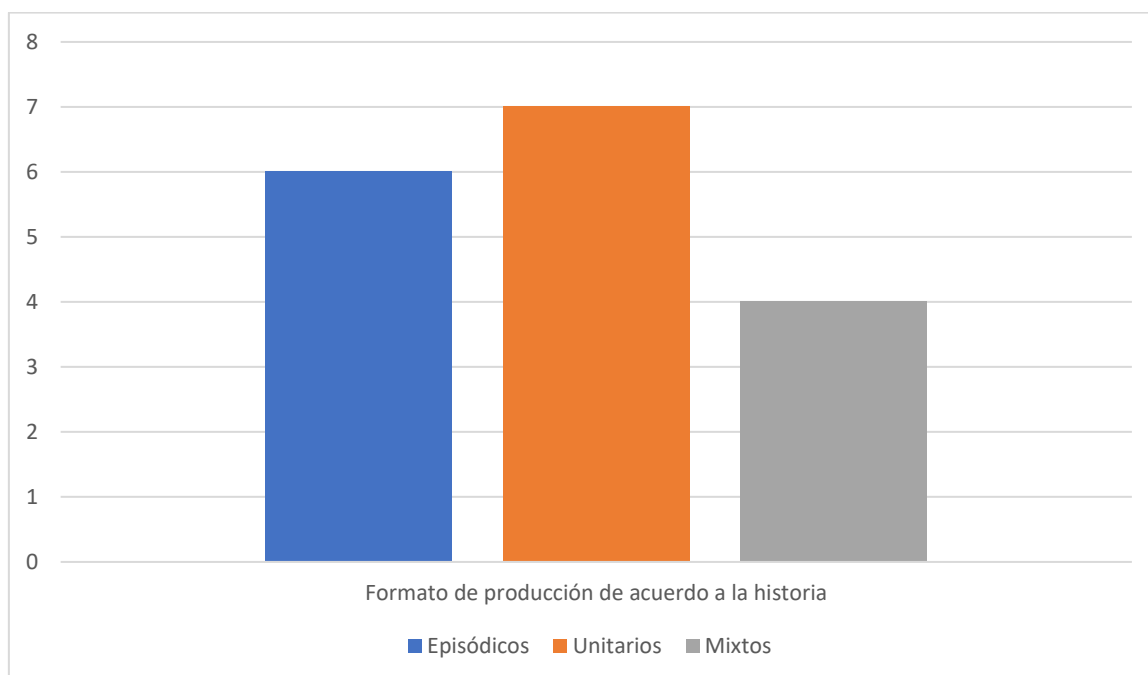
<i>Cartagena federal</i> (COL)	Episodio 5, primera temporada, El día en que llovieron peñones
<i>Un periódico de ayer</i> (COL)	Episodio 8, segunda temporada, El rastro del amor en la montaña
<i>Brazalete negro</i> (ESP)	Episodio 10, primera temporada, El futbolista que robó el grito
<i>Si no sabéis de mí</i> (ESP)	Episodio 1, La marcha
<i>La historia es ayer</i> (ESP)	Episodio 5, segunda temporada, La arqueología de los puticlubs, primera parte
<i>Así como suena</i> (MEX)	Episodio 276, Desapariciones de Estado, primera parte
<i>Cuir</i> (MEX)	Episodio 7, primera temporada, Jorge, Gina y Dante
<i>Transhistorias de cuidados</i> (PER)	Episodio 3, Sandra
<i>110 histórias, 110 objetos</i> (POR)	Episodio 5, Um telefone do século XIX
<i>Sons de Lisboa</i> (POR)	Episodio 5, Que notas de música sao estas que a ponte de 25 de abril faz ecoar pela cidade
<i>Segurança privada, exército de precários</i> (POR)	Episodio 1, Boinas

Fuente: elaboración propia sobre la base de la selección de los entrevistados

De los 17 pódcast de los ocho países analizados de Iberoamérica, seis producciones son series, es decir, abordan un mismo tema en varios episodios (*La segunda muerte del dios punk*, *Praia dos Ossos*, *Até que se prove o contrário*, *El estallido de las cosas*, *Si no sabéis de mí*, *Segurança privada, exército de precários*), siete pódcast son con episodios unitarios, vale decir, independientes o autoconclusivos el uno del otro, aunque unidos por una misma temática (*Relato nacional*, *Cartagena federal*, *Un periódico de ayer*, *Cuir*, *Transhistorias de cuidados*, *Sons de Lisboa* y *110 histórias, 110 objetos*), y 4 son mixtos, es decir, seriados y unitarios (*Fugas*, *La historia es ayer*, *Brazalete negro*, *Así como suena*).

Gráfico N°2

Formato de producción de acuerdo con la historia tratada



Fuente: elaboración propia

Pese a las diferencias que se dan entre los temas que abordan los 17 pódcast, sean seriadados, unitarios o mixtos, éstos comparten un compromiso social al tratar problemas mayores asociados a los derechos humanos y la violencia de estado, como también temas que hacen frente a los estereotipos, discriminaciones o realidades invisibilizadas, que viven personas comunes y corrientes pero que pueden identificar a muchos por los temas universales que están detrás. Estas historias y el tratamiento que les dan los productores, tal como planteaba Erick Yáñez, buscan interpelar a audiencias globales, para sensibilizar, movilizar y transformar a quienes escuchan estas producciones. Se plantean así como verdaderos pódcast sociales (Rodríguez Ortiz, 2022) hechos por productoras independientes. Aunque su base no sea la radio comunitaria ni alternativa, comparten enfoques y narrativas propias de los medios no convencionales.

7.1.4. Estructuras narrativas

Si bien el estudio de las narrativas sonoras es una de las dimensiones más desarrolladas en la literatura sobre pódcast, según veíamos en el apartado teórico (Spinelli y Dann, 2019; Santos y Peixinho, 2019; Paisana y Martins, 2021; McHugh, 2022; etc.), las que

están ligadas por una parte a una estructura bastante tradicional en el *true crime* (Romero, 2020; Harday y James, 2022; Sánchez Esparza, 2023) y algo menos convencional en el pódcast narrativo documental (Lindgren, 2016; Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019), esta investigación contribuye a mostrar un arco amplio y diverso del universo iberoamericano. Aun cuando las narrativas no dejan de ser tradicionales, con base en la literatura, el cine y el mismo *true crime*, existen construcciones más arriesgadas o novedosas, que utilizan los medios sonoros y tecnológicos para contar una historia de manera atractiva y peculiar.

Con todo, la estructura narrativa es parte fundamental de la narración, pues sin orden o estructura no hay historia que pueda contarse y atrapar al oyente, como lo destaca Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia:

“Internamente decimos la estructura no es todo, pero lo es casi todo. Somos muy dependientes de la estructura, ya que es un punto crucial del proceso de producir un pódcast. Porque tú puedes haber hecho una gran reportería, una gran producción, tener unos audios magníficos, pero si no logras ensamblar eso, o si no logras dar con la forma adecuada, con la mejor estructura para todo aquel arsenal de audios que recogiste, pues tu historia va a fallar y sería una lástima que eso ocurriera”.

Imagen N°7

Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer* (Colombia)



Crédito imagen: Juan Serrano

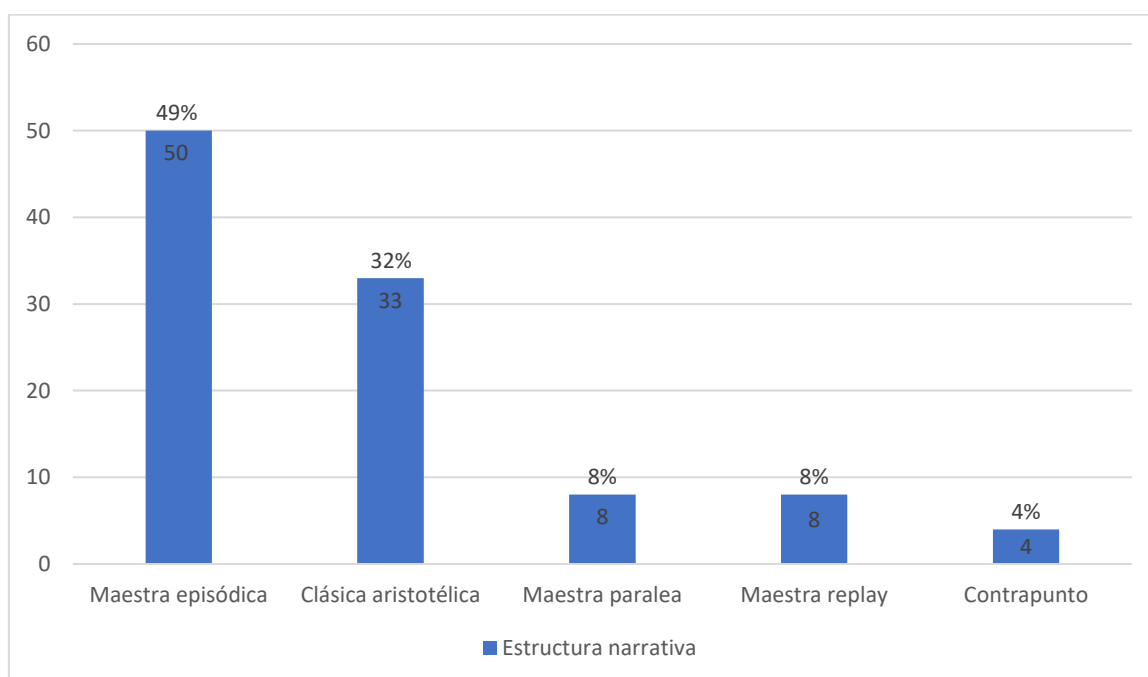
La mayoría de los productores afirman que usan una estructura fija para sus episodios. Así lo destaca, Erick Yáñez, productor del podcast *Cuir* de México, quien emplea una estructura estable, particularmente en el prólogo, ya que entrega “familiaridad de un *host* (anfitrión) y de un lugar al que se puede llegar semana tras semana, porque además tienes el *branding* [o estrategia de marca de tu propio podcast y dónde se aloja], y eso te ayuda en el reconocimiento”.

Lo que importa, entonces, es cómo se cuenta la historia y para ello la estructura elegida se hace de acuerdo con las necesidades que tenga la misma historia. Según definimos en el marco metodológico, en el punto 14 que corresponde a las variables narrativas de la ficha de análisis de los episodios, se seleccionaron cinco posibles estructuras narrativas. Basadas en la narración cinematográfica de Field (2002), Vogler (2005) y Álvarez (2017), la aplicación al documental sonoro o *feature* de López Villafranca (2023) y el análisis de las estructuras de algunos podcast narrativos de no ficción hecho por Morett (2021), tenemos: la clásica aristotélica y sus derivaciones, es decir, introducción, conflicto y desenlace; la estructura maestra paralela o brechtiana, que corresponde a diferentes historias que tienen algún vínculo temático; la estructura maestra episódica, en la que la historia es contada por episodios enlazados entre sí por una gran trama; la estructura de contrapunto en cuyos personajes están relacionados a través de un hecho

o suceso; y la estructura maestra de replay, que son aquellas historias contadas desde distintas perspectivas. Estas tienen el atributo tanto de rescatar como de actualizar la narración de historias sobre la base de la literatura, el cine, el *feature* y el pódcast. Su estudio se complementa con la información que proporciona el análisis de las entrevistas con los 25 productores, coordinadores y/o diseñadores sonoros.

Si bien los distintos pódcast y sus episodios siguen diferentes estructuras, de los 103 casos analizados hay dos estructuras narrativas que se irguen como las más frecuentes: la maestra episódica (50 episodios, que corresponden al 49% de los casos) y la clásica aristotélica (33 episodios, 32% de los casos) (Gráfico N°3). La maestra paralela o brechtiana y la maestra replay están presentes en 8 episodios (8%) cada una. Mientras, la estructura narrativa de contrapunto se encuentra en 4 casos (4%).

Gráfico N°3
Estructuras narrativas utilizadas por los pódcast narrativos independientes
iberoamericanos



Fuente: elaboración propia sobre la base de los 103 episodios analizados.

La preminencia de la estructura maestra episódica se asocia, según los entrevistados, a cierto privilegio por la narración cronológica, con un orden relativamente lineal. Es decir, si bien este tipo de estructura busca mantener la atención del oyente para los episodios

siguientes, se da en varios casos, como en dos episodios seriados de *Fugas* (Argentina), en la serie completa de *Até que se prove o contrário* (Brasil) y cuatro episodios, de ocho, de *Segurança privada, exército de precários* (Portugal), que utilizan dentro de sus episodios una estructura clásica aristotélica de presentación, nudo, desenlace. Un estudio más detenido de la estructura maestra episódica puede dar mayores certezas sobre hasta qué punto lo seriado encubre una forma tradicional de contar, aunque el final abierto permite que el oyente se sorprenda y se motive por escuchar la resolución del conflicto en el episodio siguiente o en los siguientes capítulos.

Según el análisis cuantitativo, los podcasts que presentan una estructura maestra episódica son: *El estallido de las cosas* (Chile), *La segunda muerte del dios punk* (Argentina), *Até que se prove o contrário* (Brasil), *Praia dos Ossos* (Brasil), *Segurança privada, exército de precários* (Portugal), *La historia es ayer* (España), y *Si no sabéis de mí* (España). En algunos casos, como *Fugas* y *Brazalete Negro*, solamente ciertos capítulos presentan una estructura maestra episódica. Un ejemplo claro de ésta es el caso del podcast argentino *La segunda muerte del dios punk*. Según cuentan sus realizadores, la idea de cada capítulo es ir avanzando en el proceso que llevó a la muerte del personaje: “Me acuerdo de que la decisión que tomamos fue que íbamos a hacer dos capítulos en los cuales se empieza a ver el descenso en espiral, de Javier y su deterioro. Y justo en el momento más álgido, cuando estamos llegando al momento del pozo, ponemos a Alexandra [Kohan, psicóloga] contando qué le hace a una persona en su subjetividad el proceso del dispositivo, del escrache. Y en el último mostramos que se mata por eso”.

Sin desmedro de lo anterior, el gráfico N°3 muestra en segundo lugar una importante presencia de la estructura clásica aristotélica. Esto sucede en 33 de los casos, que corresponden a un 32%. Al igual que la estructura maestra episódica, la estructura clásica aristotélica también tiene asidero en la estructura lineal o cronológica, aunque en esta última existe una construcción intencionada de tres dimensiones temporales (introducción, nudo, desenlace). Podcast como *Transhistorias de cuidados* (Perú), *Así como suena* (México), *Un periódico de ayer* (Colombia), *Sons de Lisboa* y *110 histórias, 110 objetos* (Portugal), y algunos episodios de *Relato nacional* (Chile) y *Cuir* (México), desarrollan una estructura clásica aristotélica (más detalle en los anexos, en las fichas de

análisis de cada episodio de los podcasts seleccionados). Esta forma de contar, la explica el director mexicano, Carlos Puig, del podcast *Así como suena*:

“Es un poco esa estructura que hemos ido modificando de tres actos ¿no? Es decir, el planteamiento del problema, los problemas en medio, la resolución del problema, pero con un personaje empujando la acción todo el tiempo, con algunos adversarios del personaje que se van ocupando en su camino, etcétera. Al final de cuentas no estamos descubriendo el hilo negro”.

Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer* (Colombia) argumenta por qué sigue siendo tal útil esta forma clásica de contar en el podcast narrativo de hoy: “Yo soy muy hinchado de la manera cronológica de contar una historia, porque me parece que es la forma con la que se puede ordenar la información de manera más fácil. Y al oyente me gusta hacerle el trabajo fácil. Yo no quiero jugar a confundir al oyente”.

En otros casos, la estructura es variable en cada episodio, asociada a la idea de que cada historia requiere un formato distinto para ser contada. Por ejemplo, de los cinco capítulos analizados de *Relato nacional*, de Chile, tres corresponden a una estructura maestra aristotélica, mientras que los otros dos utilizan la estructura de contrapunto. Al respecto, Nancy Castillo, directora de *Relato nacional* (Chile) confirma lo anterior: “Yo creo que si uno escucha varios capítulos, a veces dice ‘mira, acá lo contaron distinto’, especialmente un oído más entrenado. (...) eso depende de cada historia”.

Imagen N°8

Portada y acceso al sitio de Relato Nacional (Chile)



En otros ejemplos, como en *Así como suena* (México), de los seis capítulos revisados, tres corresponden a maestra replay y tres a maestra paralela, mientras en *Cartagena federal* (Colombia) uno es maestra replay y cuatro son maestra paralela. Asociado a esta variabilidad de estructuras, algunos entrevistados hablan también de romper, en algunos episodios, con la idea de linealidad o cronología, que está detrás de las estructuras maestra episódica o clásica aristotélica. Así lo plantea Aitor Lagunas, director de *Brazalete Negro* de España: “(...) (buscamos) un equilibrio entre ser lo menos lineales que podamos, siendo lo más lineales que necesite la historia”.

Para estos casos, se utilizan estructuras como maestra paralela, maestra replay o contrapunto, que corresponden a un 20% de los capítulos, es decir, 20 episodios de 103 analizados (Ver gráfico N°3). En maestra paralela, los pódcast con más años de producción como son *Cartagena federal* (Colombia) y *Así como suena* (México), y solo un episodio de *La historia es ayer* (España), que es de factura más reciente, apostaron por esta estructura más dinámica. Mientras, en tres episodios de *Así como suena* (México), tres de *Fugas* (Argentina), uno de *Cartagena federal* (Colombia) y uno de *110 histórias, 110 objetos* (Portugal), los productores apostaron por una estructura maestra de replay. Dos episodios de *Relato nacional* (Chile), uno de *Cuir* (México) y uno de *La historia es ayer* (España), se decidieron por la estructura de contrapunto. Llama la atención que *Cartagena federal* (que ya no produce sus historias sobre cartageneros, aun cuando sigue viva como productora homónima) y *Así como suena*, que tiene casi 300 episodios producidos hasta inicios de 2024 sean lo más “audaces” en las estructuras narrativas en comparación con los más recientes que optan por estructuras más tradicionales aunque no exclusivamente, sino que depende la construcción narrativa, como dicen, de lo que necesite cada historia. En este sentido, *Fugas* de la productora Anfibia pódcast de Argentina, *Relato nacional* de Factoría de contenidos de Chile y *La historia es ayer* de El Extraordinario de España experimentan con estructuras menos clásicas, lo que puede ser también la “llave” del éxito de sus premiados pódcast.

Con mayor o menor intensidad, en todos los pódcast la estructura narrativa está supeditada a la historia, y sobre todo a mantener la atención del oyente. Como indica

Nicolás Maggi, productor del pódcast argentino *La segunda muerte del dios punk*: “tratamos de que el orden esté al servicio de la historia”. En la misma línea Sebastián Duque de *Cartagena federal* de Colombia plantea que “nos gusta pensar en cinco minutos a la vez. Porque a mí, particularmente, pensar en algo que se alarga durante 35 minutos con una sola historia, me parece muy intimidante y muy retador”.

La intención de mantener la atención del oyente se traduce concretamente en la idea de “gancho”, la cual es mencionada por varios productores de los pódcast estudiados. El “gancho” refiere a cómo captar el interés del oyente desde el inicio de la historia, ya que, de otro modo, no podrán fidelizar a ningún auditor por más interesante que sea la historia.

En un contexto de consumos culturales personalizados, asincrónicos y móviles, poder conservar la atención de la audiencia, para escuchar una historia por un periodo considerable de tiempo, resulta un desafío importante. Los “ganchos” buscan justamente ello, desde el comienzo de la historia que se está narrando: “Hay una cosa que es segura: que la primera parte de la historia del pódcast tiene que ser fuerte; tengo que agarrarte pronto. Esto es inmediato. Ya sea con una curiosidad o con un zumbido muy diferente”, sostiene la productora portuguesa Catarina Reis, de *Sons de Lisboa*.

Imagen N°9

Catarina Reis, productora de *Sons de Lisboa* (Portugal)



Crédito imagen: Catarina Reis

Hablando también de esta idea de “gancho” o “cebo”, el productor portugués Marco Antonio Gonçalves, de *110 histórias, 110 objetos*, señala que “lo que trato de hacer con esto es captar la atención del oyente y convencerlo de que se quede el resto de la historia. En el fondo hay una especie de carnada que lanzo cuando soy el pescador y trato de ir a pescar, para que el oyente se quede allí”.

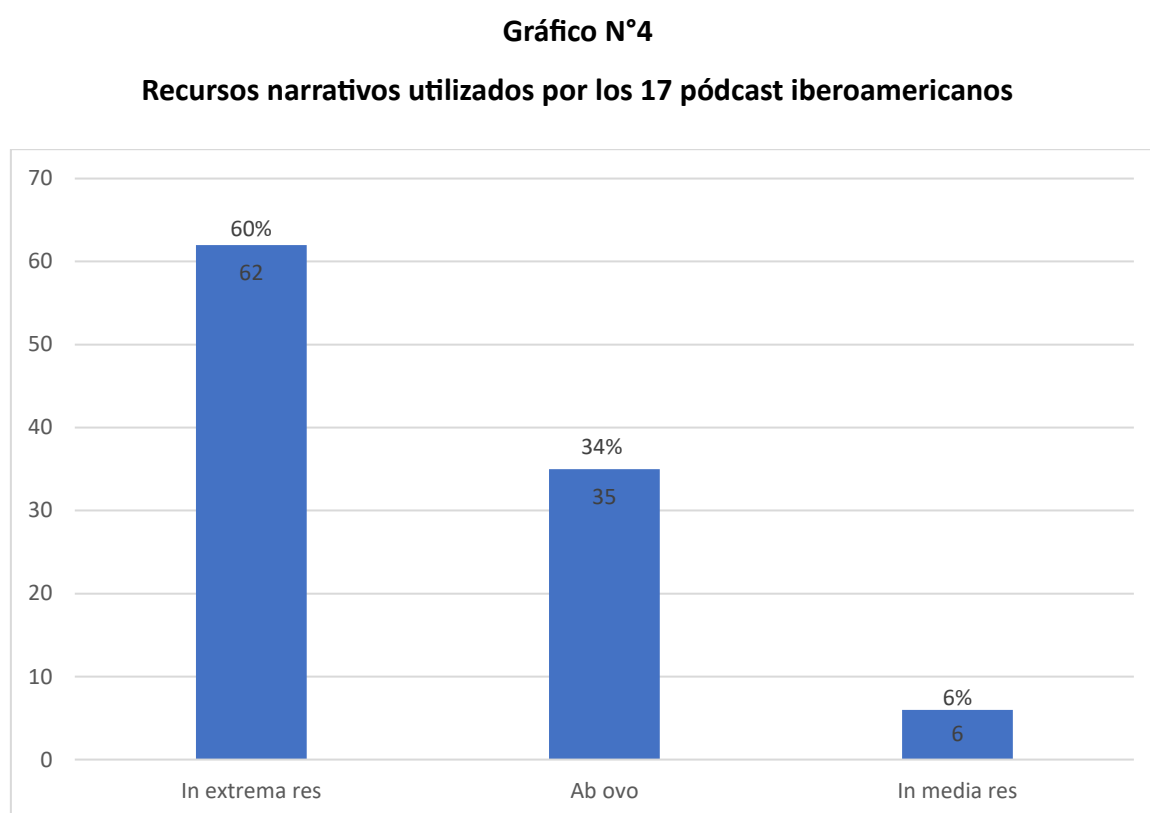
Es decir, una estructura cumple su cometido si sirve a la construcción narrativa de la historia que se está contando y un “gancho” funciona, como técnica para coger la atención del oyente desde el inicio, toda vez que el auditor no pierde el interés y la curiosidad por lo que está escuchando, de modo de quedarse hasta el final del episodio. En este sentido, el análisis de las estructuras da cuenta de una preponderancia de la estructura maestra episódica, por el mismo carácter serializado que asume hoy el podcast, y el podcast narrativo de no ficción en particular, que busca mantener la atención del oyente a lo largo de toda la trama y las subtramas que se desarrollan en cada episodio. La segunda, en orden de importancia, es la clásica aristotélica que corresponde a la estructura tradicional de contar historias, aunque actualizada a través de los “ganchos”, recursos narrativos que analizaremos a continuación y otras herramientas, como el uso del narrador como guía y testigo de la historia. Otras estructuras que vienen a complementar la forma de contar, que hacen las estructuras episódica y clásica, son las maestras paralela y de replay, y de contrapunto. Su ordenación muestra lo sorprendente que puede ser una historia cuando se aborda desde distintos puntos de vista o cuando las vidas de los personajes, sin nexo aparente, se entrecruzan. Estos giros aportan sorpresa y frescura a la trama, y permiten despertar la curiosidad e interés del oyente, tal como lo logran, por ejemplo, *Relato nacional*, de Chile, *Cartagena federal*, de Colombia, y *Fugas*, de Argentina. Quizás el principal desafío para el podcast narrativo de no ficción es cómo ir experimentando, a través de la estructura maestra episódica aprovechando su formato serializado y cómo la estructura clásica aristotélica puede actualizarse valiéndose de los recursos y técnicas narrativas, y de un diseño sonoro más diegético, por ejemplo.

7.1.5. Recursos narrativos

Asociado a la variabilidad en las estructuras narrativas y a la idea de “gancho” para captar la atención del auditor, los diferentes podcast utilizan distintas técnicas literarias

vinculadas a la disposición narrativa interna, como son *ab ovo*, *in media res* e *in extrema res*. La narración *ab ovo*, como definimos en el apartado metodológico, se entiende como aquella historia que comienza con el inicio lógico de la acción; *in media res* cuando la historia parte por el medio, desde el cual se dan saltos temporales al presente y al pasado; e *in extrema res* cuando la narración comienza por el final de la historia, para después ir al inicio y dar los saltos temporales que se necesiten.

La distribución de estos recursos en los podcast analizados se observa en el siguiente gráfico N°4:



Fuente: elaboración propia basado en el análisis de 103 podcast escuchados.

Como se observa en el gráfico N°4, un porcentaje importante (60%) de los episodios analizados utilizan la técnica de *in extrema res*, es decir, parten contando la historia desde el final. Esto puede asociarse a dos cosas. Por un lado, al interés generalizado de los podcast por construir ese “gancho” o “cebo”, en donde la conclusión de la historia resulta un elemento dinamizador y atrayente para el auditor, para saber qué pasó y cómo ocurrió tal o cual cosa. Por otro lado, comenzar contando el final o parte del final de la historia puede vincularse al interés general por el trabajo documental y de no ficción.

Este busca indagar en los sucesos pasados o más recientes, a través de diversas vías de investigación, junto con un diseño sonoro atractivo que envuelva al oyente de aquellas atmósferas, ambientes o espacios en los cuales ocurre la acción. En ese sentido, el final y desenlace de la historia no resulta tan importante como el proceso de investigación periodística y social de toda la historia. En el caso de *Fugas de Argentina*, esta idea se puede ver claramente: “Nosotros sabíamos que teníamos que arrancar esa historia con algo, con un gancho potente y fuerte que había en esa historia que nosotros queríamos contar. Y esa escena fuerte vuelve a aparecer, de otra manera, redactada en algún momento del episodio, que es el clímax del episodio”, cuenta Sebastián Ortega, investigador, guionista y narrador de este pódcast. Entonces, el gancho inicial, que muchas veces puede ser parte del final (*in extrema res*), permite atraer al auditor, además de construir un relato que lleve a responder las dudas, causas o motivos que generaron esa escena dinamizadora de la historia.

En el 34% de los casos, la historia parte con el inicio, es decir, ab ovo, cuyo recurso está muy vinculado a la estructura clásica aristotélica y sus distintas variaciones. Esto se observa, por ejemplo, en el pódcast peruano *Transhistorias de cuidados*, en donde la estructura ab ovo se vincula a una presentación cronológica de la biografía de la persona sobre la que trata el episodio: “La estructura narrativa es muy clásica. Empieza en la niñez, luego va avanzando hacia la adolescencia y después a la adultez. La estructura narrativa es así, muy clásica”, explica Maju Carrión, productora de esta producción. Solo en el 6% de los casos, es decir, en seis episodios, la historia comienza por el medio o *in media res*. Esto ocurre, por ejemplo, en el episodio El rastro del amor en la montaña, de Un periódico de ayer, de Colombia. Una historia sorprendente; un viaje doloroso: “En abril del 2000, Gerardo Angulo y Carmenza Castañeda fueron secuestrados por la guerrilla de las Farc. Sus hijos, desde entonces, los han buscado en páramos, selvas, llanuras, sierras, bosques, pueblos y ciudades, y han hablado con policías, militares, funcionarios, comandantes guerrilleros y exguerrilleros. A partir del testimonio de dos de los hijos, este episodio narra las piruetas que han hecho para encontrar a sus padres, así como las sorpresas que han encontrado en el camino”, señala la descripción de este capítulo. Aquí la historia no comienza por el final cuando algunos de los hijos son protagonistas de un hallazgo, ni cuando desaparecieron sus padres el año 2000, sino que

se sitúa en un momento intermedio de búsqueda permanente de los progenitores Angulo Castañeda.

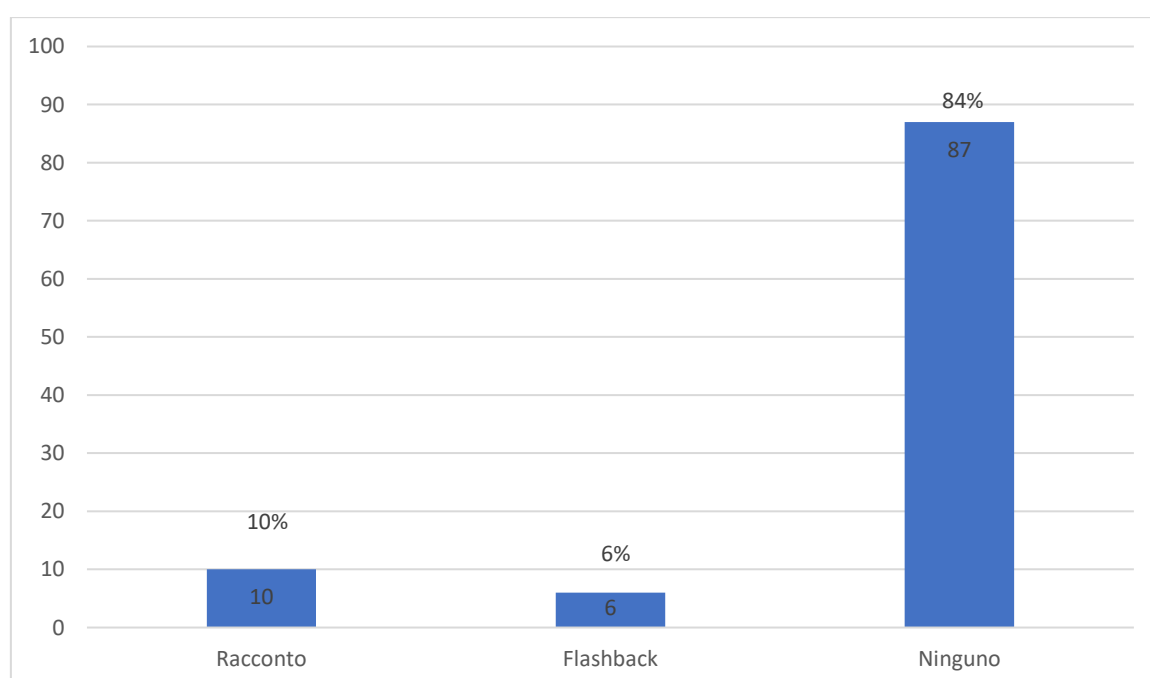
7.1.5.1. Otros recursos narrativos

Otros recursos utilizados, que se pueden reconocer en el análisis de la estructura son las técnicas narrativas del *racconto* (recuerdo extenso), el *flash back* (recuerdo breve) y el *flash forward* (prospección breve al futuro). Estas técnicas se usan como estrategias para contar de acuerdo con la historia que se está contando y la estructura que quieren darle los productores.

Aunque están presentes en algunos casos, no son preponderantes. Estos recursos son el *flash back* y *racconto*, que están presentes solo en el 16% de los casos, es decir, 16 episodios (Gráfico N°5) descartándose el uso del *flash forward*, al menos en estos 103 episodios analizados.

Como indica Aitor Lagunas, director y narrador de *Brazalete Negro*, de España: “El timeline general, salvada la parte del comienzo, es más o menos un timeline cronológico. Pero sí que es verdad que nos gusta de vez en cuando meter esos pequeños paréntesis, esos pequeños flash back o flash forward”.

Gráfico N°5
Técnicas narrativas



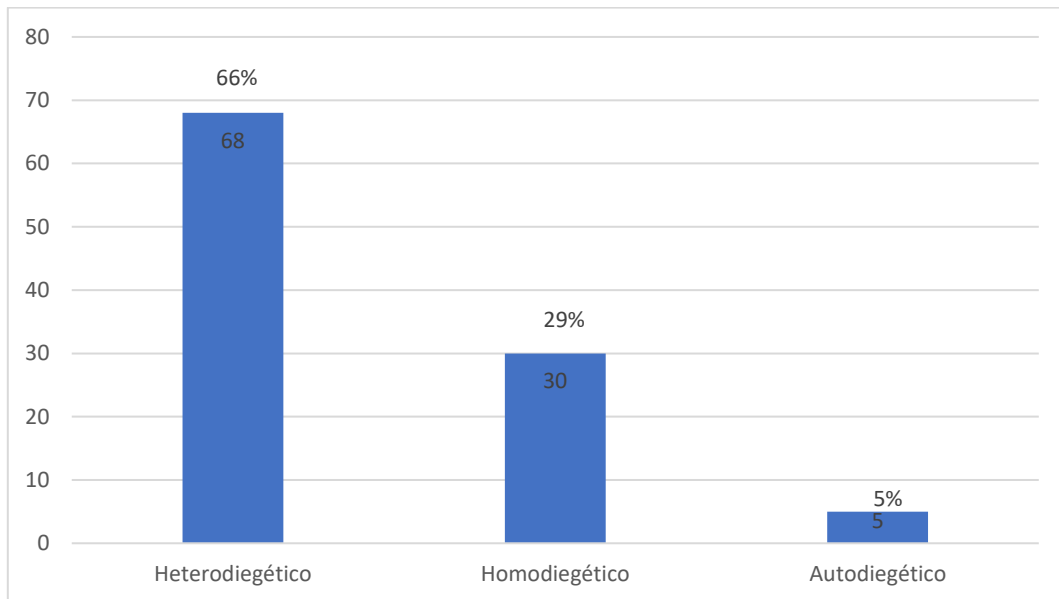
Fuente: elaboración propia

Estas técnicas narrativas deben entenderse como estrategias complementarias para contar dentro de toda una batería de recursos narrativos, estéticos y sonoros. Desde la estructura narrativa, que ordena y organiza el relato, se llega a usar los recursos y técnicas narrativas, que se toman de la tradición literaria y cinematográfica. De allí, por ejemplo, que emulando las series de Netflix, HBO y otras plataformas, el “gancho” inicial sea contar la historia desde el final, usando el recurso “in extrema res” como una estrategia narrativa, para después llevar al oyente al inicio u otro punto de la historia y echar a andar la narración del episodio.

7.1.6. Narración

En relación con la narración, el rol del narrador es un factor clave para el podcast narrativo de no ficción, tal como planteaba McHugh (2022), para quien el narrador es un “escritor, interprete, guía” (p. 18) para el oyente. Dentro de los podcast seleccionados, el narrador o narradora adquiere características particulares, que están dadas por un narrador heterodiegético, objetivo o externo a la historia; un narrador homodiegético, como personaje testigo de la historia; o un narrador autodiegético, que es protagonista y guía de su propia historia. Como se observa en el gráfico N°6, en la mayoría de los casos (66%, 68 episodios) el narrador heterodiegético es el más empleado por los productores, es decir, un narrador objetivo, investigador, no militante de la historia que se está contando.

Gráfico N°6
Tipo de narrador



Fuente: elaboración propia

A pesar de la predominancia del narrador heterodiegético, en el relato de los y las entrevistadas se habla más bien de un narrador guía (testigo), tal como lo plantea McHugh (2022), el que se encarga de acompañar la historia y de generar un contexto. En ese sentido, se distancia de un narrador omnisciente y con una excesiva presencia en el relato, como indica Branca Vianna, productora de *Praia dos Ossos*, de Rádio Novelo de Brasil: “¿Cuál es el papel del narrador? Creo que siempre es un guía, que guíe siempre al oyente, dirigir al oyente no de manera obvia sino de una manera sutil, porque a nadie le gusta que lo dirijan. Tú, como oyente, no quieres que un narrador te diga ‘mira, así es como tienes que pensar’”. Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de La No Ficción de Colombia confirma esa misma idea: “Una idea que me gusta mucho es llevar de la mano al oyente”.

Este rol de guía y de llevar de la mano al oyente debe entenderse más bien, como un narrador que no busca confundir o hacer perder el tiempo al auditor del pódcast. Por el contrario, sobre la base de los hechos investigados, con objetividad y sin apasionamientos, como es propio del narrador heterodiegético, más cercano al periodismo de investigación, se busca que el auditor se comprometa con la historia que está escuchando.

En el caso del pódcast *Cuir* de México, el relato se construye sin un narrador a lo largo de la historia, aun cuando el productor abre cada episodio y a veces interviene con alguna pregunta o comentario dependiendo del capítulo. Esto con la idea de darle protagonismo y relevancia a la voz de los y las entrevistadas: “(...) si yo entro y narro un segmento es un poco como decir que yo sé más que tú mismo de tu historia (...) Dejemos que las personas hablen, o sea, yo te doy mi micrófono y yo no voy a entrar a corregirte, ni a decirte, ni a explicarte, porque quien mejor se puede explicar eres tú”, sostiene Erick Yáñez, productor de este pódcast mexicano. En cualquier caso, ya sea limitando la figura del narrador, como en *Cuir*, o integrándola con sutileza, como en *Praia dos Ossos*, existe una idea extendida entre los entrevistados de dosificar la narración o incluirla en la medida justa, para darle protagonismo a la voz de personajes. Así lo entiende también, Catarina Reis, productora de *Sons de Lisboa*, de Portugal:

“Creo que si quieres contar una historia tienes que dejar que la historia respire exactamente de la forma en que tiene que respirar, y cuando el narrador entra, es para dar las palabras correctas en el momento correcto. Es un proceso muy difícil, no siempre se logra (...) a veces me gustaría que la conversación fluya un poco más, pero creo que el narrador tiene que ser muy preciso”.

A la par con este lugar ocupado por el narrador, los entrevistados de los 17 pódcast buscan darle un lugar relevante a la voz de los personajes, como planteábamos anteriormente. Así lo sostiene Sebastián Ortega, investigador de *Fugas*, de Argentina: “Necesito que vos te cuentes a vos mismo”, o como también lo explica más sosegadamente, Ricardo Terto, productor de *Até que se prove o contrário*, de Agência Pública de Brasil, quien vincula las voces que cuentan la historia con el posicionamiento que toma el productor al escoger tal o cual historia:

“Cuando das un gran espacio para las víctimas, ya te has posicionado. Dejaste hablar a las madres, dejaste hablar a las personas que fueron arrestadas por la justicia. Los especialistas tienen un espacio muy pequeño. Eso también es algo diferente de nuestro pódcast. En otros pódcast, es común que un experto guíe la narrativa en su conjunto”.

Imagen N°10

Ricardo Terto, productor de *Até que se prove o contrário* (Brasil)



Crédito imagen: Ricardo Terto

Esto es muy interesante, ya que establece el punto de mira y la forma que toma, tanto la producción como la narrativa misma del pódcast. Es decir, podríamos hablar de un engranaje en el cual todas las piezas buscar estar sincronizadas editorialmente dentro del puzle narrativo.

Si bien hay una valoración de la voz del protagonista, en donde “más que la verdad o la información, nos interesa conocer los personajes”, como plantean Sebastián Duque y Pedro Espinoza, directores de *Cartagena federal*, de Colombia, la voz y la narración de los personajes se debe trabajar y preparar. Algunos buscan un equilibrio, entre mantener las formas, muletillas o gestos que pueda tener una persona, y tratar de que salga un relato limpio y claro para la grabación: “Todos sabemos contar historias, pero nadie, la gran mayoría, no sabemos narrar historias, hacerlas entretenidas, hacerlas estructuradas (...) nuestras entrevistas llegan a durar tres horas y luego las estructuramos para que la persona parezca que lo está narrando”, describe el proceso Erick Yáñez, productor de *Cuir*, de México.

Independiente del tipo de narrador o narradora, existe un extendido interés por construir un relato emotivo, intimista y natural, que es propio del pódcast, y del pódcast narrativo de no ficción en particular. En relación con esto, Ricardo Terto, productor de

Até que se prove o contrário, de Brasil, busca aprovechar las cualidades que tiene el formato pódcast para las historias que se están contando:

“[el pódcast] se mete en nuestra rutina. El pódcast afectivamente creo que es mucho más cercano a la música que otros medios que están incluidos en la radio hoy en día (...) Creo que el pódcast acompaña tu vida, tiene un lugar y, por lo general, una escucha solitaria. Es difícil que alguien te hable y te diga ‘oye, junémonos para ir a casa y escuchar un pódcast’”.

Sobre esta misma intimidad del relato, el director creativo de *Cartagena federal*, de Colombia, Pedro Espinosa afirma que “las tres características de guion para nosotros es que tiene que ser auténtico, tiene que ser íntimo, y tiene que ser rico sonoramente”. Ese equilibrio entre el relato de los personajes y el rol del narrador, como luz o guía de la historia, aporta a que la construcción narrativa sea personal, íntima y natural. En este mismo sentido, aunque hay un enfoque periodístico en los diferentes pódcast, no por ello se desestima un abordaje subjetivo, incluso en la misma narración: “independientemente de que también tengo una formación periodística, yo hace mucho tiempo me liberé de eso (de la objetividad). Digamos que tiene que ver con que no tengo que plantear mil fuentes para hablar de algo, sino que puedo tener una mirada desde una subjetividad”, explica María Court, codirectora de *El estallido de las cosas*, de Chile.

Con todo, aunque existe preocupación por construir una narración intimista y subjetiva, al mismo tiempo hay mucho cuidado en no elaborar un relato “sobre dramatizado”, o caer en el “sensacionalismo”. Esta idea está relativamente presente en todos los pódcast estudiados. Esto lo destaca, Maju Carrión, productora peruana de *Transhistorias de cuidados*: “Ese fue un pedido que yo hice, que se respetara la historia tal cual, que no novelemos, y si hay un drama, que sea un drama natural, que no sea novelado, y que también sea muy cuidado”.

Imagen N°11

Portada y acceso a *playlist* del pódcast en Spotify (Perú)



Crédito portada: Transhistorias de cuidados / Código QR: para acceder al pódcast a través de Spotify /

Link: <https://open.spotify.com/show/5Ldifw1pkmYXiZ81mf4jes?si=f9e5aca3fdb347c7>

En este pódcast peruano, de cuatro episodios, realizado con el apoyo financiero de Oxfam y Gabo, se cuenta la historia de vida de cuatro mujeres trans peruanas que han debido enfrentar la discriminación familiar y de la sociedad, como también la aceptación de su diferencia, de su cuerpo y de las relaciones amorosas que buscan construir.

Todos los elementos de narración mencionados sirven para elaborar lo que varios entrevistados denominan un “periodismo o relato inmersivo”, que permita construir “intimidad y complicidad con la escucha”, como plantea Yissel Ibarra, productora mexicana de *Así como suena*. Al mismo tiempo de provocar una escucha inmersiva, se busca presentar un relato atractivo: “(...) no porque me estás contando algo serio y triste, tienes que estar media hora machacando, machacando (...) Por el contrario, jugar un poco con su mente, divertirnos con esa persona que te está oyendo”, explica Marcus H, productor de *La historia es ayer*, de España.

De un narrador predominantemente heterodiegético (68 episodios), en tanto periodista o investigador objetivo, seguido por uno homodiegético (30 episodios), que cumple la función de ser un narrador testigo o personaje secundario que participa de la acción, aunque no se inmiscuye, a uno autodiegético en escasa medida (solo 5 episodios), que es protagonista de su propia historia, se reconoce una tendencia muy clara: el narrador por más objetivo que sea, a propósito del narrador heterodiegético que es el más usado

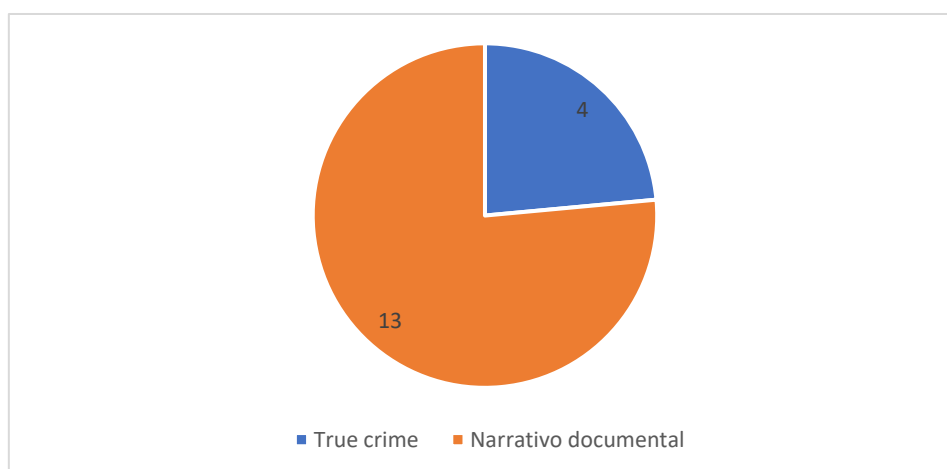
dentro de los episodios de pódcast estudiados, este es un guía o faro, que maneja información relevante, porque en la mayoría de las veces él mismo ha sido el investigador de la historia que se está contando. Sabe administrar la información y sabe ponerla al servicio de la historia, tanto para que los propios personajes la cuenten con holgura como también para que el oyente se sienta cómplice o copiloto de la narración. Esto hace que el relato sea cercano, íntimo y envolvente con el oyente, tanto narrativa como sonoramente, como veremos después.

7.1.7. Géneros, técnicas y herramientas

En el entendido de que los 17 pódcast seleccionados cumplen con la condición de ser narrativos, como parte del macrogénero de pódcast narrativo de no ficción, e independientes a las empresas radiofónicas, mediáticas y de las grandes productoras y plataformas de pódcast, cuatro producciones corresponden al género del *true crime*, como son *La segunda muerte del dios punk* y *Fugas* de Argentina, *Praia dos Ossos* de Brasil y *Brazaletes negro* de España, y otros 13 al género narrativo documental, tal como lo argumentamos en el apartado teórico, como *Até que se prove o contrário*, de Brasil; *El estallido de las cosas* y *Relato nacional*, de Chile; *Cartagena federal* y *Un periódico de ayer*, de Colombia; *La historia es ayer* y *Si no sabéis de mí*, de España; *Transhistorias de cuidados*, de Perú; *Cuir* y *Así como suena*, de México; *Sons de Lisboa*, *Segurança privada*, *exército de precários* y *110 histórias, 110 objetos* de Portugal (Ver gráfico N°7).

Gráfico N°7

Clasificación por principal género al que pertenecen los 17 pódcast

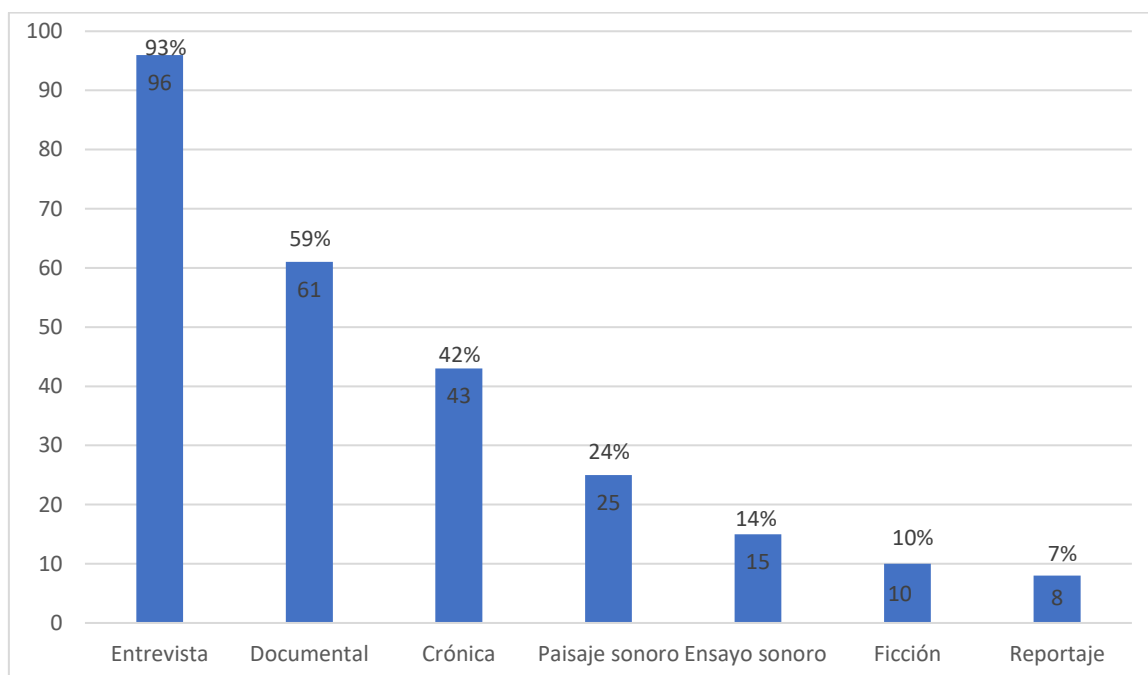


Fuente: elaboración propia

Dentro de estos géneros coexisten en los pódcast seleccionados varios subgéneros que son utilizados en términos de producción, y que se observan en las narrativas propuestas. De los 103 episodios, 96 utilizan la entrevista como subgénero (93%, 96 casos). Esto demuestra que es un género o herramienta base para hacer el pódcast narrativo de no ficción y poder conocer de primera mano las historias, testimonios, vivencias, recuerdos de los protagonistas. Como destaca de entrada, Maju Carrión, productora de *Transhistorias de cuidados*, de Perú: “La mayor herramienta que usamos es la entrevista”. La importancia de este género también lo observaremos en el subcapítulo siguiente de producción. La entrevista cobra todo su valor desde el inicio del proyecto, cuando es utilizada en la etapa de preproducción para recabar información, hacer preentrevistas u obtener contexto de la historia, etc. Por supuesto, después es el género por excelencia para la producción del pódcast mismo, cuando los personajes entregan su testimonio, ya editado, ordenado y en relación con la estructura narrativa dada por el productor/investigador del pódcast. Sebastián Ortega, guionista y narrador de *Fugas*, de Argentina, lo resume muy bien: “la entrevista en nuestro trabajo cumple una doble función. La primera es como insumo o fuente de información (...). La segunda es, si se quiere, el testimonio, que es cuando una persona cuenta su historia”. En relación con el proceso de investigación, Nancy Castillo, directora de *Relato nacional* de Chile, cuenta que “parte todo con una entrevista, con varias entrevistas y sigue con varias entrevistas, pero en la entrega del producto no utilizamos mucho el formato”, haciendo referencia a que en el audio final queda solo lo dicho como “respuesta” por el entrevistado. Para ello, en términos de producción se le entregan distintas indicaciones al entrevistador para que logre un relato “limpio” y claro por parte del entrevistado, como el hecho de no interrumpir el relato: “la entrevista desde el inicio está pensada como una entrevista que no va a ser utilizada preguntas/respuestas, sino que lo que vamos a extraer van a ser las respuestas. Y es por eso por lo que le damos esas instrucciones antes de que partan a entrevistar”, profundiza Castillo.

Gráfico N°8

Subgéneros utilizados en los 17 pódcast narrativos de no ficción independientes



Fuente: elaboración propia

Otro género preponderante en los pódcast analizados es el documental (59%), tendencia que se observaba al inicio del apartado de narrativas, en donde muchos entrevistados/as definen su pódcast bajo esa categoría. Erick Yáñez, del pódcast mexicano *Cuir*, lo entiende de la siguiente manera: “Me gusta mucho el documental desde que me gradué, desde antes de entrar a la carrera (...) Pues sí, es documental porque es un constructo creativo de la realidad, mientras que el periodismo, que trata de llevar estas cosas, tiene que ser objetivo, tiene que ser, digamos, muy fundamentado en fuentes, etc.”. En otros casos, como en *El estallido de las cosas*, este “tratamiento creativo”, del que habla Erick Yáñez, se puede asociar a una hibridación entre lo documental y la ficción, otro de los subgéneros presentes en la muestra (10%) (ver gráfico N°8). Así lo refleja el relato de María Court, codirectora del pódcast chileno: “Nosotros nos definimos como un pódcast independiente que juega con los bordes entre la ficción y el documental, como que finalmente fue una experimentación en relación con ambos géneros (...) Bueno, el documental en general es una interpretación creativa sobre la realidad”.

Imagen N°12

María Court, codirectora y voz de *El estallido de las cosas* (Chile)



Crédito imagen: María Court

Un tercer subgénero relevante (42%) es la crónica, como género en que el narrador / investigador narra y describe desde su propia perspectiva los hechos que está narrando. En su calidad de testigo es capaz de ofrecer una relato expresivo y más libre narrativamente. En el caso de *110 histórias 110 objetos* de Portugal, la crónica no se despliega en todo el episodio, sino que más bien en ciertos momentos en donde se quiere contextualizar o presentar alguna temática, como explica el productor Marco Antonio Gonçalves: “Normalmente, no digo que sea así siempre, pero hay un momento de crónica inicial en que a veces, sin mencionar el objeto, trato de introducir al oyente en la historia”. *Cuir* de México tiene varios episodios en los que trabajan con la crónica, como fue la historia de la primera marcha LGBT que ocurrió en la ciudad de México, mientras en otros privilegian relatos más autobiográficos de los propios entrevistados. Pedro Santos, investigador, en *Segurança privada, exército de precários*, de Portugal, entiende este pódcast como reportaje dentro del cual destaca el valor de la crónica: “un buen reportaje periodístico tiene siempre los tres elementos: narración, crónica y entrevista (...) Un buen reportaje siempre tiene un lado analítico (...) Y esto no se hace sin la crónica, porque la crónica siempre contiene una parte tuya de lo que viste, y sabes más de lo que se dijo y que no puedes decir junto con lo que ya sabías”. Se valora, así, el

potencial narrativo que tiene la crónica, como también se va encontrando en otros géneros como el paisaje.

Ricardo Terto, productor de *Até que se prove o contrário*, de Brasil, refleja este empujón creativo que dan estos géneros en el marco del podcast narrativo de no ficción: “cuando entré en la Pública (productora Agência Pública), una de las cosas que más me llamó la atención, porque yo no soy periodista sino que soy formado en producción audiovisual, es que me llamaron porque querían justamente dar un colorido y una fuerza diferente, narrativa, al podcast periodístico, porque ellos veían que el periodismo tenía muchas cosas que son muy cuadradas. Mi principal desafío era cómo hablar de un tema que es muy serio y darle lo que ellos me pedían. Paisaje sonoro, construcción de la banda sonora y la crónica”.

A propósito de estos, aunque menos preponderantes, otros subgéneros como el paisaje sonoro (24%) o la ficción (10%) están presentes al realizar el análisis de los capítulos. Podcast como *La segunda muerte del dios punk*, *Sons de Lisboa* o *Cartagena federal* utilizan el paisaje sonoro en todos los capítulos analizados. Particularmente en los últimos dos casos, la ciudad (Lisboa y Cartagena de Indias) ocupa un lugar relevante en la temática del podcast, por lo que el paisaje sonoro resulta idóneo como técnica, para “rendir homenaje a los sonidos que extrañamos”, como destaca Catalina Reis, productora de *Sons de Lisboa*, o también como herramienta para “transportar al espectador a un lugar específico”, como recalcan los realizadores de *Cartagena federal*.

Existen algunos productores de podcast, como *La historia es ayer*, *Cuir*, *Praia dos Ossos*, *La segunda muerte del dios punk* y *El estallido de las cosas* que mencionan la utilización del ensayo sonoro, lo que sugiere un vínculo entre la reflexión pausada y la experimentación sonora. Por ejemplo, Erick Yáñez, productor de *Cuir* (México), cuenta que para un episodio en particular utilizaron el ensayo como herramienta: “Hay un ensayo sonoro muy bonito en el episodio que se llama ‘Las voces’, que es el único episodio que yo narro intensamente”.

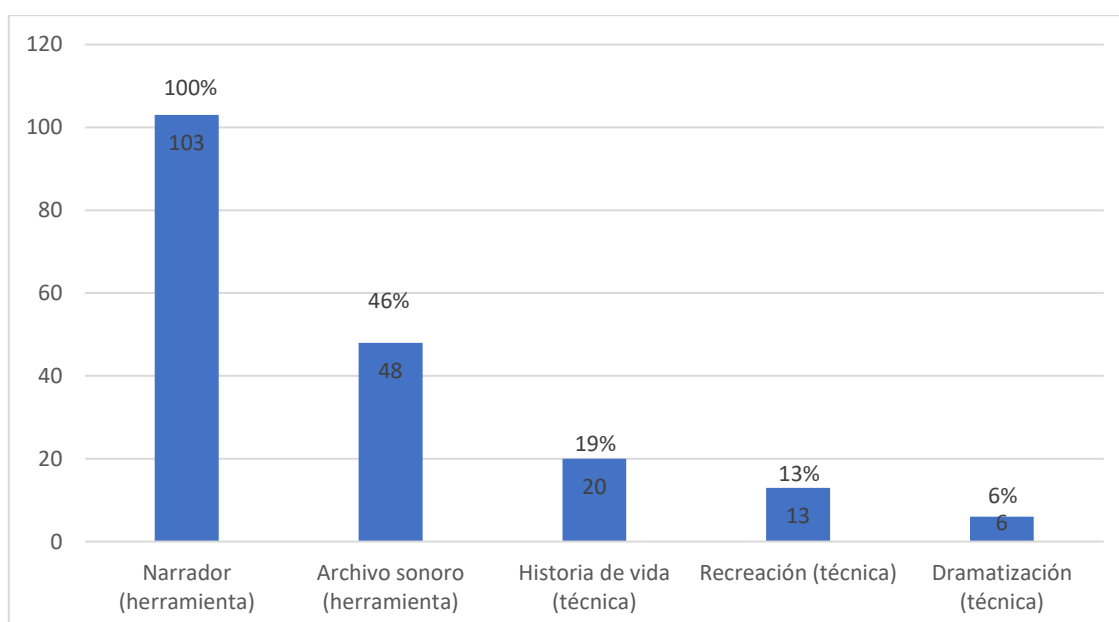
María Court, productora de *El estallido de las cosas* de Chile, aporta otros elementos, a propósito de que esta producción el uso de la ficción creativa es notable y lo distingue del resto de los podcast: “A nosotros nos gusta *ene* la capucha (episodio 4, La reina

capucha), porque ese tenía otro estilo, porque es mucho más documental, más cine ensayo con una voz mucho más poética, porque solo tiene una narradora que está como recordando y va para adelante, y eso también es muy interesante (...)”

Además de los subgéneros mencionados, los podcasts utilizan igualmente otras técnicas y herramientas para la narración, dentro de los que se destacan la figura del narrador (revisada en apartados anteriores), la utilización de archivos sonoros (47% de los casos), y también la historia de vida (19% de los casos), así como herramientas asociadas a la ficción, como se expresa en el siguiente gráfico N°9.

Gráfico N°9

Uso de herramientas y técnicas en los podcasts narrativos independientes



Fuente: elaboración propia

Además del narrador, que ya lo tratamos anteriormente, el archivo sonoro se expresa en una variedad de formas utilizadas en los podcasts estudiados: audios de WhatsApp, audios de vídeos de YouTube, audios de Signal, etc., y archivos de prensa y archivos judiciales, que son después narrados o recreados, sirven para complementar y fundamentar el relato oral del narrador/a y/o de los personajes. Por ejemplo, Branca Vianna, productora de *Praia dos Ossos* cuenta que “conseguimos el audio del juicio, que fue fundamental para crear la atmósfera (...)”. Este audio, que se puede escuchar en el episodio dos, *O julgamento* (el juicio), hace referencia al primer juicio, celebrado tres

años después, en 1979, contra el asesino de Ângela Diniz, Doca Street, quien recientemente murió en 2023, a los 86 años. En este caso, como otros, los archivos de audio no solo sirven para complementar la historia, sino que muchas veces tienen un protagonismo en el arco narrativo del pódcast:

“La labor de arqueología sonora, de ir a buscar este vídeo o este audio, que muchas veces está metido dentro de un reportaje, que no está minutado, no sabes en qué momento, no sabes qué estás buscando, es increíble. Lo bonito de esa tarea es que buscando una cosa te encuentras con otra, que te obliga a alterar lo que ya has escrito, porque es tan potente, que es mucho mejor de lo que tú has escrito”, reflexiona Aitor Lagunas, director de *Brazalete Negro*, de España, a propósito del valor del archivo sonoro y de su importancia narrativa.

La historia de vida también es utilizada por algunos pódcast, como en el caso de *Transhistorias de cuidados* (Perú), *Si no sabéis de mí* (España) y *Sons de Lisboa* (Portugal). En este último caso, la productora Catarina Reis indica que “una cosa que es muy característica de la narrativa es que no puedes dejar una semilla ahí y esperar que la gente entienda cuál es su contexto. Detrás de cada hecho, de cada cosa que cuentas, hay una persona que tiene una historia (...)”. Así, diferentes pódcast exploran en relatos biográficos, para comprender la historia de vida que sustenta el tema o problemática a tratar, como también para generar un relato íntimo, cercano y que pueda identificar al oyente. Es decir una narrativa personal e inmersiva, como lo plantea Lindgren (2016).

Algunos pódcast recurren a la ficción para armar la narración. Dentro de ellos, se reconoce la dramatización en un 6% de los casos, que permite que, en vez de que una acción sea contada por el narrador, la historia cobre vida a través de un personaje, para así darle mayor credibilidad y emoción. También se acude a la recreación en un 13% de los casos, para “recrear” un hecho pasado del cual no se tiene registro sonoro y/o que su escenificación sonora resulta más atractiva narrativamente antes que lo cuente un entrevistado o entrevistada a secas. Entre ellos están *Brazalete negro* (España), que ocupa la recreación en algunos episodios, y *El estallido de las cosas* (Chile), que podría considerarse un pódcast narrativo de ficción, pero no lo es, ya que a partir de un hecho contingente, como fue el estallido social chileno de 2019, se ficciona y se incluyen archivos para narrar una historia verídica. Esta descripción del pódcast da cuenta muy

bien del uso de estos recursos y la importancia que cobra el archivo como documento real: “[*El estallido de las cosas*] que explora los bordes y fronteras entre la ficción y la realidad. A partir de un hecho real, se crean historias que viajan de lo biográfico-periodístico a la ficción. El diseño sonoro potencia esta ficción que se funde con archivos sonoros documentales de la revolución social [de octubre de 2019]” (Goethe Institute Chile, s/f).

Hablando de la dramatización y la utilización de distintos archivos, María Court, codirectora de *El estallido de las cosas* sostiene que “si bien se trabaja en base a un hecho real y se usan bastantes archivos y contingencia noticiosa referente al estallido social del 2019, también se da la libertad de dispararse a la ficción. Igual hay una mezcla, no llega a ser cien por ciento documental, sino que está en los bordes”.

En el caso de la recreación, esta se trata de recrear una voz o un hecho pasado, pero utilizando herramientas y materiales contemporáneos. Tales son los casos de *Praia dos Ossos*, de Brasil, que recrea noticieros radiofónicos de la época con información del caso de Ângela Diniz, y *Brazalete Negro* de España, que en algunos episodios recrea personajes históricos o noticias con voces actuales:

“De hecho, en el último capítulo, Carlos Torres, que además de guionista hace segundas voces, le ha tocado hacer de Bernabéu (Santiago), le ha tocado hacer de Franco (Francisco) (...). A lo mejor hay un momento en el que estás leyendo un extracto de un periódico aséptico, pero eso no lo vas a leer igual cuando estás doblando a un dictador o a un mariscal yugoslavo, que está dirigiéndose en un mitin a miles de personas”, explica Aitor Lagunas, director de *Brazalete Negro*.

Imagen N°13

Aitor Lagunas, director de *Brazalete negro* y editor de *Panenka podcast* (España)



Crédito imagen: Radio Primavera Sound

Un entramado, rico y complejo, es lo que podemos ver a través de las narrativas sonoras de los pódcast narrativos independientes de no ficción de los ocho países iberoamericanos considerados en el estudio. Hasta la fecha, no se había analizado ni profundizado de esta forma, ni en las narrativas de pódcast ni en este tipo de pódcast, que cumple la doble condición de narrativo e independiente. Toda vez que analizamos, paso a paso, las narrativas sonoras entendemos que la construcción narrativa comienza con las motivaciones e intereses de los productores para elegir tal o cual historia. De suyo se entiende también el posicionamiento o perspectiva que asumen los autores, cosa que no se dice explícitamente sino que se expresa en los mismos temas tratados y en cómo los personajes tienen voz propia, modelados por el narrador que ha sido quién de cerca ha investigado y seguido la vida de sus personajes.

La estructura si bien es preponderantemente clásica, y clásica aristotélica incluso dentro de los episodios de pódcast serializados que utilizan la estructura maestra episódica, estas se enriquecen con la batería de recursos que utilizan. Con una mezcla entre la tradición literaria y las series audiovisuales actuales, los pódcast narrativos de no ficción iberoamericanos utilizan en gran medida in extrema res, como gancho dinamizador de las historias que van a contar. De los géneros, el *true crime* cobra representación dentro del universo analizado, aun cuando su enfoque se plantea como la búsqueda de una voz

y tratamiento propio latinoamericano, con mayor compromiso social, como se destaca en *Praia dos Ossos* de Brasil, o de una manera más creativa en el *true crimen* del fútbol, que propone *Brazaletes negro* de España. El resto de los podcasts se asienta en el género narrativo documental, que entiende el valor de los hechos investigados, con sus ambientes y contextos, como materia prima esencial, similar al documental audiovisual y de autor.

La entrevista sobresale dentro de los subgéneros, como base fundamental de investigación de las historias, testimonios y vivencias. En ese plano, la historia de vida que vemos reflejada en varios podcasts, como *Un periódico de ayer*, *Transhistorias de cuidados* y *Cuir*, permite profundizar en el valor de las entrevistas sucesivas para llegar al corazón de los personajes, y construir así un relato fidedigno, certero, íntimo y revelador de sus vidas. La crónica y el paisaje sonoro se complementan muchas veces, entre el relato subjetivo, la libertad creativa y los espacios sonoros naturales que otorga la investigación en terreno, cuyo rasgo hace distintivo a este tipo de podcast de otros podcasts, como los conversacionales o aquellos que son solo de entrevistas, por mencionar algunas tipologías. Resulta llamativo, en este sentido, que pese a que varios autores, como Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) y Legorburu, Edo y García González (2021) se refieran al podcast narrativo como un reportaje, solo *Segurança privada, exército de precários* de Portugal desarrolla este género, ya sea como género preponderante, según el análisis auditivo, o que represente al podcast, como planteaba su realizador, Pedro Santos. Este espacio, por el contrario, lo ocupa de manera más significativa el documental o el podcast documental al que refiere *Cuir* y el mismo *Segurança privada, exército de precários*, entre otros. La ficción ocupa un lugar relevante como subgénero y como herramienta para contar algún suceso pasado que no se puede retrotraer, a través de un archivo de audio o un testimonio sonoro. Por ello, la recreación resulta una herramienta útil para una narración creativa y que complementa los otros géneros o recursos utilizados.

Sin duda, el podcast más experimental, en este sentido, fue *El estallido de las cosas*, de Chile, que tomando un hecho real hace del podcast un límite entre la ficción y la realidad documental. Esto ya se venía discutiendo hace años, tal como plantean Rodríguez y Godínez (2020) y Lechuga (2015) a propósito del documental sonoro. Pero,

indudablemente, este pódcast resulta novedoso y permite una rica discusión sobre los límites y elementos de un pódcast, como también del uso de los géneros de ficción para contar una historia real, con archivos documentales reales. Finalmente, el archivo sonoro, sobre el cual estamos discutiendo de manera más madura en los últimos años, tanto como patrimonio como de documento sonoro, incluyendo al pódcast mismo y su preservación (Rodríguez Reséndiz, 2022), es una herramienta que permite ilustrar mejor la historia, darle profundidad y traer al presente testimonios, sonidos, música, que hablan de un momento y de una época. Eso permite evocar y transportar al oyente a terrenos en los cuales no se podría tener acceso de otra forma. Un ejemplo creativo de su puesta en valor, y a la vez sorprendente de este ejercicio de archivo, lo hacen muy bien *La historia es ayer* de El extraordinario de España, con el rescate “arqueológico” de archivos audiovisuales de otras épocas y en distintos idiomas, y *Un periódico de ayer*, *Fugas* y *Así como suena* que ponen en valor el archivo sonoro “histórico”, sobre hechos pasados que están relacionados a derechos humanos en un contexto de violencia, represión o desaparición, ya sea en dictadura o democracia.

Así, cómo los realizadores piensan su pódcast se corresponde en gran medida con la clasificación que discutimos en el apartado teórico. Es decir, dentro de los macrogéneros narrativos de no ficción (Pedrero et al., 2023) se encuentran el pódcast narrativo documental y el *true crime* como géneros, aunque también la crónica emerge como una definición de algunos pódcast en esta modalidad, que de todos modos se emparenta muy bien con el narrativo documental.

Estas producciones destacan por sus temáticas sociales y comprometidas, ya sea a través de narraciones históricas o narraciones personales con vocación universal, muy en la línea de las historias de vida y los enfoques subjetivos, que plantea Lindgren (2016). Aun cuando, el narrador, como figura clave en este tipo de pódcast, es principalmente heterodiegético, el autodiegético -como narrador protagonista de su propia historia que se da solo en seis casos- tiene bastante margen de exploración, sin que eso signifique descuidar la veracidad de los hechos que se están contando.

En este sentido, la perspectiva de autor se garantiza a través de una ética periodística, como refieren los entrevistados, en la que los hechos reales son investigados a fondo e incluso chequeados por personas especializadas dentro de la productora, como ocurre,

por ejemplo, en *Praia dos Ossos*, de Brasil, y *Segurança privada, exército de precários*, de Portugal, que cuenten con equipo de *fact checking*.

Mientras, las estructuras se adaptan a los tiempos. La clásica aristotélica si bien se mantiene vigente, dentro del arte de contar historias, se actualiza a través de una serie de recursos y herramientas, como el *in extrema res* y la recreación, entre otros. Mientras la estructura mayormente usada, como es la maestra episódica, aprovecha la serialidad del pódcast para entregar una historia en la que cada episodio desenvuelve una subtrama que contribuye a la trama general. Estas dos más utilizadas se combinan con otras, como la maestra de replay, paralela y contrapunto, en la que la forma que toma la narración busca “jugar” con lo sorprendente, curioso o inaudito.

Finalmente, como advertimos recientemente, la entrevista es la técnica de recopilación de información por excelencia en esta modalidad de pódcast, en el 93% de los casos analizados. Esta se complementa con otros géneros de realidad, como el documental, la crónica y el reportaje; géneros de ficción, como la dramatización y la recreación; y otros más artísticos o experimentales, como el paisaje y el ensayo sonoro.

7.2. Cadena de producción

De acuerdo con el estudio de los 17 pódcast narrativos de no ficción independientes de Iberoamérica, la producción adquiere características específicas dentro de las cuales podemos reconocer etapas, roles y funciones.

En concordancia con el orden establecido en el marco metodológico y el objetivo específico 3 (OE3), que busca describir las formas de producción de estos pódcast narrativos, se definieron las siguientes categorías de análisis en Atlas.ti a partir de las entrevistas a los productores: fases y producción de tareas; preproducción; producción; estrategias de producción y trabajo en terreno; sonido, montaje y postproducción; tiempos de producción; y publicación y distribución del pódcast.

Según los realizadores, la producción implica una ardua labor, para lo que es necesario definir papeles y fases productivas. A pesar de que los diferentes productores dan cuenta de una creciente complejización y profesionalización del trabajo, en varios casos las tareas pueden ser realizadas por más de una persona. Esto está asociado a una forma de trabajo colaborativa y horizontal, que es seña de identidad del podcasting independiente. Así lo reconoce Erick Yáñez, productor del pódcast *Cuir* de México: “(...) tenemos que trabajar en esta industria con miras a la horizontalidad y apertura absoluta de oportunidades para todo el mundo”. En esta misma dirección se encuentra Pedro Santos, investigador de *Segurança privada, exército de precários* de la productora portuguesa Fumaça: “(...) tenemos una relación horizontal y todos hacen de todo”.

Acaso por la falta de recursos para contratar más personal, los y las entrevistadas señalan que, en varios casos, una misma persona debe realizar más de una función (multifuncionalidad), como lo indica Sebastián Duque, director de producción del pódcast colombiano *Cartagena federal*: “Esos son nuestros títulos oficiales (en relación con director de producción y de contenido, respectivamente), pero en realidad nosotros dos somos hombres orquesta, junto con nuestro ingeniero en sonido”. Es decir, a pesar de que, en el papel, los roles pudieran estar definidos, en la práctica cada integrante debe realizar muchas veces más de una función, lo que tiene sus ventajas y desventajas. Las primeras están asociadas a la horizontalidad, que referíamos, como también a un involucramiento de todo el equipo en las distintas etapas productivas y de evaluación de

cada episodio del pódcast antes de publicarse, como indican Pedro Santos de *Segurança privada, exército de precários*, de Portugal, y Branca Vianna de *Praia dos Ossos*, de Brasil. Por otra parte, esta realidad se traduce en cansancio y agotamiento del equipo durante la producción del pódcast, sobre todo en las etapas finales, más cercanas a la entrega o lanzamiento del producto. El director y productor del pódcast *Si no sabéis de mí*, Patxi Belyeu, es elocuente al respecto:

“¡Joder! Yo muchas veces doy gracias de que ha funcionado. Porque, te lo digo, yo estaba muy nervioso dentro de la productora. Estábamos nerviosos. Haber dedicado tanto tiempo, tantos recursos, tanto esfuerzo. Porque ha sido un esfuerzo brutal hacer este pódcast, a todos los niveles: emocionalmente, a nivel creativo. Ha sido igual que hacer una serie documental audiovisual”.

Imagen N°14

Patxi Belyeu, director y productor de *Si no sabéis de mí* (España)



Crédito imagen: Patxi Belyeu

Esto, a propósito de que la productora Producciones del KO también se dedica a la producción de documentales y series audiovisuales. El esfuerzo es enorme y hay detrás un gran trabajo de equipo, de investigadores, montajistas, diseñadores, postproductores, etc., cuyo aspecto se nota, sobre todo, en las producciones portuguesas y brasileñas que tienen grandes equipos detrás, emulando las producciones audiovisuales de gran tamaño, como lo grafica Belyeu.

Hablando particularmente del proceso productivo, algunos entrevistados reconocen que la materialización del producto final conlleva un camino de ensayo y error. No existe un camino lineal y continuo al estilo de una “cadena de producción”, sino que más bien el producto puede “ir y volver”. Es decir, se entrega una primera versión para ser evaluada y posteriormente es corregida, como explica Carlos Puig, director de *Así como suena*, de México: “Hay siempre una primera versión de la grabación. La versión uno se pone a cargo de toda la mesa, entonces, toda la mesa tiene la obligación de escucharlo y hacer comentarios”.

En este tránsito, que no es estático, varios pódcast han logrado definir ciertas etapas para su proceso productivo: “Con el tiempo esto madura. Cada vez me enviaron menos observaciones, ya que todo después iba más rápido. Maduró todo el proceso y el equipo”, cuenta Lais Lifschitz, montajista de *Praia dos Ossos*, de Brasil. Aun así, debido a la premura en la producción y a la falta de personal o de recursos económicos, muchas veces estas etapas se entrecruzan, como lo explica Patxi Belyeu de *Si no sabéis de mí*, de España: “(...) en este caso la preproducción y la producción iban a la vez, no había una fase de preproducción y luego grabación, sino que era todo un poco en paralelo”.

En relación con los roles y funciones, aunque se da el caso de que una misma persona puede realizar más de una tarea, o que una tarea es realizada por más de una persona, los entrevistados explicaron que, a medida que avanza el proceso de producción, fueron definiendo ciertos roles, cuyas funciones no podían o no sabían cubrir con el equipo que tenían hasta ese momento. Esto provocó que se complejizara el proceso y se debiesen buscar determinados profesionales que estuviesen capacitados para tareas específicas y concretas. En particular, trabajos y roles, tales como sonido y soporte técnico, producción, guion, gestión, difusión y relación con las audiencias, son espacios en donde existe una persona especializada dedicada a dicha labor. Así lo revela Marcus Hurst, director y productor de *La historia es ayer*, de España:

“Tenemos dos empleados fijos. Estos dos primeros fueron una persona para estrategia y difusión, porque veníamos de tener medios; teníamos una revista. Entonces, por muy bonita que sea tu historia, si no tienes a alguien que te ayude a moverlo, no vale para nada. Y luego un diseñador de sonido, porque concebíamos que era fundamental para una empresa de audio, porque al final

somos una empresa de audio. Si tú montas una App, lo primero que vas a hacer es contratar programadores. Si montas una empresa de audio, vemos capital que el diseñador de sonido tenga un rol muy importante".

En cualquier caso, las distintas trayectorias de los pódcast han permitido ir mejorando y estableciendo una forma de producción con el tiempo. En la medida en que los pódcast realizan más episodios o temporadas, los procesos y roles se van “institucionalizando”, generando así una mayor fluidez en el trabajo de producción. La productora ejecutiva de *Brazalete Negro*, de España, Marta Salicrú, explica que “ahora ya tenemos un workflow (flujo de trabajo) que funciona y cada vez está siendo menos doloroso el parir cada episodio”.

Imagen N°15

Portada y acceso al micrositio de *Brazalete negro* (España)



Crédito portada: Brazalete negro / Código QR: para acceder al subsitio de Brazalete negro de Panenka

Podcast y Radio Primavera Sound /

Link: <https://www.panenka.org/category/panenkapodcast/brazaletenegro/>

Este pódcast es un ejemplo de una coproducción, que ha implicado la coordinación entre equipos de trabajo, investigación histórica -con materiales de archivo sonoro, prensa, libros, etc.-, y un gran guion detrás de los 21 episodios producidos hasta marzo de 2024.

La dinámica activa al interior de los equipos y la necesidad de ir avanzando en la producción de la serie y/o episodios, permite el reconocimiento y definición de las etapas -que no son lineales o cronológicas, como decíamos- y de los roles y funciones

especializadas que cumplen los miembros, por más que uno o varios realicen más de una tarea.

Dentro de las etapas que se pueden reconocer, aunque se entrecrucen o traslapen, encontramos las siguientes tendencias de las fases de producción de un podcast narrativo de no ficción e independiente: preproducción, producción, montaje y postproducción, y publicación y distribución.

7.2.1. Preproducción

La preproducción es una parte relevante en la elaboración de un podcast. Durante esta primera etapa se elige el tema a abordar, se conversa con el equipo las primeras ideas, se realizan las primeras investigaciones e indagaciones del material previo, para después evaluar y decidir la posibilidad de hacer el podcast, bajo la premisa de que la historia “prenda”.

“En preproducción consideramos todo el trabajo de selección de temas, objetos, temáticas, selección de entrevistados y contacto de entrevistados para realizar las entrevistas”, cuenta sobre este proceso Marco Antonio Gonçalves, productor portugués de *110 histórias 110 objetos*.

En algunos casos, la idea o temática del capítulo viene de fuentes externas, muchas veces por el trabajo de periodistas colaboradores que traen una historia para contar, como revela Nancy Castillo, directora del podcast chileno, *Relato nacional*: “trabajamos con periodistas que invitamos y que hacen parte de historia (...). Ya partimos con la temporada seis, entonces [les decimos] ‘propongan historias’, y les mando un mail a ellos”.

En esta fase de preproducción se evalúa también la factibilidad del episodio. De tenerla, empieza a imaginarse o construir el arco o estructura narrativa que tendrá la historia. Así lo señala la productora y narradora del podcast peruano *Transhistorias de cuidados*, Maju Carrión: “Pensamos en hacer primero cuatro preentrevistas. Yo me armé un cuestionario de preguntas, como disparadores, para que ellas puedan ir contando, contando y contando. Y de acuerdo con estas cuatro entrevistas fuimos identificando qué tipo de historia me estaba contando cada una”.

En esta etapa, como ocurre en el caso de *Transhistorias de cuidados*, también se realizan entrevistas preliminares, con el objetivo de ir acercándose al tema y obtener más información. Debido a la naturalidad de este primer encuentro y de la información que proporcionaron, extractos del relato de los entrevistados, que fueron obtenidos en las preentrevistas, son incluidos en el pódcast. Esto ocurre porque, muchas veces, cuando se hace la entrevista “de verdad” no se logra la profundidad, espontaneidad o claridad del relato que sí se logró en los primeros contactos. Todo material debe aprovecharse, tal como lo explicaba Yissel Ibarra, productora de *Así como suena*, cuando señalaba que el reportero o investigador debe tener prendida su grabadora desde el momento en que sale de casa hasta después de terminar con el o la entrevistada. Todo eso sumará a la investigación, para después escuchar, evaluar y saber qué incluir en la historia. Además, desde la preentrevista puede surgir, como decíamos, la estructura o arco narrativo que tendrá el episodio. Esto servirá para elaborar pautas de entrevistas, con preguntas más dirigidas y acordes a la historia que se quiere contar. Aquello es reconocido por el pódcast peruano *Transhistorias de cuidados*: “En base a esas preentrevistas nosotros armamos otro cuestionario con preguntas más directas sobre el tema específico de cada una”, sostiene la productora Maju Carrión.

Imagen N°16

Maju Carrión, productora de *Transhistorias de cuidados* (Perú)



Crédito imagen: Maju Carrión.

Así, esta etapa se convierte en esencial, ya que es el punto de partida para saber qué temas e historias se pueden contar, la relevancia que podrá tener la historia, el impacto

e interés que pueda generar en la audiencia, y cómo empezar a producirla. Esto sobre la base de la información recogida hasta la fecha, de lo que pueda recogerse en el camino de esta fase, y de las preentrevistas que serán cruciales, ya que se sabrá si la historia tiene de dónde agarrarse y los entrevistados están dispuestos a contarla y contarla bien, con un buen entrevistador al otro lado.

7.2.2. Producción

Con el tema definido del episodio y los primeros materiales recolectados, como preentrevistas, archivos, documentos, etc.), en la mayoría de los casos, la primera tarea de producción corresponde a la elaboración del guion, o, al menos, una primera escaleta que le dé cierto orden inicial a la historia. Esto también permite ordenar y darle sentido a la conversación con las personas entrevistadas, como lo indica Erick Yáñez, productor mexicano de *Cuir*: “Esta es la guía de entrevistas. Si es lineal, vamos tema por tema, tal cual vamos a ir a contar la historia al final, porque eso además eso hace mucho más fácil el proceso cuando te enfrentes a una transcripción”. El trabajo de guion ha requerido, en algunos casos, la dedicación exclusiva por parte de una persona del equipo, o la contratación de guionistas. El relato de Branca Vianna, productora del pódcast brasileño *Praia dos Ossos*, es elocuente sobre la relevancia del guionista:

“Solo para el primer capítulo hicimos doce montajes completos con sonido, con mezcla, con todo listo, y ninguno era bueno. Y nos miramos y dijimos, que no es bueno. Hay algo mal aquí. No somos capaces de hacerlo. No está funcionando. Pero al mismo tiempo no podíamos decir por qué no funcionaba (...). Así que dijimos que no, que necesitamos ayuda, llamemos a un verdadero guionista. Así que llamamos a guionistas, incluso guionistas de ficción”.

Sin embargo, en otros casos como *Cartagena federal* (Colombia) y *110 histórias, 110 objetos* y *Sons de Lisboa* (Portugal), los entrevistados señalan que las entrevistas, que servirán para armar la serie y/o episodios, se generan sin un guion estructurado, bajo el argumento de realizar una conversación más “natural”. Hablando de las vivencias o recuerdos de parte de los entrevistados, la productora de *Sons de Lisboa*, Catarina Reis, dice que el relato natural siempre es más espontáneo: “comienzo a grabar antes de llegar a la persona, después le digo que estoy grabando cuando llego a ella y solo dejo de

grabar una vez que me he alejado de ella”. Esto habla de estrategias de grabación, pero también de estrategias para obtener información de manera más natural. Es aprovechar cada oportunidad que se tiene, tanto en los espacios que se generan en la pre, durante y post entrevista, como lo que dice el o la entrevistada.

Con relación al guion que estructura la historia, la mayoría de los entrevistados afirma que este se elabora desde el relato y las fuentes recolectadas, y no al revés. Es decir, existe un trabajo inductivo en la producción del guion, en tanto, es la propia historia la que determina la estructura del guion y de cada episodio. Al respecto, Sebastián Ortega, guionista del pódcast *Fugas*, de Argentina, explica que “hay un momento en el que hacemos un esqueleto de la estructura. Puede ser antes, durante, pero sobre todo para saber, previo a las entrevistas, cuáles son las preguntas que queremos, qué es lo que necesitamos que nos cuente el entrevistado. Hasta que no tenemos las entrevistas no hacemos el guion”. Esto también ocurre en el caso de *Un periódico de ayer*, de la productora La No Ficción de Colombia: “El guion siempre es posterior. Nosotros no trabajamos con una estructura preconcebida antes. La misma reportería, la misma producción, es la que nos marca la estructura”, confirma Juan Serrano, director del pódcast.

Como afirmamos anteriormente, el trabajo en los pódcast independientes no es lineal sino que las distintas etapas y subetapas se van traslapando. A veces mientras se está avanzando con un guion, ya se está investigando para el próximo episodio, por ejemplo. Siguiendo esta dinámica, el guion del pódcast es revisado por otras personas del equipo, no solo por quien lo elabora, como ocurre, entre otros pódcast, en *Así como suena* (México), *Praia dos Ossos* (Brasil) y también *La segunda muerte del Dios Punk*, de Erre podcast de Argentina: “Martín (director artístico) siempre intenta combatir mis raptos poéticos, porque yo, claro, escribo pensando en la escritura; y ahora, de a poco, estoy empezando a escribir pensando en que lo tengo que contar después (para el oído)”, cuenta Nicolas Maggi, productor. Esta revisión sirve tanto para tener una mirada externa al guionista o investigador principal, como también para que las personas que cumplen otros roles y etapas (diseño sonoro, montaje, postproducción) vayan interiorizándose con la historia.

La mayoría de los entrevistados y entrevistadas dan cuenta de una preocupación técnica en lo que refiere a la grabación. Se utilizan micrófonos, tales como Rode NT1, Scarlett 2i2, Shure o lavalier o de solapa, con distintas nomenclaturas que responden a micrófonos con versiones más mejoradas, ciertamente, y grabadoras, como Zoom H6, Zoom H1N, Tascam DR40, entre otras. Estas también tienen diversas denominaciones, buscando modelos más modernos y que aseguren mayor calidad, tanto en la grabación como en la calidad del sonido que se captura. Esto da cuenta de un nivel técnico profesional para grabar un podcast narrativo de no ficción, donde la historia que se está contando requiere alta fidelidad, en comparación con un podcast meramente conversacional. En algunos casos, como *Si no sabéis de mí*, de España, en la que fue “grabada” o recogida la historia central a través de Signal, o *Cartagena federal* de Colombia, que ocupa su móvil o una grabadora básica de reporte, la calidad de los aparatos de grabación resulta menos relevante. Esto bajo el argumento de los medios posibles que se tengan a mano para contar la historia, o de grabar con los dispositivos que resulten más adecuados al contexto y que se adapten a las diferentes situaciones. “En términos técnicos, nosotros creemos que la mejor grabadora del mundo es la que tienes a la mano. Entonces, a veces tenemos un micrófono direccional, audio técnico y una Zoom. Otras veces no tenemos nada de eso. Tenemos el celular, y todo funciona para nosotros”, sostiene el director de producción, Sebastián Duque.

Imagen N°17

Portada y acceso al sitio de *Cartagena federal* (Colombia)



Crédito portada: Cartagena federal / Código QR: para acceder al sitio de Cartagena federal / Link:
<https://cartagenafederal.com/podcasts/>

Así, la preocupación técnica que está en la mayoría de los podcasts, en otros es en la medida de lo posible, ya sea por la historia, por la lejanía entre entrevistador y entrevistado, la oportunidad del momento, o aquello que resulte más conveniente para reportear y no perder la historia que se quiere contar.

La preocupación por el guion, en tanto, toma dos carices: uno es que el guion, por lo general, se construye sobre la base de lo investigado, ya sean documentos, archivos sonoros, entrevistas, paisajes sonoros, etc., y segundo que este guion es socializado con parte o todo el equipo, lo que habla de la compenetración de las distintas etapas productivas. Por ejemplo, en términos narrativos se evalúa si la historia está “bien contada”, o cómo se puede mejorar. O, desde otra parte de la producción, cómo el diseñador sonoro con el productor va imaginando la historia sonoramente, y empiezan a ensayar el diseño y su musicalización.

7.2.2.1. Estrategias de producción y trabajo en terreno

El momento de la producción de entrevistas y de grabación en general es bien cuidado, explorándose diferentes estrategias para lograr un mejor producto. Se privilegia grabar en terreno, bajo el argumento de que la grabación se tiene que acomodar al lugar y momento más idóneo para el entrevistado/a, y así generar un realismo sonoro en el relato. Patxi Belyeu, productor de *Si no sabéis de mí*, de la productora Producciones del KO de España, advierte que “dentro de la medida de lo posible, intentaba cuidar el sonido, aunque es verdad que las propias situaciones no quería que condicionasen la naturalidad de las conversaciones. O sea, teníamos algunas conversaciones tomándonos unas cervezas” para generar más cercanía con los entrevistados. Bajo esta misma idea, algunos productores señalan la importancia de grabar todo el proceso de entrevista, como afirmamos anteriormente, así como también preocuparse por grabar los sonidos ambientes. Esta grabación del ambiente o paisajes sonoros, según entendían o buscaban los productores, muchas veces se realiza de forma independiente a la grabación de la entrevista, para insertarla luego en el montaje y postproducción. El productor brasileño de *Até que se prove o contrário*, Ricardo Terto, habla de la grabación de ambientes y lugares: “(...) si esa cosa hace ruido, capta ese sonido, ya que te ayudará a la hora de contar. En este podcast específicamente, traté de usar los sonidos de las escenas, tanto como sea posible”. En efecto, este podcast si bien tiene distintas calidades de grabación,

debido a la crónica in situ, los paisajes sonoros y entrevistas por móvil o a través de plataformas, tiene la riqueza de registrar mucha acción espontánea que ha sido grabada por los realizadores.

Imagen N°18

Portada y acceso al micrositio de *Até que se prove o contrário* (Brasil)



Crédito portada: Agência Pública / Código QR: para acceder a subsitio de Até que se prove o contrário /
Link: <https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/>

Por otro lado, hay productores que destacan la preocupación por la pureza y calidad del sonido, por lo que se prefiere la grabación en estudios adaptados para ello. Esto se da principalmente para grabar la voz del narrador o la voz en off, como en el pódcast español *Si no sabéis de mí*: “Eso [se graba] en estudio, solo la locución. Todo lo demás, todas las grabaciones se graban en el ambiente del sitio en cuestión, o sea, el despacho del abogado o el parque (...)”, cuenta el director Patxi Belyeu.

Para las grabaciones en estudio se procura una preparación del escenario, tanto en términos materiales (distancia entre locutor y micrófono, espacios con poco eco y reverberación, etc.), como también humanos o relacionales, buscando que el o la entrevistada se sienta a gusto en la conversación. En la producción de *Cuir* (México), el productor Erick Yáñez explica una técnica en donde piden al entrevistado/a cerrar los ojos y narrar su día en tiempo presente, lo que genera una atmósfera de relajó e inmersión para que relate a gusto el entrevistado/a: “entonces, ya una vez que hacemos esta mafufada (tontería o disparate) que es muy útil, ya les decimos ‘¿recuerdas la primera vez que viste a una reina en una feria? Llévanos a ese día y con tus palabras háznoslo vivir contigo’”.

La entrevista como momento de diálogo e intercambio entre entrevistado y entrevistador/a, es un espacio también cuidado por los y las productoras de pódcast. Por un lado, varios destacan la necesidad de introducir y familiarizar a la persona con el tema, lo que permite también que esta esté más relajada. “Entonces el reportero se puso en contacto con la familiar para hacerle saber cuál era el tono que estaba explorando el pódcast, y saber quién podría hablar, a qué hora podríamos, si la persona está dispuesta a hablar, y cuál es su disposición a hablar”, destaca Ricardo Terto, productor brasileño de *Até que se prove o contrário*. Además, existe una preocupación por los aspectos fonéticos o de dicción, como es la pronunciación correcta y entendible, tanto de los y las entrevistadas como de periodistas externos colaboradores. En el primer caso, algunas veces se les pide repetir lo dicho para que quede más claro e hilado, como en el mismo pódcast mexicano *Cuir*, en donde la intervención del narrador es mínima, y el relato del entrevistado/a cobra mayor protagonismo: “las entrevistas las manufacturamos de tal forma que, como no hay narrador, y esto es algo muy común cuando haces documental, pues necesitas que la persona te diga frases completas. A menudo, pues, necesitábamos que nos dijera algo de otra forma o de forma más sintética o en otras palabras”, cuenta sobre este proceso el productor Erick Yáñez. Con respecto a los entrevistadores, sobre todo cuando son periodistas, se les pide también limitar las reacciones que interrumpen lo dicho por los entrevistados (risas, interrupciones, ruidos, muletillas, etc.), para que la grabación salga más limpia. La idea de todo esto es que, en el producto final, la voz del entrevistado sea la que guíe el relato, y que no resulte una grabación al modo de una entrevista pregunta-respuesta.

Solamente en algunos casos, la preparación del entrevistado mediante preentrevistas no se realiza, buscando que la conversación con la persona salga más natural y espontánea. Tal es el caso de producciones como *Praia dos Ossos*, de Brasil, *Sons de Lisboa*, de Portugal, o *Si no sabéis de mí*, de España. Así lo argumenta Catarina Reis de *Sons de Lisboa*: “Por eso les digo: ‘esto es para un podcast’. Esto es todo lo que digo. Todo lo demás déjalo fluir ¿por qué? Porque hay cosas que si las preguntas por segunda vez no tendrán el mismo impacto”.

7.2.3. Sonido, montaje y postproducción

En relación con la integración de sonido y música, al igual que la producción de las entrevistas, esta se realiza luego de tener el guion, por tanto, son elementos supeditados a la historia que se quiere contar. Aun así, ya desde las etapas previas se empieza a pensar en el diseño sonoro que fuera acorde al relato, lo que reafirma la imbricación de las distintas fases de producción. Tal es el caso de *Segurança privada, exército de precários* de Portugal, en donde todo el equipo comenta acerca del sonido y la música que pudiera ir en cada parte, lo que también da luces del cariz colaborativo en el trabajo de pódcast independiente:

“Todo el equipo dio su opinión sobre esas dos horas y media de música. Toda la gente dijo ‘Mira, realmente me gusta este momento (...) esta canción o pieza musical fue genial para una explicación (...) creo que esta pieza musical fue excelente para el momento en que hay una agresión de la que hablamos en el episodio X’. Y comienzas a construir estas ideas de cómo se pueden aplicar diferentes canciones a diferentes escenas”, relata Bernardo Afonso, diseñador sonoro de este pódcast portugués

La producción continúa con la etapa de montaje y postproducción. En montaje, se aúnan los distintos elementos (narración, sonidos, música, etc.), cuya fase muchas veces está a cargo de una persona en particular, reflejando la especialización y profesionalización progresiva del pódcast independiente. “Hay una parte que yo no te puedo contar, porque yo no me la sé, que son los efectos, o sea, toda la magia que hace Hugo (como diseñador sonoro) de generar vacíos, de hacer estos fades, esa construcción, que tiene que ver más con la técnica de un ingeniero sonoro es fundamental”, explica Yissel Ibarra, productora de *Así como suena* (México).

Imagen N°19

Yissel Ibarra, productora de *Así como suena* (México)



Crédito imagen: Yissel Ibarra

La etapa de postproducción involucra la revisión de los distintos sonidos, buscando que la mezcla de volúmenes entre las distintas partes tenga una armonía adecuada. En general, se observa una dedicación y preocupación por las etapas de montaje y postproducción. Se traza como objetivo poner mucha atención a la calidad sonora final que tendrá el producto, lo que se alimenta y logra con la disponibilidad de nuevas y mejores tecnologías computacionales. En solo un caso, como es *Un periódico de ayer*, de Colombia, no hay mayor prolijidad en la postproducción, específicamente, en diseño y ambiente sonoro. Esto se puede deber tanto a la premura en la entrega del producto, o también por una decisión editorial:

“Sin embargo, y esto lo comparo sobre todo con las ficciones sonoras o con otros podcast mucho más cargados en diseño sonoro, que la estética de *Un periódico de ayer*, en cuanto al diseño sonoro, es más bien minimalista (...). Tengo ganas de aventurarnos más en el diseño sonoro. Lo que pasa es que ahí también hay limitaciones de tiempo, y de tiempo de los diseñadores sonoros”, explica el director Juan Serrano.

En el subcapítulo de Estética sonora profundizaremos en las diferentes modalidades utilizadas en los podcast estudiados en torno al diseño sonoro y musical de sus

producciones. Mientras, hasta aquí, las estrategias de producción apuntan a preparar adecuadamente las entrevistas y a los entrevistados, tanto en el estudio como en los lugares acordados, o que son cotidianos o cómodos para los entrevistados. Así se aprovecha también todo el proceso previo, durante y después de la entrevista, con la grabación de ambientes y paisajes, ya sea de manera diferenciada o en el mismo espacio que otorga la entrevista. Luego, tanto el material recogido en las entrevistas como las grabaciones en exteriores, sean crónicas, paisajes o sonidos ambientes, serán un insumo necesario para el proceso de creación y realización del diseño sonoro, el montaje y la postproducción. Este proceso, si bien muchas veces se colectiviza con el resto del equipo, para escuchar y evaluar cómo va quedando cada avance o episodio completo, es el resultado de un estrecho trabajo entre el productor y el diseñador/a sonoro/a.

7.2.3.1. Tiempos de producción

Con relación a los tiempos destinados a la producción de cada episodio y de la temporada en general, estos son variables y diferenciados para cada pódcast. Algunos productores declaran producir los episodios en menos de una semana, mientras que en otros casos este proceso puede tardar uno o dos meses. Sin embargo, los tiempos de producción se ven mediados por la superposición de las distintas etapas (mientras se termina un episodio se empieza otro, por ejemplo), así como también por la realización de otras labores y trabajos ajenos a la producción del pódcast en cuestión, como puede ser otro pódcast u otro trabajo dentro de la productora. En relación con lo primero, el director del pódcast español *La historia es ayer*, Marcus H, señala:

“La verdad es que no podría decir el tiempo exacto, a lo mejor un mes por capítulo, pero, claro, este tiempo es cogido de distintos momentos. Aunque el proceso a veces ayuda a que la historia sea más interesante: ‘Bueno, avanzo con esto, estoy un poco trabado con este capítulo, empiezo a trabajar con el otro y luego vuelvo’. No es tan ordenado, también porque lo lanzamos cuando queremos nosotros, pues tenemos esa libertad para hacerlo”.

Con respecto a la producción de una temporada completa, la duración también es variable, dependiendo nuevamente de los tiempos destinados al trabajo y a otras labores ajenas al pódcast. Esto depende de la cantidad de episodios contemplados en la

temporada. Sin embargo, esta variación oscila entre los seis meses, un año y hasta dos años o más. “Es un poco difícil de medir, porque se podría decir que he estado un año y pico haciéndolo, porque me gusta hacerlo con calma, no sentir agobio (...). Entonces se podría decir que es algo desarrollado a lo largo de un año, año y medio; pero esto no significa que es un año y medio de trabajo continuo”, detalla Marcus H de *La historia es ayer*. Esta variación se puede dar entre distintas temporadas de un mismo pódcast: mientras una temporada puede realizarse en tiempos más acotados, la siguiente puede extenderse más por diferentes motivos.

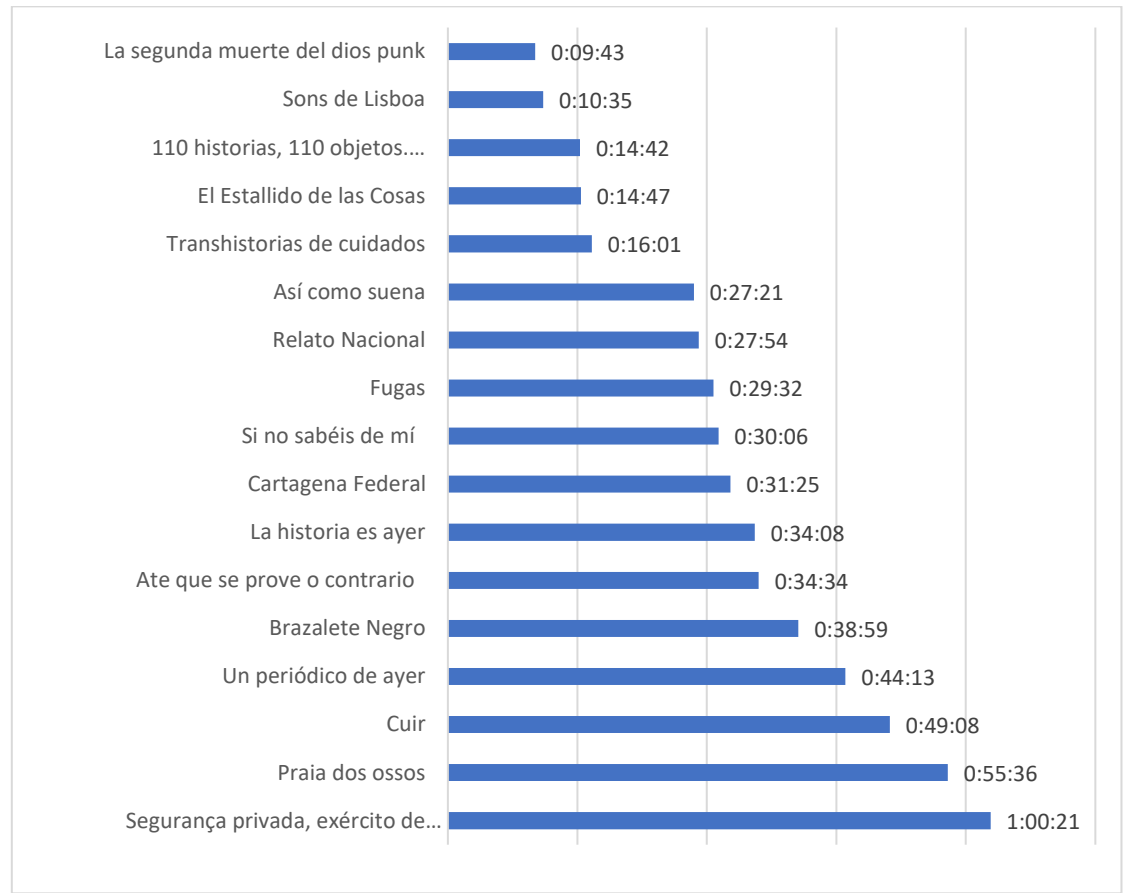
Esta variabilidad en los tiempos de producción es asociada en varios relatos de los entrevistados a la condición de independencia de las productoras de pódcast, como se observa en la experiencia de Marcus Hurst, de El Extraordinario. Al no tener que responder a entidades externas, como empresas o instituciones, los tiempos son manejados por ellos mismos. Esto en cierto grado es positivo, pero, por otro lado, puede impactar en una laxitud de los plazos. Así lo entiende Ricardo Terto, del pódcast *Até que se prove o contrário*, de Agência Pública, de Brasil: “(Este pódcast) es independiente, de la propia Agência Pública. La Agência se echó al hombro hacer este podcast. Nadie patrocinó. No hubo apoyo fuera de este pódcast. Por lo que podría retrasarse un año hasta madurar”. A diferencia del trabajo para una productora externa, medio o plataforma, estos pódcast independientes corresponden a ideas de algún integrante del equipo, que acogen sus productoras, o a decisiones del equipo ejecutivo o editorial de las productoras. Esto es visto como un “un lujo que podemos [darnos] en los programas propios. Para otros no tenemos ese lujo. Es hacerlo con el tiempo que se necesita”, valora Marcus Hurst, director de *La historia es ayer* y cofundador de la productora El Extraordinario.

Los tiempos de producción, así, son variables, se superponen las etapas y se traslapan con otros proyectos de pódcast u otros a los cuales se dedique la productora, como es el caso de Producciones del KO, de España, que produce contenidos audiovisuales. La libertad que otorga la independencia a estas productoras es un aspecto que incide en los tiempos de producción, ya que, al no tener compromisos comerciales o con patrocinadores, no deben “apurarse” o cumplir un *timing* específico, sino que más bien

optan porque el pódcast se publique cuando esté en óptimas condiciones de hacerse. Es decir, una historia atractiva y de buena factura, en todos sus niveles.

Respecto a la duración de los episodios, después de semanas o meses de trabajo, los tiempos promedios de cada pódcast estudiado son los siguientes:

Gráfico N°10
Tiempo de duración promedio de cada pódcast, de acuerdo con los episodios analizados.



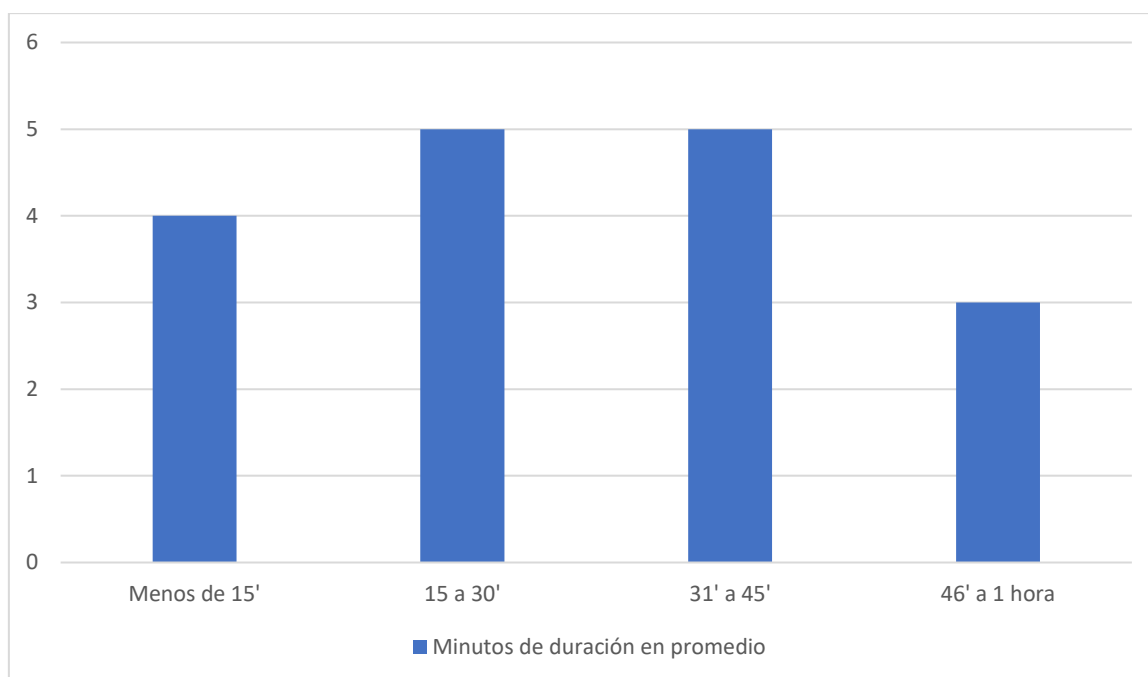
Fuente: elaboración propia

Con un promedio por episodio, de los 17 pódcast estudiados, de 31 minutos y 43 segundos, la media de estas producciones va en la línea de lo que se espera hoy de la duración de un pódcast narrativo de no ficción, ya sea entendido dentro de los pódcast de noticias documentales (20 a 40 minutos en promedio cada episodio) (Newman et al., 2023), o como pódcast narrativo como tal, los que no son demasiados largos, generalmente, menos de 30 minutos (Morton, 2020).

Si los clasificamos de acuerdo con cuatro rangos de tiempo, tal como lo establecimos en la pauta de entrevista con los productores, los resultados son los siguientes:

Gráfico N°11

Duración promedio de los pódcast de acuerdo con rangos de tiempo



Fuente: elaboración propia

En relación con el gráfico N°11, los tiempos promedios de los pódcast, de acuerdos a los cuatro rangos establecidos, es muy parejo. El 58,8%, es decir, 10 pódcast oscilan entre 15 y 45 minutos la duración de sus episodios. Para ser más precisos, siete pódcast están en torno a los 30 minutos. En orden ascendente son *Así como suena* (México), *Relato nacional* (Chile), *Fugas* (Argentina), *Si no sabéis de mí* (España), *Cartagena federal* (Colombia), *La historia es ayer* (España) y *Até que se prove o contrário* (Brasil), lo que va en línea con la tendencia del mercado, de que producir un episodio de pódcast narrativo de no ficción gira en torno a la media hora de duración.

7.2.4. Publicación y distribución

La publicación y distribución del pódcast se entienden como la etapa final en la producción, cuya fase se entiende como relevante en la generación del contenido y su escucha final de parte de los oyentes. Por muy bueno que sea el contenido del pódcast, si es que este no tiene una buena distribución, la construcción de audiencias se puede

ver mermada. Si bien se presenta más adelante un subapartado dedicado a la publicación y distribución, es importante entender esta etapa como parte de la producción de un podcast pensado para el ecosistema sonoro digital.

Varios de los podcasts han optado por destinar una persona a las tareas asociadas a la promoción, publicación, distribución y al manejo de comunidades en torno al proyecto, principalmente a través de redes sociales y otras estrategias, como *lives* o sesiones de escucha del podcast: “(...) el hecho de haber dedicado recursos, de haber priorizado dentro de nuestro trabajo el tema de crear comunidad, de hacer eventos destinados a crear comunidad, de tener una persona llamada editora de audiencias, un manager de audiencias que está todo el tiempo pensando cómo crear comunidad. [Esto] nos hace una productora”, indica Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia.

En particular, el trabajo en redes sociales se convierte en una prioridad para los equipos, como destaca Aitor Lagunas de *Brazalete Negro*, de España: “Por ejemplo, el tema de redes sociales es otra innovación que hemos metido este año, en esta segunda temporada. Hemos pasado de decir ‘oye, somos un podcast, a queremos ser una comunidad, que no es lo mismo’”. Así, el trabajo con redes sociales se convierte en un instrumento relevante al momento de construir una comunidad de oyentes del podcast, más aún del podcast independiente cuyas fortalezas son su editorialidad, el tratamiento narrativo, y la distancia con un modelo comercial. Aunque, las productoras independientes son conscientes de que debe aprovechar las estrategias de comunicación digital masiva para llegar a públicos que buscan otras historias y otras voces subrepresentadas o no presentes en los medios tradicionales ni en los podcasts de los grandes medios y plataformas.

En relación con lo anterior, existen casos en donde la promoción a través de redes sociales implica un trabajo adicional de generación de contenidos a la producción del podcast mismo. Se crean piezas audiovisuales exclusivas para su publicación en redes sociales, con contenidos que no se encuentran en el producto podcast. Tal es el caso de *Fugas*, como explica el investigador Sebastián Ortega: “Era contar una historia (para redes sociales), y de paso contar que si quería saber más estaba el podcast. Pero había un contenido propio, era un contenido en sí. No era una venta de contenido, sino un contenido propio”. Entonces, el vídeo en redes sociales señalado por Sebastián Ortega

no era una publicidad del pódcast, sino que un contenido en sí mismo, destinado particularmente a redes sociales.

Imagen N°20

Portada y acceso al micrositio de *Fugas* (Argentina)



Crédito portada: Anfibia podcast / Código QR: para acceder al micrositio de Fugas / Link:
<https://podcast.revistaanfibia.com/fugas-el-plan-perfecto-no-existe/>

La promoción o difusión del pódcast implica el diseño de una estrategia previa, que consiste en decidir un buen título, hacer la descripción del pódcast, diseñar la portada o cover, crear y editar el tráiler, elaborar algún vídeo, eventualmente, etc., es decir, una serie de acciones que acompañarán tu estrategia de publicación y distribución, tanto por el sitio web o subsitio de la productora, plataforma principal y plataformas asociadas, y tu estrategia para redes sociales y otras estrategias, como eventos en vivo.

En algunos casos, la tarea de subir el audio al sitio, a las plataformas y el manejo de las redes sociales se condensa en la misma persona, como menciona Juan Serrano de *Un periódico de ayer*: “La misma persona de estrategia de audiencias es a la vez la ilustradora de nuestros episodios, y es al mismo tiempo la que se encarga de publicar los episodios en el sitio web y en las plataformas de streaming”. En un tenor similar está Patxi Belyeu, del pódcast español *Si no sabéis de mí*: “(...) eso es algo que hacemos internamente entre mi socia Leire (productora) y yo. De tomar esa decisión a nivel de difusión y de distribución, y cómo lo vamos a hacer. Y yo creo que ahí, sobre todo Leire es la que tenía muy claro cómo hacerlo, cómo subirlo a las plataformas, cuál era la mejor estrategia de marketing y en redes sociales”. Tanto el relato de Serrano como el de

Belyeu dan cuenta de la multiplicidad de funciones que se dan en esta etapa, al igual que en otras fases productivas como detectamos y explicamos anteriormente.

La etapa de difusión y publicación actúa también como condensador del arduo y complejo trabajo que requiere la realización del pódcast independiente. En algunos casos, la fecha comprometida de publicación presiona a las etapas previas de producción, lo que muchas veces lleva a los equipos a llegar apresurada y estresadamente al momento de la promoción y distribución. Así lo relata Erick Yáñez de *Cuir*: “(...) idealmente yo hubiera querido tener la primera mitad del año para producir, y que estuviese prácticamente terminando los episodios conforme los difundíamos, pero esa brecha se fue cerrando hasta que de pronto estamos acabando un episodio la noche antes. O sea, era una locura”.

Aparte del trabajo de publicación en plataformas y difusión por medios y redes sociales, algunos equipos han explorado en formatos en vivo para difundir o publicitar su trabajo, lo que se suma como espacio y momento de producción. *Cartagena federal* (Colombia), *Fugas* (Argentina), *Brazalete negro* (España), *La historia es ayer* (España) y *El estallido de las cosas* (Chile) son algunos de los que han experimentado con el formato. En estos eventos es necesario gestionar los aspectos operativos (locación, comida, sistemas de audios), así como también la difusión del evento en vivo. “(...) Bueno, fíjate que *Radio Ambulante* tiene un show en vivo montado, lo han hecho, lo hicieron en el festival en Arequipa (Perú) y ahorita en Cartagena. Es igualito al que nosotros hicimos (...) Esto es como un club de escucha. Se reúne la gente, algo de tomar y se le da *play* a un parlante. La gente escucha el episodio como si estuvieran en un cine y lo discuten después, entre sí o con nosotros”, cuenta Sebastián Duque, productor del pódcast colombiano *Cartagena federal*. Producir estos eventos puede implicar gestiones relativamente simples, como las que menciona Duque, o también procesos productivos más complejos, como cuenta María Court de *El estallido de las cosas*, en relación con la presentación del pódcast en un festival: “Después se mostró en este festival, también tuvo una versión en Sheffield, Reino Unido, donde hicimos una versión de texto objeto animado, que eran unos vídeos con lo sonoro”. En este caso, tal como se habló de la creación de piezas especiales para redes sociales, la presentación en el festival implicó la generación de un nuevo contenido audiovisual que acompañó el audio, lo que refleja la extensión del

proceso productivo más allá de la simple creación del audio y de la subida a las plataformas.

La producción de podcast narrativos de no ficción independientes ha adquirido características muy valiosas, en las que se advierte un esfuerzo por institucionalizar la práctica productiva, aprovechando la experiencia de los productores que provienen del mundo de la comunicación, del periodismo y de la producción audiovisual. Específicamente, se consideran todas las etapas que son necesarias para producir un podcast en esta modalidad: preproducción, producción, postproducción y promoción, publicación, distribución y relación con la audiencia. De manera paulatina, las productoras independientes han tenido que contar con gente especializada en las distintas etapas, lo que habla de una profesionalización y complejización del mundo del podcast independiente, en particular, en el podcast narrativo de no ficción que estamos estudiando. En ciertos contextos, como en Brasil o Portugal, la producción de podcast ha logrado un mayor desarrollo en comparación con los demás países. En ellos se observa un alto nivel de producción muy cercano al trabajo audiovisual, como si de una película se tratara. En el caso de *Praia dos Ossos*, la productora Branca Viana señala que el trabajo de producción contempló casi cuarenta personas, y cada una es reconocida en los créditos: “Entonces, por ejemplo, si tienes cuatro transcriptores, los ponemos en los créditos. A todos los que se acercaron al podcast le damos el crédito, porque creemos que es importante, ya que todas esas personas contribuyeron de una u otra forma”.

Sin embargo, la condición de independencia plantea otros aspectos relevantes. A pesar del esfuerzo por la división de roles, estos muchas veces tienden a mezclarse, realizándose algunas tareas por una misma persona, como también las etapas se entrecruzan no siendo un proceso lineal ni uniforme. Según los entrevistados, esa laxitud en la división de los procesos, roles y funciones se puede vincular con la noción de horizontalidad y trabajo colectivo propia del mundo independiente, aunque la especialización es cada vez más creciente y el podcast está demandando nuevas funciones, que antes no estaban cubiertas. Esta misma condición de independencia impacta en los plazos de producción, lo que en cierta medida se valora, pero, por otro lado, se presenta como argumento frente al retraso en el proceso de trabajo.

Con todo, la producción de estos pódcast narrativos de no ficción se puede concebir como un circuito, que tiende con la práctica a ser integral, ya que el pódcast cobra sentido desde la idea, pasando por la investigación en terreno y el *fact checking* [o verificación de hechos] en algunos casos, hasta su publicación y relación con la audiencia. Un ciclo de vida, que se extiende más allá de la web, gracias a las estrategias de vinculación con la audiencia, tanto virtuales como presenciales (para más detalles ver el punto 7.5 de este capítulo).

7.3. Estética sonora

Una importancia creciente está cobrando la estética sonora o diseño sonoro dentro de la producción de podcast. Además de la historia y del narrador, que son factores clave, los sonidos, el arte, el guion, la estructura y los personajes tienen un lugar destacado en el podcast narrativo de no ficción, plantea McHugh (2022). Este arte de la composición de la historia y de los sonidos, que están presentes en este tipo de podcast, hablan de una estética que no solo refiere al contenido sino a la forma de cómo está hecho y cómo se escucha. Es decir, es tanto la creación -de cómo lo concibe el autor y cómo se realiza-, como también de la recepción acústico-sonora del espacio y del tiempo de parte del oyente.

Si bien son escasos los estudios sobre el diseño sonoro del podcast, en general, y del podcast narrativo de no ficción, en particular, estos hallazgos permiten trazar una ruta para estudios futuros y profundizar en distintas dimensiones de la estética sonora. Gracias a las entrevistas con los productores y diseñadores sonoros de los podcast podemos revelar cómo conciben y construyen la sonoridad de cada producción y los elementos que consideran para diseñarla, desde los recursos sonoros, pasando por las voces que son grabadas, hasta el diseño musical para el podcast.

También, la escucha analítica de estas producciones permite reconocer y clasificar la calidad del audio, el uso de los efectos sonoros y la función que tienen dentro de la narrativa. Asimismo, el diseño musical y el rol que cumple la música dentro del podcast. Estos aspectos, en su conjunto, refieren a la forma y fondo, al qué y al cómo, cerrando un círculo en torno a la estética que toma el podcast narrativo de no ficción. Sus características y señas de identidad lo diferencian de los conversacionales y los emparentan con los narrativos de ficción, por la alta factura y complejidad que tienen este tipo de producciones.

7.3.1. La construcción de la sonoridad en los podcast narrativos

Como se destacaba en el apartado de producción, la construcción sonora y estética del podcast corresponde a una etapa relevante de su elaboración. Varios entrevistados reconocen destinar a una o más personas, para dedicarse casi exclusivamente a tal trabajo. Así lo afirma Branca Vianna, productora de *Praia dos Ossos*, de Brasil, a

propósito del rol de la diseñadora sonora y montajista Lais Lifschitz en esta producción, que obtuvo el Prêmio APCA 2020, de la Associação Paulista de Críticos Teatrais, en la categoría radio: “Lais entiende mucho de eso, ella es editora de cine (...) Ella fue muy importante no solo en la edición, sino también en la parte de ambientación, sonido, del podcast”. En el caso de *La historia es ayer*, de España, Marcus H, productor de esta serie, reconoce que el trabajo sonoro no es solo técnico, sino que sumamente creativo: “El diseñador de sonido tiene un rol muy importante. Su rol es ser director del diseño de sonido, y eso va mucho más allá de simplemente ser un técnico, que es la impresión que nos dio yendo a radios. Que a veces el diseñador de sonido es una especie de técnico que está ahí para que le digas lo que tiene que hacer (...)”.

El diseñador sonoro ocupa un importante rol creativo dentro del podcast. Es aquel que crea, produce y ejecuta el diseño de sonido, de acuerdo con la historia y muy de la mano con el director o productor principal, y/o con el equipo de producción según sean las dinámicas de trabajo de cada productora. El diseñador sonoro crea así una estética sonora, que se compone de todo aquello que suena en el podcast, es decir, la narración, el diseño musical y todos los recursos y efectos sonoros.

Debido a la complejidad de la producción y riqueza narrativa que está adquiriendo el podcast narrativo, la tarea del diseño de sonido se emparenta mucho con el cine y el audiovisual, como esbozaba Vianna, ya que es la construcción de imágenes, cada vez más inmersivas, que pueden cobrar distinto sentido o valor, ya sea descriptivo, narrativo u ornamental.

La importancia de lo estético y la elaboración sonora en la producción del podcast, según un relativo consenso entre los entrevistados, están en estricta relación con la historia conformando una cadena productiva que busca ser virtuosa. “Hemos ido evolucionando mucho en términos tanto del guion como de la dirección de las voces, de la edición y del diseño sonoro y de la música. El *look and field* que queremos lograr es de intimidad. Y es de intimidad y de complicidad con quien escucha”, sostiene Yissel Ibarra, productora del podcast mexicano *Así como suena*. Esta intimidad y complicidad se convierte en un factor clave para provocar la inmersión del oyente en la historia. Esto se logra a través de un diseño sonoro muy cuidado: desde la grabación, con el uso de grabadoras de alta calidad documental, tales como Zoom H4n Pro, pasando por la música y los efectos de sonidos

empleados, hasta la postproducción de audio. Por ejemplo, en esta etapa final se puede usar Dolby Atmos, cuya tecnología produce una experiencia auditiva envolvente, en la que los sonidos se reproducen por encima de la cabeza. Esta tecnología es utilizada en *Así como suena*, cuyo recurso “casi ningún podcast lo tiene. Llevamos experimentando un par de meses con esta forma de diseño para lograr más intimidad con el oyente”, complementa Ibarra.

Una estética y diseño sonoro se elabora, a fin de cuentas, pensando en la relación auditiva que se establece con el oyente teniendo como motor la historia que se está contando y la forma en que se hace.

A propósito de esto, existe gran consenso entre todos los productores de podcast entrevistados sobre la importancia de la música y el sonido como elementos que definen la narración: “¿Cómo logro yo, con la música, realzar lo que dice la gente?” se plantea como una pregunta base Bernardo Afonso, diseñador sonoro de *Segurança privada, exército de precários*, de Portugal.

La utilización de la música acompaña o potencia la narración, pero sin que esta fuerce o modifique lo que dice el hablante. En otros casos, la música y el sonido ayudan a equilibrar la entrega de información narrada o hablada, como ocurrió en el podcast *Praia dos Ossos*: “(...) creo que podemos darnos tiempo para que la gente absorba esta información”, explica Lais Lifschitz, diseñadora y montajista de este podcast brasileño, de la productora Rádio Novelo, quien aprovecha de explicar el proceso de diseño que llevaron con esta gran producción: “Normalmente, el primer corte que había era con la narración. Después de hacer ese primer corte venían las entrevistas. Volvía al principio y luego ponía las canciones, creando las pausas en la narración con las canciones y poniendo los archivos”. De esta forma se produce un movimiento sonoro, que permite variaciones dentro de la historia: “hubo un punto en el que rompí mucho la narración, para crear pausas de solo música y luego narración, música y narración”, concluye.

Imagen N°21

Lais Lifschitz, diseñadora y montajista de *Praia dos Ossos* (Brasil)



Crédito imagen: Lais Lifschitz

En otros casos, como los pódcast de narraciones históricas, *La historia es ayer*, *Un periódico de ayer*, *Fugas*, *Brazalete negro* y el mismo *Praia dos Ossos*, la música y el sonido sirven también para ubicar espacial e históricamente el relato, bajo la idea de que estos elementos permiten transportar al oyente. Así lo señala Marcus H, productor de *La historia es ayer*, de España: “lo que hago es intentar poner sonido a ese mundo, darle su sonoridad, es decir, no solo hablar de la época, sino que el que lo escucha pueda trasladarse, a través de los códigos de esa época”. Además, en otros casos, la música y el sonido tienen una función asociada a la estructura de la historia, marcando inicios, finales o cambios de temática. Este vínculo entre sonoridad y estructura narrativa ayudaría también a guiar al oyente: “siempre seguimos la misma estructura de sonidos, casi los mismos sonidos al empezar y al finalizar. Todo eso lo planeamos para que se vea uniforme”, cuenta Maju Carrión, productora de *Transhistorias de cuidados*, del Perú.

Es decir, el tiempo y espacio sonoro del pódcast se engarzan con la estructura y narración de la historia. El qué y el cómo están vinculados estrechamente en su concepción y ejecución para lograr la inmersión auditiva del oyente, como decíamos anteriormente.

En otros pódcast estudiados, como los de España y Argentina, de manera consciente o intencionada, se opta por un sonido un poco menos trabajado o pulido. Esto refleja el

realismo que se quiere construir con el relato: “(...) cuando buscas unas condiciones ideales para grabar, también pierdes otros elementos, de calma, de tranquilidad de la gente a la hora de hablar, de explayarse, de intimidad”, según entiende Patxi Belyeu, director y productor de *Si no sabéis de mí*, de España. Una anécdota al respecto, la recuerda el equipo del pódcast argentino *La segunda muerte del dios punk*: “Después está el [audio] de la fiscal; dejamos adrede la suciedad. La fui a entrevistar a la fiscalía y se escuchaba gente hablando, gente caminando, sonaban teléfonos, gente sellando cosas, algo bastante caótico. Y me acuerdo de que decidimos dejarlo así, que se note esa suciedad, como una manera de contextualizar el lugar”, recuerda Nicolás Maggi, productor de este pódcast.

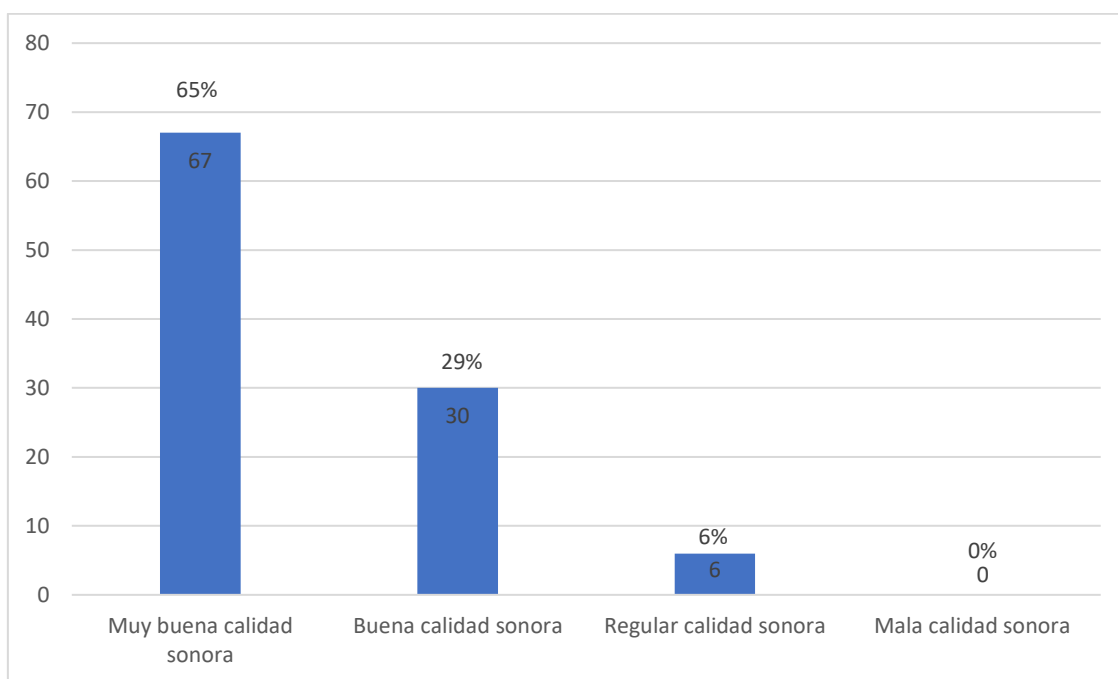
Si bien se privilegia una calidad sonora muy cuidada en la producción, también se dan estos casos conscientes de producir y registrar la grabación. Muchas veces, no tanto por los medios con los que se cuenta -como una grabadora básica- sino que como forma de darle naturalidad a la historia y de aprovechar los ambientes o contextos tal cual se presentan.

Esta diferencia en la calidad sonora se observa también en la recopilación cuantitativa de los episodios analizados, que están reflejados en el gráfico siguiente N°12, de acuerdo con lo que entendimos por calidad sonora (Ver capítulo 6 de Metodología, variables estéticas 3, número 21). Con una escala de cuatro niveles de calidad sonora (muy buena, buena, regular y mala), un gran porcentaje de los episodios (65%), presenta muy buena calidad sonora, mientras que un 29% tiene una buena calidad. En 30 episodios de pódcast, principalmente, en *Até que se prove o contrário* (Brasil), *Sons de Lisboa* (Portugal), *Así como suena* (México), *La segunda muerte del dios punk* (Argentina) y *Cartagena Federal* y *Un periódico de ayer* (Colombia), la calidad es buena, pero no sobresaliente. Esto se debe al registro de ambientes, calles, protestas, etc., llamadas telefónicas, notas de voz, o en algunos casos por la distancia del entrevistado con el micrófono, o la reverberación que existe en el lugar de grabación, entre otros motivos (ver en anexos fichas de análisis para más detalle). Esto, muchas veces, corresponde a la oportunidad de la grabación o a la preparación de los medios técnicos. Mientras en el 6%, es decir, seis episodios, la calidad es regular, cinco de los cuales son de *Si no sabéis de mí* de España y uno de *Así como suena* de México. En el primer caso fue porque las

entrevistas fueron grabadas a través de Signal y porque algunas entrevistas colectivas no tuvieron calidad óptima, ya sea por el espacio en el que grabaron y/o la distancia que tenían los entrevistados con el aparato de grabación. Mientras en el episodio *Qué hay detrás de una taza de café*, de *Así como suena*, la voz de la narración y de algunas entrevistas no tuvieron calidad óptima. En el caso del podcast *Si no sabéis de mí*, la historia del combatiente español en el Kurdistán y el peligro que revestía para el entrevistado revelar su identidad fueron motivo y condición suficiente para grabarse a través de Signal. En cambio, las entrevistas colectivas podrían haber logrado mayor calidad, sin que se perdiese la naturalidad o el ejercicio colectivo de memoria que hacían los entrevistados. Aun así esto no fue obstáculo para el éxito del podcast y su nominación a importantes premios como los Ondas Globales del Podcast y Gabo (2023). Esto se debe a que la historia y la estructura narrativa pueden ser más relevantes que su calidad sonora, como un elemento, entre otros, dentro del diseño completo. En efecto, la estética sonora involucró otros componentes, como la música de Club del Río y su canción *Lobo amigo*, y la narración tan íntima y cercana que le dio Belyeu a la historia de su amigo miliciano.

Gráfico N°12

Calidad sonora de las producciones de podcast narrativos independientes



Fuente: elaboración propia sobre la base de las fichas de análisis de 103 episodios estudiados.

En resumen, el 94% de los episodios analizados tienen una calidad sonora que va de buena a destacada, lo que reafirma la preocupación por la calidad del producto que se escucha. Solo un 6% presenta una calidad regular, aunque, en cierto sentido, en cinco de esos seis episodios la historia justifica esa forma de producción, de lo contrario, se pierde al protagonista y a la historia misma que se quiere contar. En tanto, como ocurre en el sexto episodio, y como pasa también en algunos pódcast con calidad media, es que, a veces, se privilegia la grabación más natural, o se sale a la calle con medios de grabación básicos. Esto se debe a que son los medios con los que cuentan los productores o porque no ha habido, hasta ese momento, capacidad, oportunidad o preparación de parte de las productoras de pódcast independientes para acceder a recursos de grabación de mayor calidad.

Hasta aquí una primera aproximación a lo que es la estética sonora, los elementos que la componen, el rol del diseñador de sonido, cómo conciben los productores y algunos diseñadores esta tarea, y cómo es la calidad general de estas producciones analizadas de Iberoamérica. A continuación profundizaremos en el primer aspecto.

7.3.2. Elementos del diseño sonoro

En el punto anterior introducimos la importancia que tiene en el proceso creativo y de producción de los pódcast narrativos de no ficción la interrelación entre lo sonoro con los otros elementos que componen su realización. Tal como ocurre con los cuatro elementos básicos del lenguaje radiofónico (palabra, música, silencio y recursos y efectos sonoros) (Balsebre, 2004), en estos pódcast la amalgama de estos elementos hace posible la construcción estética de estas producciones, en las cuales cobran mayor relevancia los recursos sonoros, tales como sonidos y efectos, y las músicas utilizadas.

7.3.2.1. Recursos sonoros

Con respecto a los recursos y efectos de sonido, para la mayoría de los entrevistados/as el sonido ambiente es un elemento fundamental para contar la historia. Existe una preocupación por capturarlo e incluirlo en el pódcast, como se observó en el apartado de producción. Marco Antonio Gonçalves, *productor de 110 histórias, 110 objetos*, de Portugal, destaca la función que tienen dentro de este pódcast: “se trata de atraer la atención sin descripción, sino que con sonidos ambientes. Con la música y también con

estos sonidos intento llevar al oyente al lugar donde estoy viendo lo que está pasando”. En esta construcción se privilegian los sonidos naturales, lo que se graban directamente ya sea en el sitio, lugar o locación que la historia lo permita o requiera. Por tanto, no se usa una biblioteca online con sonidos prefabricados.

Imagen N°22

Portada y acceso al micrositio de *110 histórias, 110 objetos* (Portugal)



Crédito portada: Técnico Superior de Lisboa / Código QR: para acceder al micrositio del pódcast / Link:

<https://110.tecnico.ulisboa.pt/>

En este esfuerzo, incluso los sonidos ambientes son grabados de forma independiente al relato, para registrarlos de mejor manera: “se ponía a llover a cántaros en la mitad de la entrevista. Nada que hacer, pues, entonces, lo que hacíamos era que yo después grababa la lluvia sola, y le agregaba más lluvia a la parte en que llovía para que se notara más nítida”, relata su experiencia la directora de *Relato nacional* de Chile, Nancy Castillo.

Además de la entrevista que es el primer tipo de sonido que se registra “está el tercer tipo”, profundiza Castillo, “porque el segundo es el paisaje [sonoro], que es el sonido del lugar en el que se hace la entrevista”. Por ejemplo, en el episodio 46 de *Relato nacional*, La paradoja de la libertad, el protagonista Pancho ha perdido su voz. Entonces ¿cómo contar esa historia si el personaje principal no puede hablar?

Castillo grafica muy bien el “juego” sonoro y las capas que se pueden registrar y utilizar después en el proceso de montaje: paisajes sonoros, sonidos del lugar, y después recreación de sonidos (que veremos en breve):

“En el lugar del protagonista hay un montón de sonidos, como por ejemplo niños jugando en el museo de carpintería, están cortando madera en un taller y están martillando una linotipia. Entonces, en la misma entrevista se van escuchando esos sonidos y ruidos que también los dejamos, porque el entrevistado no habla. Estos son parte de su expresión y de su espacio, así como también se escucha la silla de ruedas que usa para moverse. Esta es la forma como podemos percibir a Pancho, con los sonidos que hace, que emite. Y ahí, por ejemplo, el paisaje sonoro de ese lugar es súper importante. Hay partes que se escuchan como en un tercer plano, porque es parte de la grabación cuando lo estamos entrevistando. Pero luego recorrimos el lugar grabando todo lo que estaba sucediendo ahí. Y parte de eso lo fuimos usando después en la edición. ‘Ya, pongamos acá la caja musical, pongamos acá la linotipia. En esta otra parte van los niños hablando y acá el martilleo. Subamos el martillo a primer plano, etc.’. Lo que pasa es que no está capturado todo en el mismo momento de la entrevista, porque hubiese sido demasiado ruido”.

A la entrevista, los paisajes sonoros y los sonidos que se graban aparte, como la linotipia por ejemplo, puede sumarse después la recreación de sonidos: “La recreación la vamos a buscar a bancos de sonidos o a videos de YouTube”, cuenta Castillo. Aunque sea con menos frecuencia, porque se privilegian los sonidos naturales, se necesita esta recreación de sonidos o *foley*, como herramienta para la estética sonora, al igual que archivos sonoros. Se acude a la recreación, a través de bancos de sonidos, por la imposibilidad de tenerlos en estado puro, ya sea porque es imposible producirlos o porque su grabación requiere otras habilidades técnicas, como la lluvia que es muy compleja grabarla. Mientras el foley es la producción en estudio de esos sonidos, sean de personas y/u objetos, como antiguamente se hacía en los radioteatros, grabados o representados en vivo. Esta multiplicad de recursos que son utilizados en el diseño de sonido también se da en el caso del otro pódcast chileno *El estallido de las cosas*: “el diseño sonoro era *foley*, archivo real y música”, cuenta María Court, codirectora de esta producción.

Así, cada historia que se va grabando, con personas, ambientes y objetos, va a requerir recursos sonoros específicos, que la diseñadora o diseñador sonoro podrá producir u

obtener. Estos tomarán sentido, tanto en el guion como en el proceso de montaje y *mastering*.

7.3.2.2. Diseño musical

La música también forma parte importante de la construcción estética del podcast. Como se observa en el gráfico N°13, más de la mitad de los episodios analizados (52%) integran diseños musicales propios, y un cuarto (24%) mezcla músicas propias con licenciadas, lo que permite reconocer la relevancia que tiene la elaboración musical para el diseño del podcast. Solo un quinto (21%) ocupa músicas licenciadas, las que son útiles para la historia, en general son de bajo costo y a las cuales se puede acceder fácilmente respetando los derechos de autor involucrados.

Como destaca Sebastián Ortega, investigador del podcast *Fugas*, de Argentina: “la gran identidad del podcast está en la música original. E incluso decidimos mantenerla en la segunda temporada porque funciona más allá del podcast. Hemos escuchado a gente tarareándola”.

La música licenciada considera el uso de música con derechos de autor de manera legal. Dentro de ella existen distintas variaciones, muy usadas en la industria audiovisual y hoy en el mundo del podcast, como la música libre de derechos de autor. Esta se refiere a un tipo de licencia que permite al comprador pagar la licencia de música sólo una vez y utilizar la música durante el tiempo que desee. También está la música libre de derechos, con licencia libre y gratuita, que permite copiar, reproducir, adaptar, etc., sin tener que pagarle al autor por ello. Es decir, es aquella que no posee “copyright”.

Dentro de los podcast que han optado por la primera de estas dos tipologías de música libre de derechos, con pago único por el uso de esa licencia, se encuentran *Cuir* de México y *110 histórias, 110 objetos* de Portugal, *Transhistorias de cuidados*, de Perú, *Cartagena Federal*, de Colombia, y *Relato nacional*, de Chile, que en su reciente quinta temporada pasó de esta modalidad a contar con una diseñadora musical propia.

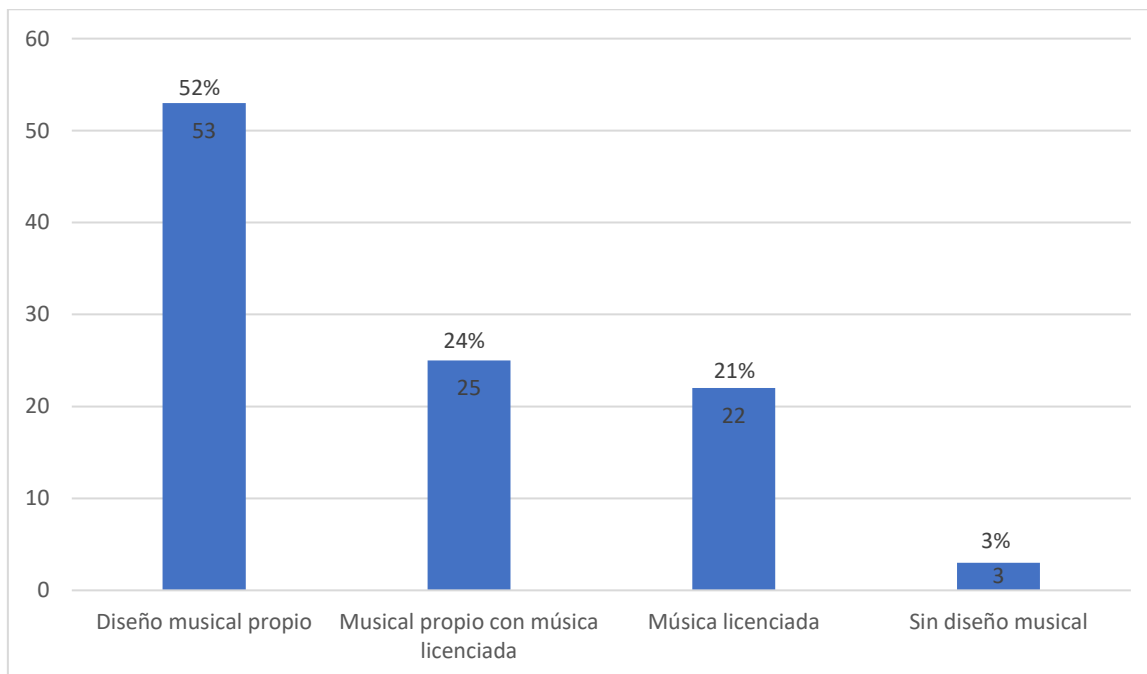
Además de algunas plataformas con licencia libre, como Epidemic Sound y Soundtrack Your Brand, existe hoy la música creada para podcast. Nancy Castillo, directora de *Relato nacional*, de Chile, señala que: “Lo que pasa es que ahora tenemos la facilidad de que hay música para podcast, que se hace para podcast, y que solo te piden que reconozcas

los derechos”. Es decir, se usa la segunda tipología de música libre de derechos para su reproducción, distribución, modificación, difusión y copia de la obra, pero como tiene un fin comercial, es decir, “copyleft”, es necesario dar crédito a los respectivos autores de las obras utilizadas, tal como explicaba Castillo. En todo caso, el propio autor es el que establece las limitaciones para el uso de su obra, aunque, por lo general, se debe reconocer los derechos de autor en tanto derecho moral de la obra creada.

Estos usos, clasificaciones y obligaciones contractuales que demanda el uso de música dentro de un podcast demuestran que el diseño musical es un mercado interesante, tanto de producción como de estudio de esta música dentro del podcast y dentro de la producción sonora actual. Por lo general, los podcasts no necesitan un tema completo o varios temas musicales, sino que momentos, fragmentos de ellos, para ambientar una escena o un instante en la vida de los personajes. Esto hace que la producción musical tome un cariz propio dentro de la producción del podcast.

Gráfico N°13

Producción de música en el podcast narrativo de no ficción independiente



Fuente: elaboración propia sobre la base de los 103 episodios estudiados en las fichas de análisis (ver anexos).

Pese a la importancia cada vez mayor que tiene el diseño musical dentro del pódcast, y del pódcast narrativo de no ficción en particular, elaborar un diseño propio se enfrenta a algunos obstáculos. Los recursos escasos que tiene el pódcast independiente, y las restricciones legales y económicas en el acceso a música licenciada, podrían ser una primera explicación: “(...) pasa por cómo íbamos de recursos, y de que al final es difícil muchas veces permitirte una compra, tener los derechos de una canción. Tampoco teníamos muchísimo margen dónde elegir, pero afortunadamente tanto Leire [productora] como yo tenemos grupos de música, que son amigos”, cuenta Patxi Belyeu, director y productor de *Si no sabéis de mí*, a propósito del uso de la canción Lobo amigo, de la banda Club del Río.

Algunos productores de pódcast expresaron su interés por vincularse con artistas emergentes y/o independientes, lo que da cuenta del vínculo entre pódcast y música, al momento de pensar en la creación musical. María Court, codirectora de *El estallido de las cosas*, habla del trabajo realizado con el productor musical Martín Pérez Roa:

“Fueron como tres, cuatro o cinco encargos de *tracks*. Él hacía una propuesta y hacíamos ida y vuelta [para evaluarla] (...). Le dio mucho ritmo, mucha frescura, porque era muy electrónico; entendió perfectamente a lo que iba. No es un sonido que yo he escuchado antes, siento que no es la típica [música]. O sea, narrativamente tiene contenido la música (...)”

Imagen N°23

Portada y acceso al micrositio de *El estallido de las cosas* (Chile)



La música construye la identidad musical del podcast, una identidad que a su vez contribuye a la identidad sonora del podcast en su conjunto. Esto se logra a través de una forma de trabajo, en que la interrelación entre director/productor, diseñador sonoro y diseñador musical es clave, para darle sentido e identidad a la producción.

7.3.2.2.1. Función de los recursos sonoros y la música

7.3.2.2.1.1. Función de los recursos sonoros

Como se ha observado hasta acá, los recursos sonoros y la música ocupan un lugar relevante tanto a nivel de producción como de construcción estética. Esto se condice con el lugar o función que tienen en la historia los efectos sonoros. Solamente un porcentaje menor de los episodios analizados (5%) utilizan sonidos de forma decorativa, es decir, sin mayor función que la de ornamentar la historia, pero sin influir en ella. Por el contrario, un porcentaje importante de los capítulos analizados (88%) otorga una función descriptiva a los sonidos, vale decir, de representar o ilustrar con sonidos aquello que están contando, mientras que un 40% integra sonidos con funciones narrativas, o sea, que los sonidos permiten o cuentan la historia por sí mismos.

A pesar del amplio porcentaje de episodios que integran sonidos con funciones descriptivas, los entrevistados destacan la importancia de no caer en “obviedades”, buscando la sutileza en el diseño sonoro: “Hay un fino equilibrio entre recrear e insinuar. Nosotros estamos más por la segunda vía, la de la insinuación”, sostiene Aitor Lagunas, director de *Brazalete Negro*, de España. Esto quiere decir que los sonidos o efectos utilizados sean sugerentes, provocativos o activen la imaginación del oyente para construir o terminar de construir la escena que están escuchando. En relación con la función narrativa, Erick Yáñez, productor de *Cuir*, de México, señala: “(...) nos alejamos lo más posible del diseño sonoro que suele ser muy literal (...) Si alguien está nervioso, pues no pones jadeos de alguien nervioso, sino que pones música”. Entonces, por más descriptivos que sean esos sonidos, los productores entienden que estos, al igual que los narrativos, cumplen una función activadora en el oyente: “A mí me gusta mucho el diseño sonoro rico, el que se vuelve una experiencia un poco cinematográfica (...) No me gusta el diseño sonoro lleno de obviedades. La más clásica es que se abrió la puerta, y

suenan el chirriar de una puerta”, explica Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia.

Imagen N°24

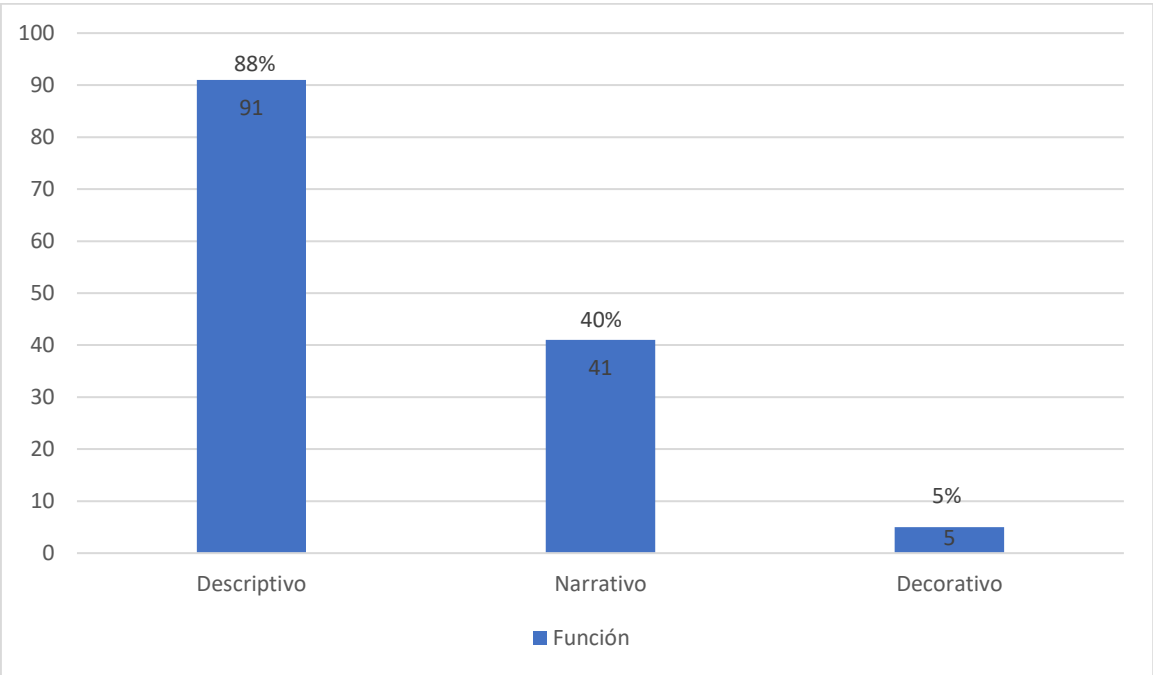
Portada y acceso al micrositio de *Un periódico de ayer* (Colombia)



Crédito portada: La No Ficción / Código QR: para acceder al micrositio de Un periódico de ayer (Colombia) / Link: <https://www.lanoficcion.com/upda>

Gráfico N°14

Función de los recursos y efectos sonoros



Fuente: elaboración propia basada en los 103 episodios de pódcast analizados (ver anexos).

Esto representa un avance o una evolución, respecto a los radioteatros clásicos hasta inicios de los '80 -entendidos hoy como ficciones radiofónicas o pódcast narrativos de ficción-, en que los efectos de sonido eran principalmente ilustrativos, tal como ejemplifica Serrano. La comunicación sonora digital del nuevo siglo -multisoporte, inmersiva e interactiva- busca capturar a los oyentes a partir de recursos sonoros descriptivos-narrativos que posibiliten la cocreación del oyente del espacio narrado.

7.3.2.2.1.2. Función de la música

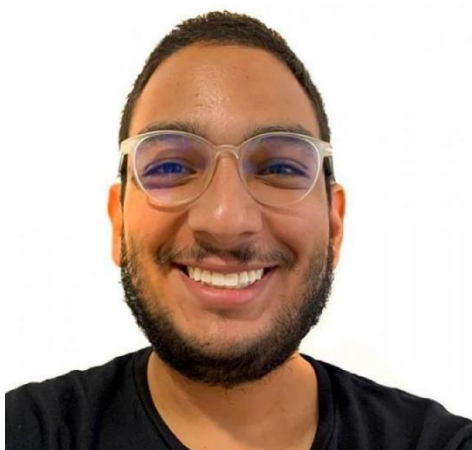
En cuanto a la función que cumple la música en los pódcast narrativos de no ficción iberoamericanos, un porcentaje mayor (79%) de los pódcast, que corresponden a 81 episodios analizados, otorga una función puramente incidental a la música, es decir, que se encuentra fuera de la historia y de lo que están viviendo los personajes. Esta música no diegética o extradiegética ambienta, acompaña o refuerza las acciones de los personajes a través de los momentos o fragmentos musicales que escuchemos, ya sean hablados y/o instrumentales. Mientras, un 20% integra música que cumple funciones incidentales y diegéticas, que corresponden a 21 episodios, como por ejemplo en el episodio La guerra de los Breton, de *Un periódico de ayer*, o La masacre invisible, de *Cartagena Federal*, ambos de Colombia. Este último es uno de los episodios de mayor factura de esta productora colombiana, en que el diseño sonoro y musical propone un ejercicio de memoria, profundo e inmersivo, con los familiares de 15 personas asesinadas en los montes de María, en 2002, sin que hasta ahora se sepa del paradero de ellos. La estética sonora se expresa en varios paisajes sonoros de esa región colombiana, como también en el diseño musical, que marca los momentos descriptiva y narrativamente de la historia, las voces y las atmósferas en las que ocurre la matanza, y la memoria que se tiene de ella y de sus familiares desaparecidos. En tanto, solo un 1% trabaja únicamente con música que cumple funciones diegéticas o que sucede dentro de la historia e impacta a los personajes.

La utilización de música incidental es reconocida por los entrevistados, y se asocia mayormente a la generación de emociones que acompañan la historia o el relato. “La música lleva la carga dramática de la historia. La música no es música ilustrativa. Lo que yo quiero es que el espectador sienta, en esos momentos, como una banda sonora, más

que como algo que acompaña. Es literalmente como si fuera una película”, explica Pedro Espinosa, de Cartagena federal, de Colombia.

Imagen N°25

Pedro Espinosa, productor creativo de *Cartagena federal* (Colombia)



Crédito imagen: Pedro Espinosa

Si bien han pasado por emplear música al estilo *This American Life*, que fue su referente, después música original y librerías, Sebastián Duque productor de este pódcast colombiano, da cuenta de las decisiones que están detrás de la elección de la música pues tiene directa relación con cómo se quiere escuchar el producto: “la música no es del caribe colombiano, porque con este tipo de historias, con este tipo de temas, contribuiría a una exotización de Cartagena, que es justamente lo contrario de lo que queremos”.

El diseñador sonoro del pódcast portugués *Segurança privada, exército de precários*, Bernardo Afonso, justifica la utilización de música incidental o no diegética por el coste económico de esta: “pasa mucho por cuestiones de presupuesto, por una cuestión de tiempo, que se terminan haciendo este tipo de bandas sonoras. Es muy fácil para un compositor, muy fácil, en el sentido de tiempo, de esfuerzo”.

Imagen N°26

**Bernardo Afonso, diseñador sonoro de *Segurança privada, exército de precários*
(Portugal)**



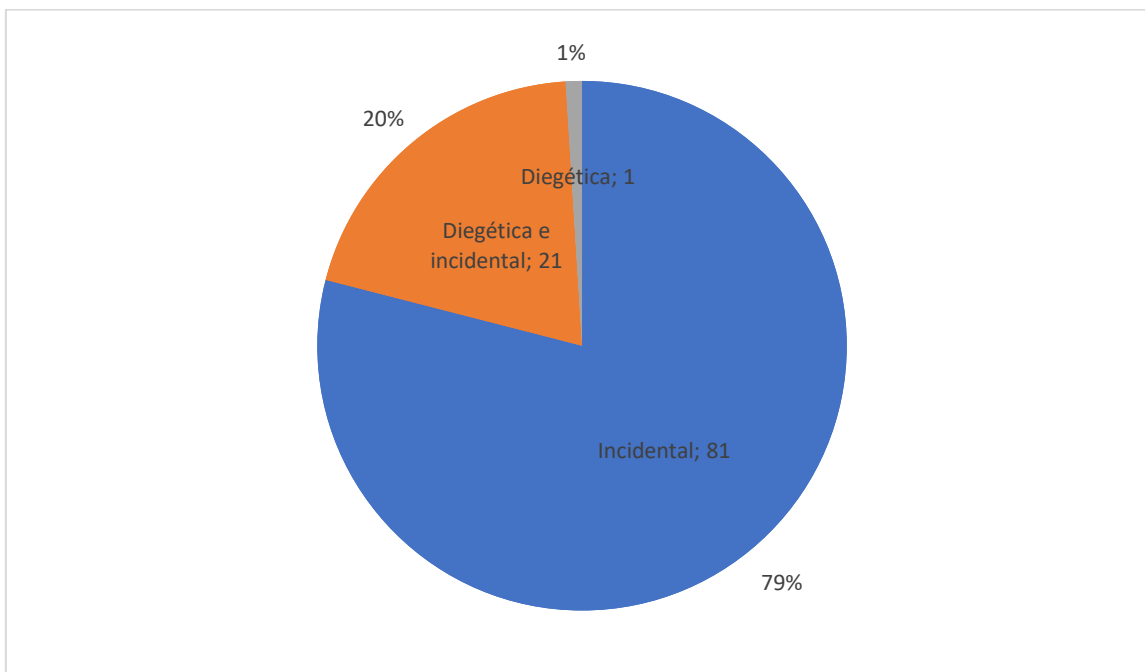
Crédito imagen: Bernardo Afonso

Son dos puntos de vista. Uno sobre cómo se entiende la música, por más incidental que sea, y otro en relación con la factura que está detrás de una banda sonora, pues diseñar, crear y montar una música diegética implica una elaboración mayor narrativa y estética, para la que, a veces, no se cuenta ni con recursos ni con tiempo posible dentro de la producción.

Como se observa en el gráfico N°15, la música diegética no es tan preponderante en los pódcast analizados, aunque de todas formas está presente en una proporción de 21% (1% diegética y 20% diegética e incidental). Tal es el caso del pódcast chileno *El estallido de las cosas*, de la productora Mucha Media: “(...) la música está acompañando la narración, pero en momentos también se pone diegética, casi como si ellos mismos [los personajes] fueran escuchando en la radio eso [que está ocurriendo]”, describe María Court, codirectora de esta producción sudamericana.

Gráfico N°15

Función de la música dentro de los podcast narrativos independientes



Fuente: elaboración propia sobre la base de las entrevistas y 103 episodios analizados

Tanto la música como los recursos y efectos sonoros acompañan la historia y tienen un lugar relevante en la construcción estética. En este contexto, algunos entrevistados sostienen que la integración sonora y musical sigue siendo un desafío, considerando que muchos de los realizadores de podcast narrativos vienen del periodismo y no de la música o el sonido: “Al investigar el mundo del audio, nos dimos cuenta de que son clave los diseñadores de sonido, y encima notábamos que muchos lo ignoraban. No es que tuviesen mala calidad de audio, pero no tenían diseñadores de sonido muy creativos”, argumenta Marcus Hurst, productor de *La historia es ayer*, de España, y cofundador de la productora El extraordinario, que destaca por sus diseños sonoros y el gran trabajo que ha hecho en este sentido Andreu Quesada. Tal como plantea, Marcus H, el diseño sonoro y musical puede crecer enormemente dentro de la industria del podcast, y, por cierto, dentro de este tipo de podcast de no ficción. Ya sea a través de cómo se concibe el podcast narrativo y el lugar que tiene el oyente, como también de que existan diseñadores sonoros especializados en estas producciones, en diálogo con diseñadores musicales y músicos que sepan leer la historia y el universo que ellas comprenden.

Imagen N°27

Marcus Hurst, director y productor de *La historia es ayer* (España)



Crédito imagen: Lluís Tudela.

En otro plano, el estudio del diseño sonoro es aún incipiente o inexplorado por lo que esta investigación puede dar algunas luces, pistas o ejes para un análisis más profundo y especializado. Por ejemplo, podría enfocarse en algunos aspectos puntuales del diseño, como el diseño sonoro mirado desde el guion, desde su realización y desde el montaje, entre otras etapas en las cuales el diseño sonoro se hace presente o vivo dentro de la historia que se está produciendo.

Otro ámbito que puede también crecer o desarrollarse, a propósito de las experiencias cada vez más inmersivas o interactivas entre el oyente y el universo narrado, es el uso de recursos narrativos-auditivos, como el audio binaural en la grabación, o del Dolby Atmos, en la postproducción. Más allá de sus diferencias, ambos buscan que el oyente tenga una experiencia sonora inmersiva en el espacio-tiempo de la historia. Si bien fue una pregunta para todos los entrevistados y entrevistadas, y parte del análisis de los 103 episodios, las herramientas de grabación y postproducción no pasaron de ser las habituales.

Aunque siempre buscando la calidad del audio, tanto en la grabación como en la postproducción final, solo el podcast *Así como suena* de México, ha incorporado la

tecnología de Dolby Atmos en la postproducción de audio, con el objetivo de que el oyente viva la historia desde dentro. Yissel Ibarra, productora de este pódcast, confirma la innovación en este aspecto: “somos quizás el único pódcast que estamos con ello. El Dolby Atmos es un paso más arriba del Dolby. El sonido lo puedes sentir en toda tu cabeza. O sea, no es solo estéreo, sino que se puede sentir el sonido en tu frente, arriba. Es más inmersivo de alguna manera y te da una posibilidad mayor de intimidad”.

Así se cierra esta dimensión, que es un pilar fundamental de cualquier producción de pódcast y del pódcast narrativo, de ficción y no ficción, especialmente. Si bien la radio y el radioarte han tenido una preocupación estética por el medio desde sus inicios (Rodríguez Ortiz, 2021), en las últimas décadas había sido un aspecto descuidado (Rodero, 2005; Camacho, 2007). Esto lo vino a cambiar, en cierta medida, la radio misma y el pódcast con el renacimiento de la ficción radiofónica y sonora, desde mitad de la década pasada (Ortiz Sobrino y Volpini, 2017; López Villafranca y Olmedo Salar, 2020). Específicamente, la masificación del pódcast ha supuesto un incremento de la ficción sonora, si miramos el caso de España (Ruiz y Legorburu, 2023), y también una mayor preocupación por el diseño sonoro y musical en el pódcast (Méndez, 2020; Espinosa de los Monteros, 2020).

Según los resultados y el análisis que hemos hecho, los pódcast narrativos de no ficción estudiados son conscientes de este potencial creativo y estético, toda vez que destinan capital, tiempo y equipo para trabajar en esta área. La estética sonora comprende cómo se concibe el pódcast y la forma que toma narrativa y sonoramente, es decir, es una composición que comienza en el guion -como texto formal aunque comience desde la idea ya definida- hasta su postproducción final. En todo este proceso, el diseñador sonoro cumple un rol creativo de mucha importancia, y no sólo técnico.

Aun cuando el sonido “sucio” o tal como se capturó, que usan algunos pódcast, como *Cartagena federal* o *Si no sabéis de mí*, puede hablar de la naturalidad, de las condiciones de grabación y de una estética propia que los define, lo importante es que los productores sean conscientes de aquello, ya que en el pódcast narrativo de no ficción cobran importancia los escenarios, los personajes, los sonidos y los paisajes.

Los pódcast estudiados, con fines de inmersión e intimidad con los oyentes, tiene aún margen para crear y potenciar diseños sonoros y musicales propios, que sean más inmersivos, más diegéticos y más narrativos en el uso de recursos sonoros.

7.4. Financiamiento y monetización

Una dimensión que ha supuesto todo un desafío, tanto en la discusión teórica como en las entrevistas con los productores de los 17 pódcast narrativos de no ficción independientes, es saber cómo estos se financian y eventualmente cómo monetizan o perciben ingresos por la realización de su pódcast.

La financiación y comercialización supone comprender cómo funcionan las plataformas digitales (Srnicek, 2018; Sullivan, 2019), analizar y evaluar la publicidad e inversión estratégica en el audio (IAB Europe, 2023; Pérez-Alaejos, Terol-Bolinches y Barrios-Rubio, 2022; Rowles y Rogers, 2019), plantearse la búsqueda de rentabilidad (Montero, 2022; Entrialgo, 2022) y preguntarse por el rol que les cabe a los oyentes para apoyar este tipo de pódcast (Observatorio Ivoxx, 2023).

Todo esto debe comprenderse en relación con el mercado sonoro y en comparación con los modelos de negocios de la radio, que están adaptándose y explotando nuevas oportunidades, como veíamos en la discusión teórica (Fernández Sande y Rodríguez Pallares, 2022; Piñeiro Otero y Pedrero Esteban, 2022; Ortiz Sobrino, Castillo Lozano y Carrazoni, 2019; Hirschmeier, Tilly y Beule, 2019; Martí et al., 2015; Gallego, 2012; Dwyer, 2012).

Si bien las respuestas del lado de los productores entrevistados no son halagüeñas y queda un mundo por resolver, ¿cómo es posible que el 70% de los pódcast estudiados haya obtenido algún premio por su producción y el otro 30% al menos fue nominado, recomendado o destacado como uno de los pódcast del año, y no sean capaces de monetizar sus producciones? ¿cómo es creíble que más del 80% de los pódcast seleccionados no cuente con medios de financiación ni monetización? O de lo contrario ¿cómo es posible que solo el 20% cuente con apoyo en becas o bolsas de financiamiento, y tenga campañas de donación o *crowdfunding*, para financiar sus producciones?

Las respuestas no son únicas ni tampoco existen recetas. Son enrevesadas y complejas, porque las productoras no solo viven de este pódcast narrativo de no ficción. Cuentan, en la mayoría de los casos, con otros proyectos que pueden estar haciendo a la par y en conjunto con otros actores o agentes de la industria. Los entrevistados comprenden que ni ellos ni sus productoras pueden navegar “solas” en el medio sonoro y audiovisual, sino

que deben hacer redes y alianzas estratégicas. Eso marca la diferencia. También en cómo el podcast se promociona y se distribuye dentro del mercado y de su comunidad de oyentes.

La búsqueda y problematización de los modelos de financiación y comercialización también es motivo o condicionante de la producción del podcast independiente (Fernández Sande, 2015; Rojas Torrijos et al., 2020). Estos productores autónomos se han planteado diversas motivaciones, fines e intereses, como vimos inicialmente con Bonixe (2006), Markmann (2011) y Millette (2011), dentro de las cuales ha estado el objetivo de monetizar o recibir una retribución económica por esta actividad.

Por ello no es extraño, sino que cada vez más frecuente que un nicho de las productoras y de las productoras independientes sea el *branded content*, es decir, contenido de marca que les permita financiar sus podcast originales, que no podrían conseguir fácilmente financiación, como señalaban los productores del premiado podcast argentino *La segunda muerte del dios punk*. “¿Quién iba a financiar un podcast sobre el suicidio?”, se preguntaban Nicolás Maggi y Martín Parodi, a propósito de esta producción de ocho episodios sobre el escrache virtual contra un músico de Rosario, Argentina. Las productoras Anfibia podcast, de Argentina, y Puro contenido, de México, son ejemplo de este trabajo de producción de series “originales”, como *Fugas* y *Así como suena*, respectivamente, cuyo financiamiento lo lograron haciendo podcast de marca u otros podcast que han logrado monetizar.

Si bien se cuenta con información parcial de los entrevistados -pues no sabían los costos específicos; porque existen tareas y montos traslapados dentro de la productora que impide visibilizar esos costos; o porque no contaban con la información exacta-, pudimos reconstruir el mapa de los costos en 15 de los 17 podcast estudiados. De esta forma, podemos saber cuánto cuesta hacer un podcast narrativo de no ficción independiente, cómo se logra financiar o no, cuáles son las estrategias para conseguir la financiación, y las vías para monetizarlo. Aquí profundizaremos en los recursos promocionales, que permiten sostener la marca del podcast y de la productora independiente, como también los mecanismos de publicidad que tienen.

Sin embargo, todos estos ámbitos son complejos, como veíamos en los párrafos anteriores y en la discusión teórica. El podcast independiente, y el narrativo de no ficción particularmente, está aún en “verde”, sostiene Tomás Pérez Vizzón, director de Anfibia podcast, cuya demanda de tiempo y de necesidades de producción son cuantiosas en investigación, diseño sonoro y musical, montaje, promoción y distribución, etc. La financiación y monetización son desafíos para la sostenibilidad de esta modalidad de podcast, si bien las productoras tienen otros “giros” dentro de la empresa que les permiten realizar otras producciones. Lo que está claro es que los entrevistados, aunque hagan este podcast con dificultad, no renuncian a la autonomía editorial, creativa y de producción.

7.4.1. Costos de producción de un podcast narrativo independiente

La cuantificación de los costos de producción de este tipo de podcast no fue tarea fácil de conseguir ni que los entrevistados los supieran con exactitud, ya sea durante la misma entrevista o a través de información que proporcionaron después vía email. A Varios productores les costó medir dichos costos, en gran medida porque la producción del podcast es parte de una organización productiva de mayor envergadura. Su trabajo no solo implica la producción del podcast, sino que también el trabajo para otros productos o áreas de la productora o del medio.

Frente a la pregunta por los costos de producción, Catarina Reis, de *Sons de Lisboa* de Portugal, confesó que “no los sé porque es parte de mi trabajo diario. Se mezcla todo, no es que *Sons de Lisboa* sea algo aparte (...)”, del trabajo periodístico que realiza en el medio digital de Lisboa, A Mensagem, que busca rescatar las historias de los lisboetas. Además de esta difuminación de los costos, ya que están mezclados o traslapados con otras tareas, existen los “costos invisibles”, como los denomina, por ejemplo, el equipo del podcast *Cartagena federal*, de Colombia:

“Cuando estábamos en conversaciones para hacer Relatos Anfibios [que se entendió como una extensión de *Cartagena federal*, a propósito del episodio La masacre invisible aquí analizado], nos vimos en la necesidad de pasarle a nuestro primer cliente una cotización, nosotros nos miramos y nos dijimos ‘¿cómo cobramos esto, si esto es gratis?’. Este aspecto de la producción en este oficio, y

sobre todo en esta parte, no es como en el cine ni tampoco es como hacer unas paredes para una cocina. Porque para hacer las paredes de una cocina, el ingeniero, el maestro de obra, te va a decir ‘son tantas bolsas de cemento; y el día del maestro de obra y la gente tirando mezcla y ladrillo, cuesta tanto. Esto, en tanto tiempo, cuesta tanto’. En fin. Esto se parece mucho más al arte”, explica Sebastián Duque, director de producción de este pódcast.

Imagen N°28

Sebastián Duque, director de producción de *Cartagena federal* (Colombia)



Crédito imagen: Sebastián Duque

El productor de *Si no sabéis de mí*, de España, si bien logra dar un costo estimativo, advierte que el monto no es completamente exacto, ya que “es complicado evaluar porque hay costes implícitos que absorbe la estructura”, indica Patxi Belyeu.

También sucede que para hacer periodismo de investigación y producción sonora, los costos son difíciles de distinguir y determinar. ¿Cuánto tiempo toma una entrevista, un trabajo en terreno, o crear el diseño sonoro y hacer el montaje del pódcast? Estas tareas pueden involucrar una cantidad de horas indefinidas, las que, además, varían de episodio a episodio. Varios equipos de producción pueden estar en más de un episodio a la vez, según nos relataron en el apartado de producción. Es decir, están detenidos en uno, porque falta terminar el guion o hacer una entrevista clave, mientras están

trabajando en el siguiente o en los siguientes, lo que hace más difícil determinar los costos exactos.

Si por una parte es difícil cuantificar los costos, por otra, el proceso de investigación en profundidad demanda una alta inversión de tiempo, concuerdan los entrevistados, en línea con lo que algunos autores llaman *slow journalism* (Greenberg, 2015; Rosique y Barranquero, 2015; Neveu, 2016) y *slow radio*, como destacan Santos y Peixinho (2019).

“Involucra el trabajo de un productor o productora durante tres meses (...) buena parte de su tiempo la pasan investigando una historia, leyendo, haciendo entrevistas, escribiendo el guion, es decir, ocupa parte del tiempo del productor ejecutivo. Y el editor, que en este caso soy yo, también acompañándolo/a los tres meses, escuchando las entrevistas, revisando las versiones de guiones, proponiendo ajustes, sugiriendo. E involucra también el tiempo de un diseñador de sonido, que no estaba desde el comienzo involucrado, pero que también participa por lo menos del último mes de trabajo. De modo que es una producción costosa”, detalla Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia.

Esta alta inversión que involucra un podcast narrativo de no ficción, la confirma Tomás Pérez Vizzón, director del podcast *Fugas*: “En principio necesitas plata. Ese creo que es el obstáculo principal. A costos fijos tienes las horas de un sonidista, las horas de estudio, las horas de los colaboradores (...) Y el desafío es cómo juntar dinero de otros proyectos”.

Estos altos costos se reflejan o se sienten más debido a la condición de independencia de las productoras, ya que no producen podcast en “serie” que permitan disminuir los costos totales de la cadena productiva. Yissel Ibarra, productora de *Así como suena*, considera que “es muy caro [hacer el podcast], entonces hay que estar picando piedras por otros lados para hacer posible que se mantenga su independencia”.

En algunas ocasiones, el podcast requiere tomar resguardos tanto en el tratamiento de información como en los derechos de autor involucrados, lo cual puede incrementar los costos de producción. Si *Segurança privada, exército de precários*, de Fumaça de Portugal, tenía un equipo dedicado al *fact checking*, los realizadores de *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina tuvieron que contar con un abogado: “(...) como

productora independiente tenemos que salir a pagarle a un abogado para que revise todos los detalles, tanto de la productora como para este pódcast en particular. Para nosotros fue imprescindible el abogado para que nos diseñe los formularios de *release* de todos los entrevistados, que chequee el uso de audios de archivos de tele, audios virales, etc. Y también que nos investigue cómo es el tema de derechos de autor de la música de Dios Punk, porque no estaba registrada en Sadaic, que es la Sociedad Argentina de Compositores y Autores de música. En definitiva, es cómo estar cubiertos legalmente, una vez que el podcast tomó tanta relevancia mediática.”, explica Martín Parodi, director artístico.

Imagen N°29

Portada y acceso a micrositio de *La Segunda muerte del dios punk* (Argentina)



Crédito portada: Erre Podcast / Código QR: para acceder al micrositio de la productora /

Link: <https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/>

Al momento de conocer y analizar los costos de producción, las respuestas de los entrevistados son dispares. Sin embargo, podemos establecer rangos, aunque amplios, respecto a cuánto cuesta hacer un episodio y una temporada o proyecto. Los costos en torno a un capítulo se sitúan entre los 134 dólares, en *Sons de Lisboa*, con un promedio de duración de 10 minutos en los 13 episodios, y los 25.000 dólares, de los ocho episodios de 55 minutos en promedio de *Praia dos Ossos*.

En un rango más en torno a los 4 mil dólares en promedio por episodio en los 15 pódcast que entregaron información sobre este ítem está *Un periódico de ayer*, de Colombia: “Nosotros hicimos ese cálculo, y más o menos nos da que un episodio de *Un periódico*

de ayer está rondando los 16.000.000 de pesos colombianos, que son más o menos unos 3.700 dólares”, cuenta Juan Serrano, director de la productora La No Ficción.

Mientras, los costos para una temporada -que pueden variar dependiendo de la cantidad de episodios- se sitúan entre los 1.740 dólares, *Sons de Lisboa* de Portugal, y los 200.000 dólares, de *Praia dos Ossos*, según los entrevistados que respondieron este ítem, con un promedio por episodio de los 15 pódcast de casi 49.000 dólares, cuya cifra revela los altos costos involucrados, pese a las excepciones de Perú y Portugal (Ver tabla N°12).

En un rango bajo, en el lugar 12, se encuentra *Relato nacional*, de Chile “(...) tendría que actualizar los costos, pero yo creo que no está en menos de 15.000.000 [de pesos chilenos; casi 16.000 dólares], más o menos, la temporada completa”, según Nancy Castillo, que en la más reciente quinta temporada produjeron 10 episodios, con una duración promedio de 28 minutos. En el caso del pódcast portugués *Segurança privada exército de precários*, la realización de la temporada de ocho episodios, en promedio de una hora, rondó los 25.000 euros, lo que corresponden a aproximadamente a 27.000 dólares, según el productor Pedro Miguel Santos. Muy por sobre estos valores se encuentra *Praia dos Ossos* de Brasil. La productora de este pódcast de Rádio Novelo, Branca Vianna, señala que el proyecto debe haber costado “entre ochocientos mil y un millón de reales”, lo que equivale a 160.000 ó 200.000 dólares americanos.

Tabla N°12

Costos de producción por episodio y temporada o proyecto
(de mayor a menor financiación por temporada o proyecto)

Nombre del pódcast	Episodio (en USD dólar)	Temporada o proyecto (en USD dólares)*
Praia dos Ossos (BR)	25.000 (1)	200.000
Brazalete negro (ESP)	5.440	146.880 (2)
El estallido de las cosas (CH)	3.800 (3)	23.000
Un periódico de ayer (COL)	3.700	74.000 (4)
Si no sabéis de mi (ESP)	3.500	22.000
Segurança privada, exército de precários (POR)	3.375 (5)	27.000
Fugas (ARG)	3.000	33.000 (6)

Até que se prove o contrário (BR)	2.666 (7)	16.000
La historia es ayer (ESP)	2.235 (8)	38.000
La segunda muerte del dios punk (ARG)	2.200 (9)	20.000
Cuir (MÉX)	1.700	11.700
Relato nacional (CH)	1.500 (10)	15.000
110 histórias 110 objetos (POR)	900 (11)	100.000
Transhistorias de cuidados (PER)	750 (12)	3.000
Sons de Lisboa (POR)	134 (13)	1.740
Cartagena federal (COL)	no informa	no informa
Así como suena (MÉX)	no informa	no informa
Promedio por episodio	3.993	48.755
<i>(Sobre la base de 15 respuestas)</i>		

Fuente: elaboración propia

* Los montos informados en euros, por los consultados en España y Portugal, se convirtieron a dólares americanos de acuerdo con el tipo de cambio de la semana del 11 al 17 de marzo de 2024.

- 1) Sobre la base de ocho episodios, con un costo total de 200 mil dólares americanos, según Branca Vianna. Ella refería entre 180 y 200 mil dólares. Dejamos la cota alta como cifra referencial.
- 2) Según informa la productora ejecutiva Marta Salicrú cada episodio cuesta 5.000 euros (5.440 dólares aproximadamente) y marzo de 2024 se han publicado 27 capítulos.
- 3) dato estimado sobre seis episodios producidos, con un financiamiento total de 23.000 dólares
- 4) Estimación obtenida de multiplicar el costo unitario de 3.700 dólares, por 20 episodios producidos en dos temporadas, según Juan Serrano.
- 5) Dato estimado tras dividir el total informado por los ocho episodios publicados.
- 6) Dato estimado después de multiplicar el costo por episodio informado por Tomás Pérez Vizzón, por 11 episodios producidos en las dos temporadas.
- 7) Según Ricardo Terto, 80.000 reales brasileños convertidos a dólares y dividido dicho total por los seis episodios de una temporada única.
- 8) Costo total, informado por Marcus Hurst, dividido por los 17 episodios en dos temporadas.
- 9) Estimación, en base a Martín Parodi, de la temporada completa compuesta por nueve episodios.
- 10) Estimación total hecha por Nancy Castillo. Se tomó como referencia la quinta y más reciente temporada compuesta por 10 episodios.
- 11) Sobre la base del total que costó el proyecto, se divide por 110 episodios correspondientes a los 110 objetos destacados en cada podcast.
- 12) De acuerdo con el financiamiento obtenido de OXFAM y Gabo, de 3.000 dólares.
- 13) En base a la inversión total de 1.740 dólares, según Catarina Reis.

Pese a la dificultad de determinar con exactitud los costos fijos y variables de una producción de esta modalidad, pudimos reconstruir los costos por episodio y temporada(s) de 15 de los 17 pódcast estudiados. Estos consideran una alta factura tanto en diseño como en su ejecución, que también involucra esfuerzos económicos para su promoción, publicación, distribución y *engagement* con la audiencia. Por ejemplo, podemos comparar una temporada única de nueve episodios de *La segunda muerte del dios punk*, con una duración promedio de 10 minutos cada capítulo y con un costo total de 20.000 dólares, con la gran producción de *Praia dos Ossos*, de Brasil, que tuvo ocho episodios de una hora en promedio. Esta costó 200.000 dólares e involucró un equipo de trabajo de más de 40 personas por capítulo, cumpliendo 25 tareas y/o roles. Es decir, *Praia dos Ossos* costó 10 veces más, aun cuando el éxito ha sido indiscutible en ambos. *Praia* fue top en los rankings de Spotify y Apple en Brasil y obtuvo un premio nacional en audio, mientras *La segunda muerte del dios punk* ganó tres premios, dos nacionales y uno internacional: Rosarigasino, Finnof y Gabo.

A pesar de la estimación de los costos, por episodio y/o temporada(s), en la tabla anterior, los productores de *Así como suena*, de México, y *Cartagena federal*, de Colombia, no lograron determinarlos. Carlos Puig, director de *Así como suena*, explica que: “no los tengo divididos [los costos], porque la empresa ha evolucionado, entonces digamos que este es un grupo que no solo hace *Así como suena*”.

En el caso de *Cartagena federal*, que tampoco informa los costos, su justificación se basa en que la realización del pódcast se asemeja al arte, en donde los costos son difícilmente cuantificables, tal como cuando comparaba los costos de hacer una obra en una cocina con la de un pódcast narrativo.

7.4.2. Formas y estrategias de financiamiento del pódcast narrativo independiente

El financiamiento de este tipo pódcast de no ficción es uno de los principales desafíos, sobre todo cuando se trata de equipos independientes: “Construir un modelo de negocios en torno a ese tipo de producciones, de una productora independiente, es todo un reto”, sostiene Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia. Si ya el pódcast es un foco de interés en cuanto a formas y estrategias de financiamiento, más

aún lo es el podcast independiente en un entorno cada vez más industrial y plataformizado.

¿Es posible hablar de un modelo de negocios, que tenga una estructura, con fines claros, y medios financieros y productivos que permitan un retorno económico, social y cultural a la productora de podcast independiente? ¿un modelo que no se rija por fines mercantiles sino principalmente sociales?

Pues, de acuerdo con los entrevistados clave de los 17 podcast narrativos independientes aquello es un desafío que enfrenta dificultades para resolverlo, aun cuando se estén ensayando soluciones. Así lo plantea Patxi Belyeu, del podcast *Si no sabéis de mí*, de producciones del KO: “Los obstáculos y desafíos son, sobre todo, los monetarios. O sea, que ese es el fundamental, porque si hubiese dinero para hacer esto (...)”; o como también indica Maju Carrión de *Transhistorias*: “sin plata no se puede mover nada. Por ejemplo, si quisiéramos pagar una pauta en redes sociales para publicitar el producto, como ‘vayan a ver o escuchar el podcast en Spotify’, es difícil sin financiamiento”.

Para conseguir financiamiento para este tipo de historias, que hablan sobre personas trans peruanas, la justicia discrecional brasileña con la población negra, y un combatiente español en el Kurdistán, una fuente recurrente de financiamiento son los recursos provenientes de otras producciones realizadas por el equipo. Es decir, junto con los podcast originales, como les llama Tomás Pérez Vizzón, director de Anfibia Podcast de Argentina, están los podcast a pedido de las plataformas, como Spotify, y podcast de marca o *branded podcast*: “Yo creo que definimos tres, al menos, categorías. Uno son los trabajos que hacemos a pedido de las plataformas (...) una segunda categoría vendría a ser lo que serían los *branded podcast* (...) Y una tercera categoría, que son los que llamamos los originales de Anfibia, que son producciones propias nuestras. Que son inversiones nuestras, que son apuestas. Y ahí está, enmarcado *Fugas*”.

Imagen N°30

Tomás Pérez Vizzón, director de *Fugas* (Argentina)



Crédito imagen: Tomás Pérez Vizzón

Es extendido el discurso entre los entrevistados, de la necesidad de realizar otros trabajos más “comerciales”, para así financiar los podcasts propios u originales, sin que eso implique perder, renunciar o ceder en su identidad o en las definiciones editoriales de la productora. Hablando de la realización de una tercera temporada, Marcus Hurst, director y productor de *La historia es ayer*, de España, indica que “si no conseguimos financiamiento de alguien, la financiamos nosotros. O sea, en ese sentido lo tengo clarísimo, porque tenemos también muchos proyectos comerciales (...)”.

La productora Agência Pública de Brasil apuesta por un modelo de periodismo sin fines lucrativos para no perder su independencia. Basada en esos principios, el podcast *Até que se prove o contrário*, que aborda la injusticia del sistema judicial brasileño, específicamente con las personas pobres y negras, no fue una producción financiada por terceros, según relata el productor Ricardo Terto: “no hubo específicamente una campaña (...) esa campaña no sucedió. Ha pasado con otros [podcast], con este no. Entonces, me parece que es más una reserva, que vino desde los cimientos que sustentan la propia Agência Pública”.

Tal como sucede con *Até que se prove o contrário*, en algunos podcasts estudiados, como *Fugas*, *Praia dos Ossos*, *La segunda muerte del dios punk*, *Cuir*, *Transhistorias*, *Si no sabéis*

de mi o Cartagena federal, el autofinanciamiento o la utilización de recursos propios es la vía para financiar el proyecto o parte del proyecto de pódcast narrativo de no ficción, sobre todo cuando este está en sus inicios. Así ocurrió con *La segunda muerte del dios punk* de Erre Podcast y Nicolás Maggi, de Argentina.

“Obviamente, cuando se hizo, se hizo sabiendo que teníamos cero [financiamiento], usando el estudio de la radio [de la Universidad Nacional de Rosario, UNR], usando nuestros propios equipamientos para grabar y el tiempo que puso cada uno (...) Parte de mi tiempo utilizado fue de mi tiempo libre, y parte de mi tiempo fue como tutor por parte de la universidad”, cuenta Martín Parodi, productor artístico de *La segunda muerte del dios punk* y profesor de la Universidad Nacional de Rosario donde fue tutor de Maggi para su tesis de grado.

La alianza entre la radio de la universidad, el mismo estudiante en ese momento y la productora Erre Podcast, de la cual Parodi es parte, hizo posible producir el pódcast con “cero peso” argentino. Se logró desde la autonomía y con el apoyo institucional de la UNR, sacar adelante este pódcast, que ya tiene tres premios, dos de ellos muy importantes a su haber: el Finnof de Argentina y el Gabo de Colombia, ambos conseguidos en 2022. Esto demuestra que desde la producción independiente, con buenas historias y bien producidas, se puede conseguir un espacio dentro de la industria. Sin embargo, esto no basta para alcanzar la sostenibilidad de esta modalidad de producciones, las que, por ahora, no pareciesen ser financiables, debido a su temática, los costos involucrados y las estrategias escasas y variables.

Además de la utilización de recursos propios, o la transferencia económica, desde otros proyectos más “comerciales” gracias al *branded podcast*, las becas y financiamientos de terceros o patrocinadores son fuentes de recursos utilizadas por los pódcast para producir nuevas temporadas o seguir haciendo un pódcast de este tipo. Con respecto a las becas, la primera temporada de *Un periódico de ayer*, de Colombia, fue posible gracias al apoyo de PRX y el programa de creadores de Google podcast 2019-2020 (*Google Podcasts Creator Program*). Este consistió en un programa de capacitación y acelerador de proyectos para visibilizar las voces subrepresentadas a través de nuevos pódcast que resulten del programa de creadores. Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, valoró tanto la formación como el financiamiento, ya que hizo posible arrancar

el proyecto. “La primera temporada fue posible gracias al programa de aceleración de pódcast de Google que nos dio en 2019, 40.000 dólares para hacer la primera temporada”, que consistió en 10 episodios, es decir, 4.000 dólares costaron cada capítulo. Un monto que está en la media, según registramos en párrafos anteriores. Este permite, al menos, sostener una etapa inicial, que después se complementa con otros ingresos, aunque sean menores, utilizando estrategias como campañas de *crowdfunding* o financiación online colectiva. Tal es el caso de la casa productora La No Ficción, que a través de la estrategia “Hazte cómplice”, vale decir, amigo cómplice de La No Ficción, busca conseguir financiamiento a través de su comunidad de oyentes.

Otras becas corresponden a financiamiento de universidades, como el que consiguió *El estallido de las cosas*, de Chile: “Con ese prototipo y con la idea ya trabajada, con el punto de vista súper claro, surgió la posibilidad de pedir financiamiento en la Universidad de Bristol, Reino Unido, gracias a que soy profesora asociada en un proyecto con el profesor Matthew Brown, que es un historiador inglés de la Universidad de Bristol (...). Con el financiamiento del Fondo de Intercambio de Conocimiento de la Universidad de Bristol (UK) y del Goethe Institute Chile⁷⁶, cuenta María Court, codirectora de este pódcast, se pudo realizar las distintas etapas del proyecto, que contó además con el apoyo de Invisibles Coop⁷⁷, y Centro NAVE⁷⁸, donde ambas codirectoras hicieron una residencia artística para producir el pódcast.

Con respecto a los financiadores, estos pueden ser instituciones, fundaciones, o particulares interesados en financiar el proyecto: “(...) en ese momento nos dimos cuenta de que nos gustaba mucho lo que estábamos haciendo y que teníamos que conseguir financiamiento. Y entonces fuimos con un par de empresarios que conocíamos cada uno de nosotros, quienes empezaron a financiar el proyecto [de *Así como suena*]. Pero yo me di cuenta, pues, que el financiamiento, digamos, pues dura hasta lo que dura, ¿no?, y que en términos de monetización, los pódcast están perdidos para siempre”, sentencia Carlos Puig, director de *Así como suena* de México, quien cuenta de cómo buscaron financiamiento inicial para la productora Puro Contenido.

⁷⁶ <https://www.goethe.de/ins/cl/es/kul/gld/18o/21976329.html>

⁷⁷ <https://www.invisible.coop/>

⁷⁸ <https://old.nave.io/programacion/residencia-virtual-border-podcast/>

Imagen N°31

Portada y acceso al sitio de *Así como suena* (México)



Crédito portada: Puro contenido / Código QR: para acceder al sitio de *Así como suena* /

Link: <http://asicomosuenamx.com/>

La financiación económica externa puede cubrir todo el proyecto o parte de él, cuyos ingresos pueden ayudar a cubrir los costos de una etapa de la producción, como lo relata la productora chilena, María Court, del pódcast *El estallido de las cosas*:

“Trabajamos súper conscientemente para lograr un primer prototipo del capítulo uno. ¿Qué es lo que hicimos, entonces? Como a finales de noviembre conseguimos un financiamiento inicial, como un apoyo privado de un ángel, no sé cómo llamarle, un filántropo, una filántropa, que creyó en nuestro proyecto y nos dijo ‘ya, acá tienen cinco palos’ [5 millones de pesos chilenos que son poco más de 5 mil dólares aproximadamente], con eso hicimos el prototipo, y la investigación para todos los capítulos”.

De becas a financiadores, como instituciones o particulares, pueden marcar la diferencia para motivar y crear confianza en el equipo en torno al proyecto, como también para financiar concretamente alguna etapa de la producción.

La condición de independencia de los pódcast no solamente los dificulta para conseguir financiamiento, sino que también surgen cuestionamientos o reticencias a la idea misma de ser financiado por alguien. Esto, a juicio de varios productores, limitaría su autonomía: “Somos una productora independiente en la medida en que no

respondemos a las agendas de nadie distintas a los intereses de quienes trabajamos en ella (...) Entonces, esto nos pone en la categoría de independiente, pues, no hay grandes conglomerados económicos detrás de lo que nosotros hacemos”, explica Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia.

Esta distancia de un modelo de negocio “mercantil” se observa también en el relato del productor de Cuir, Erick Yáñez:

“Conscientemente dije ‘yo quiero que sea un proyecto independiente’, pues en este acercamiento que tuvimos con Sonoro [productora mexicana de pódcast], pues dije ‘siento que no (...), o sea, el mercado ahorita va a estar buscando números grandes, contenidos inmediatamente vendibles, seguros, y no sé si cumpla con esas cosas que ahorita están buscando’”.

Es decir, tanto la lógica productiva como la rentabilidad económica que hay detrás de las productoras o grandes plataformas no es la filosofía que está en la base de estos proyectos independientes de pódcast, y de pódcast narrativos de no ficción, en este caso. Esto no compromete alianzas o acuerdos estratégicos para realizar pódcast por encargo o *branded podcast* en audio, ya que la identidad editorial y la forma de producción busca ser un sello y mantenerse durante todo el proceso.

Algunos pódcast, como *Segurança privada, exército de precários* y *Sons de Lisboa*, ambos de Portugal, *Relato nacional*, de Chile, o el mismo *Un periódico de ayer*, de Colombia, reciben ingresos mediante donaciones de la comunidad (*crowdfunding*). Los ingresos por conceptos de donaciones pueden alcanzar el 10% o 20% de todos los ingresos, o hasta prácticamente la mitad de los ingresos totales, como en el caso de *Segurança privada, exército de precários*: “(...) además de las subvenciones, está el financiamiento que proviene del apoyo de la comunidad, de las personas que creen en nuestro trabajo y lo financian todos los meses porque quieren que siga funcionando. Hay una parte sustancial, que ahora se trata de un 52%, el 52% de nuestros ingresos hoy viene de la comunidad”, confiesa Pedro Santos, productor de este pódcast portugués de la productora Fumaça. O como explica Nancy Castillo al cierre de la quinta temporada de *Relato nacional* en mayo de 2023: “queremos agradecer a quienes con sus donaciones han hecho posible financiar el 20% de esta quinta temporada, nuestra meta ahora es

lograr alcanzar un 30% de financiamiento mediante sus aportes. Por eso te pedimos súmate a *Relato nacional* y haz posible la sexta temporada”. Es decir, de los 15 mil dólares que cuesta una temporada de 10 episodios, como fue la quinta, 3.000 dólares, o el 20%, fue recaudado a través de *crowdfunding*, lo que permitió producir dos episodios completos gracias a estos aportes de su comunidad de oyentes. *Relato nacional* cuenta con planes de donaciones para los cuales se puede elegir monto, periodicidad (pago mensual o único) y forma de pago, ya sea por el sistema Reveniu o Paypal.

Buscando comparar y sintetizar las diferentes estrategias de financiación, se presenta la siguiente tabla en base a los relatos de los informantes:

Tabla N°13

Mecanismos de financiación de los 17 pódcast narrativos de no ficción independientes, ordenados por país, según orden alfabético

Pódcast/mecanismo	Otros proyectos (1)	Autofinanciamiento (2)	Becas	Financiadores o patrocinadores (3)	Crowdfunding
La segunda muerte del dios punk (ARG)	Sí	Sí			
Fugas (ARG)	Sí	Sí		Sí (4)	
Praia dos Ossos (BR)		Sí			
Até que se prove o contrário (BR)		Sí			
El estallido de las cosas (CH)			Sí	Sí	
Relato nacional (CH)	Sí				Sí
Un periódico de ayer (COL)	Sí		Sí		Sí

Cartagena Federal (COL)	Sí	Sí		
Sí no sabéis de mí (ESP)	Sí	Sí		
La historia es ayer (ESP)	Sí	Sí		
Brazaletes Negro (ESP)			Sí	
Cuir (MEX)		Sí		
Así como suena (MEX)	Sí		Sí (5)	
Transhistorias de cuidados (PER)			Sí	
110 histórias, 110 objetos (POR)		Sí		
Segurança privada, exército de precários (POR)	Sí		Sí	Sí
Sons de Lisboa (POR)		Sí		

Fuente: elaboración propia sobre la base de las 23 entrevistas.

(1) Otros proyectos de la productora, tanto de pódcast a pedido de plataformas, *branded podcast* u otros, como audiovisuales.

(2) Autofinanciamiento de la productora o medio, que pondrá capital humano y económico con el que cuente o que se necesite.

(3) Financiamiento de terceros, ya sean públicos o privados. Por ejemplo, *El estallido de las cosas* recibió financiamiento de la Universidad de Bristol, Reino Unido.

4) Para la primera temporada que realizaron con Lunfa, esta puso parte del financiamiento, mientras en la segunda que realizaron solos como Anfibia podcast consiguieron financiación.

5) *Así como suena* contó con financiadores iniciales para arrancar la productora y este pódcast homónimo.

Gracias a las entrevistas, la información adicional que entregaron los entrevistados y la revisión de sus sitios web pudimos reconstruir el mapa de la financiación de estas productoras o medios independientes. Como se observa en la tabla N°13, los mecanismos más frecuentes corresponden al autofinanciamiento en 10 casos (58,8%) y

otros proyectos de pódcast o *branded podcast*, en nueve casos (52,9%). Cruzando esta información detectamos que en cinco casos, como son *La segunda muerte del dios punk* y *Fugas*, de Argentina, *Si no sabéis de mí* y *La historia es ayer*, de España, y *Cartagena federal*, de Colombia, se da una relación entre autofinanciar sus producciones y sumar financiamiento a través de la producción de pódcast a pedido de plataformas, *branded podcast* u otros formatos, como los audiovisuales, como ocurre en Producciones del KO de España. Es decir, los activos que tiene la productora o medio financian la realización del pódcast, complementando dichos recursos con aquellos provenientes de otras actividades de la productora.

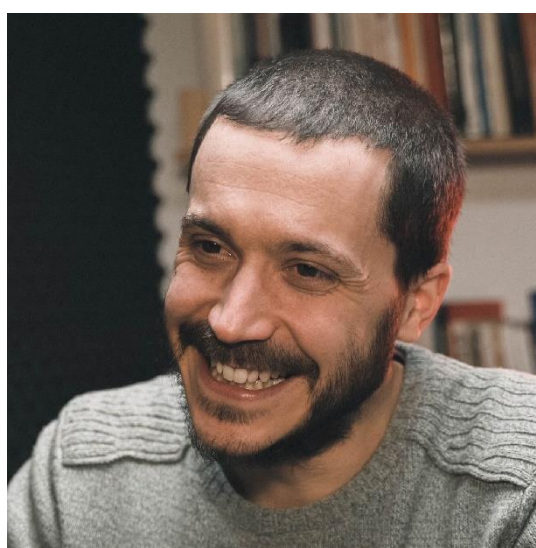
Las becas o bolsas de dinero, como le llaman en Portugal, han significado el financiamiento en el 23,5% de los casos, es decir, cuatro pódcast se han beneficiado de ayudas para invertirlas en la realización de la producción. La primera temporada de *Un periódico de ayer*, con *Google podcast creator program*; *Transhistorias* con el apoyo de OXFAM y Gabo; *Segurança privada, exército de precários*, gracias a las becas de investigación periodística de la Fundación Calouste Gulbenkian (2018) y la fundación Rosa Luxemburgo (2020), y *El estallido de las cosas* que obtuvo fondos universitarios de Reino Unido y del Goethe Institute Chile. Igualmente, los financiadores externos están en la misma proporción de 23,5%: la primera y segunda temporada de *Fugas*, la primera etapa de *Así como suena*, la fase inicial de *El estallido de las cosas*, y *Brazalete negro*, gracias a Estrella Damm, principalmente.

Si bien las campañas de donaciones o *crowdfunding* tienen larga data en el pódcast independiente y la radio comunitaria, esta estrategia no es tan significativa, aunque genera otros “activos” como la relación y compromiso con la audiencia, más allá de un pódcast en particular. Esta es una forma de respaldar editorial y económicamente el proyecto y la realización de pódcast autónomos de los grandes medios y de las plataformas. En los casos de estudio, el 17,6%, es decir, en tres pódcast, las campañas de donaciones han permitido financiar parte de las temporadas, como ocurre en *Relato nacional*, que los aportes recibidos lograron financiar el 20% de la quinta temporada (3.000 dólares o dos episodios de los 10 producidos). También sucedió en el caso de *Un periódico de ayer* y *Segurança privada, exército de precários*. Si bien es difícil determinar un monto exacto en estos dos casos, ya que los oyentes de estos pódcast financian a la

productora y no a un proyecto de pódcast en específico. Pedro Santos, productor de este pódcast portugués sostiene que “una parte sustancial, además de las subvenciones [becas], es el financiamiento que proviene del apoyo de la comunidad, de las personas que creen en nuestro trabajo y lo financian todos los meses porque quieren que la redacción siga funcionando. El 52% de nuestros costos son cubiertos por la comunidad”.

Imagen N°32

Pedro Miguel Santos, investigador de *Segurança privada, exército de precários* (Portugal)



Crédito imagen: Pedro Miguel Santos

Es decir, los amigos de Fumaça, que hacen una contribución mensual, permiten cubrir la mitad de los costos de la productora aunque no sepamos, con absoluta certeza, cuánto de estos ingresos se utilizaron para hacer *Segurança privada, exército de precários*. Después de recoger un cuestionario realizado a los oyentes, en mayo de 2023, la productora comparte datos relevantes de su comunidad de auditores, sobre la base de 558 respuestas: el 44% de los encuestados tiene de 25 a 44 años, el 39% conoce a Fumaça hace 3 o 4 años, el 36% prefiere pódcast de 30 a 45 minutos, y el 67% escuchó *Segurança privada, exército de precários, solo por debajo de Desassossego*, la que declararon escuchar el 70% de los consultados. Un compromiso activo con la productora independiente y con los pódcast que producen.

El financiamiento del podcast se muestra así como un tema relevante para los equipos de las productoras independientes, transitando desde el autofinanciamiento y el trabajo colaborativo hasta el acceso a becas o subvenciones, financiadores o patrocinadores puntuales y campañas de donación de su comunidad de oyentes. Los productores, por lo general, toman distancia de los modelos comerciales y de las lógicas de producción en serie o a gran escala, tanto por la imposibilidad de entrar en esa lógica como para mantener su condición de independencia y su completa libertad editorial.

7.4.3. Mecanismos de monetización

Si hay una financiación escasa o esporádica, que está sujeta al autofinanciamiento, becas de formación y/o bolsas de apoyo, financiadores externos y *crowdfunding*, la monetización resulta clave en este proceso de búsqueda de retorno de lo invertido. Es decir, recursos humanos, productivos y económicos, etc., que permiten la gestión, realización y publicación del proyecto de podcast.

Sin embargo, de acuerdo con los entrevistados la monetización también es poco frecuente en estos 17 podcast narrativos de no ficción independientes. Gran parte de las producciones no monetizan u obtienen ingresos por la realización del podcast, como lo ejemplifica lucidamente el caso de *Cartagena Federal*, de Colombia: “El podcast es un hoyo fiscal en nuestra empresa. En ese sentido, con *Relatos Anfibios* fuimos los primeros en Colombia en cobrar un podcast a lo que vale⁷⁹”, cuenta Pedro Espinosa, productor de contenidos.

El investigador de *Fugas*, de Argentina, Sebastián Ortega, pese a que tiene una marca detrás como es Anfibia podcast, medio sonoro de la reconocida revista Anfibia, que nació en 2012 para fomentar relatos de no ficción, como la crónica y el ensayo, es tajante sobre cómo funciona el mercado: “respecto a la industria, la verdad es que en nuestra generación, al menos en Argentina, no genera mucho dinero el podcast. Entonces para los grandes medios no termina siendo un negocio”.

⁷⁹ Este podcast, producido por Cartagena Federal en alianza con el Centro de estudios jurídicos y sociales Dejusticia, tuvo seis episodios con un valor total de 20 millones de pesos colombianos en 2018 (cerca de 5.000 dólares). “Con la experiencia que teníamos nosotros y lo incipiente de la escena, este fue un hito, porque hubo una organización que se metió la mano al bolsillo y pagó una plata para que le hicieran unos archivos en audio narrativos”, destaca Sebastián Duque.

En este contexto, también es compartido el discurso de que la comercialización o la búsqueda de retornos económicos por el podcast no fue nunca un objetivo deseado:

“Nuestra intención no era sacar un beneficio económico de este podcast, que siempre es bienvenido obviamente. Nuestra intención fue muy clara, y estaba ligada al momento en el que empezamos a arrancar la productora, en la que yo me dedico a hacer documentales audiovisuales. Además, normalmente, estás como muy encorsetado a lo que te pide la plataforma (...). Entonces el podcast era una manera de hacer, de tener, de sacar a la luz nuestra carta de presentación sobre el tipo de proyecto que nosotros queremos hacer”, según Patxi Belyeu, director de *Si no sabéis de mí*, de producciones del KO, de España.

La realización de podcast está asociado al interés de posicionar un tema o línea editorial, de acuerdo con el proyecto de productora que hay detrás, más que obtener ingresos económicos. Por ello existen, cada vez más con más frecuencia, producción de podcast de marca o *branded podcast*, podcast a pedido, y otros proyectos, audiovisuales como en el caso de producciones del KO, que sí están en la lógica comercial de financiación-monetización aun cuando se conserve la línea editorial y los fines de la productora.

Bajo este mismo razonamiento, algunos de los entrevistados hablan de ingresos intangibles o simbólicos, como obtener visibilidad, lograr posicionamiento de marca, construir y/o fortalecer la comunidad de seguidores y establecer alianzas con otros podcast o productoras independientes, a través de canjes o menciones cruzadas (*cross promotion*), que no reditúan ingresos monetarios. Así lo señala Nancy Castillo, directora de *Relato nacional*, de Chile: “*Relato* no te genera ingresos (...) porque en el fondo *Relato* es la carta de presentación, es decir, es otro tipo de ingreso, que no es un ingreso que uno pueda decir ‘ya, comenzamos, se lucra’. Lo que entra es un reconocimiento a nivel de industria, a nivel de medio, de marca”. En el mismo sentido lo entiende Tomás Pérez Vizzón, director del podcast *Fugas*: “Este tipo de productos para nosotros es como la bandera, el producto insignia. Y fue también el podcast que nos permitió estar hablando con plataformas, que nos permitió estar viajando. (...) Me parece que si bien, esto lo discuto con mis superiores, no es un podcast que genera directamente dinero, sí hizo todo lo otro”. También para Juan Serrano de *Un periódico de ayer*, su podcast “se vuelve

una vitrina que permite que otras personas digan ‘oiga, me gusta mucho lo que hacen ustedes’”.

Dentro de los mecanismos de monetización, los entrevistados de los 17 pódcast narrativos de no ficción independientes de ocho países iberoamericanos mencionan: 1) publicidad, 2) 2) venta a plataformas, 3) presentaciones en vivo del pódcast, entre otros, y 4) *cross promotion* o menciones cruzadas

En relación con el primer punto, hay varios pódcast que declaran no tener publicidad, como *Transhistorias de cuidados*, de Perú, *110 histórias 110 objetos*, de Portugal, *Si no sabéis de mí*, de España, o *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina. En este último caso, la decisión de tener publicidad se explica tanto por falta de interés de las marcas por colocar avisaje en el pódcast, como también por una decisión consciente del mismo equipo por no tenerla: “lo hemos charlado en algún momento. Nos parecía que para el tipo de producto [un suicidio producido presuntamente por el escrache virtual] podría quedar raro una publicidad, algo en el medio, algo al final, algo adelante (...) tampoco hay marcas que estén interesadas en un formato y género difícil de vender”, relata Martín Parodi, productor artístico de este pódcast argentino.

¿Por qué sería un formato y género difícil de vender? Algunas razones son las temáticas abordadas. En algunos son temas históricos que revisitan el pasado reciente, o no tan reciente de un país o una localidad, lo que implica hablar de derechos humanos, memoria, violencia, etc., como el mismo *Fugas* (fugas de cárceles latinoamericanas) o *Un periódico de ayer*, de Colombia, que trata en algunos episodios sobre el aborto clandestino en Colombia durante los años ‘80 o personas desaparecidas a causa del conflicto armado en este país sudamericano, entre otros. También están las historias personales, que si bien no dejan de ser cautivantes o impactantes, no generan el interés de marcas de asociarse a esos pódcast y tipos de temas, como *Transhistorias de cuidados*, que habla de mujeres trans peruanas o *Si no sabéis de mí*, que cuenta la historia de un combatiente español en el Kurdistán, por mencionar un par de estas historias. Además el género narrativo de no ficción involucra mayores costos de producción, tanto por el tiempo que cuesta hacerlo como en la profundidad con la que se abordan las historias, que van mucho más allá de un reportaje radiofónico o de una crónica. En cualquier caso se emparentaría mucho más con una producción audiovisual,

como fue el caso del pódcast *Praia dos Ossos*, de Brasil, o un radioteatro o ficción sonora actual, como *El estallido de las cosas*, de Chile.

Son pocos los casos en donde se declara haber integrado publicidad en los pódcast realizados por sus productoras: *Brazalete Negro*, de España, *Cartagena Federal*, de Colombia, *Praia dos Ossos*, de Brasil, y *Un periódico de ayer*, de Colombia mencionan haber tenido ingresos por dicha vía: “Hay un pre roll en *Brazalete Negro* que es del patrocinador principal de Radio Primavera Sound, que es CUPRA [marca española de automóviles de gama deportiva] (...) después arranca el contenido. Un poco de presentación, introducción, después llega la careta y dentro de esta careta hay una mención a la marca patrocinadora Estrella Damm, y en el bloque final de despedida y créditos, ahí se vuelve a mencionar el apoyo de Estrella Damm”, cuenta Marta Salicrú, productora ejecutiva de *Brazalete Negro*.

Imagen N°33

Marta Salicrú, productora ejecutiva de *Brazalete negro* (España)



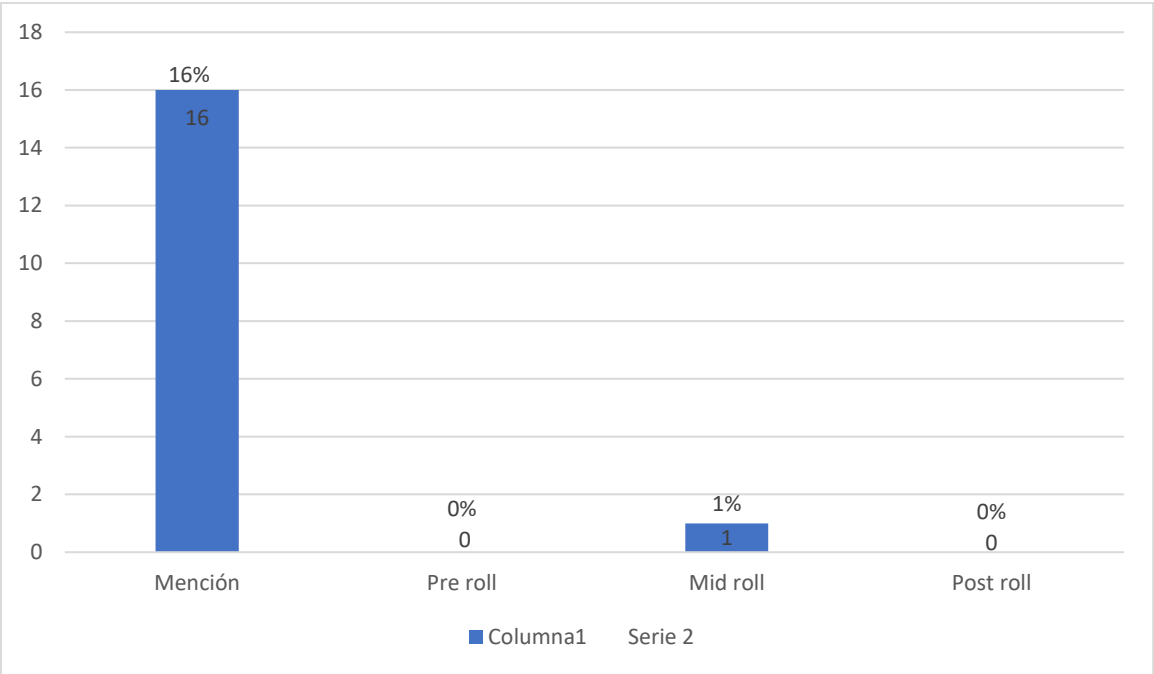
Crédito imagen: Marta Salicrú

En *Cartagena Federal*, la inclusión de publicidad se justifica bajo un argumento estético, seguramente tomando como referentes a productos norteamericanos como *This American Life*: “(...) nosotros creíamos que estéticamente eso tenía que suceder. Entonces, en el primer capítulo hay un momento en donde baja la música, hay un espacio de un segundo, y vuelve y sube la música”.

Esta escasa utilización de publicidad dentro del pódcast se observa también en el análisis de los capítulos estudiados. Como se observa en el gráfico N°16, solamente uno de los capítulos (1%) utilizó publicidad en formato *mid roll*, es decir, al medio del episodio se inserta una publicidad. Este corresponde al episodio El rastro del amor en la montaña, de *Un periódico de ayer*, pódcast colombiano que ha utilizado este mecanismo de publicidad: “Hemos incursionado también en la publicidad programática. De hecho, saliendo de esta reunión tengo una llamada al respecto. Pero de momento es un ingreso ínfimo”, declara Juan Serrano, director de este pódcast de La No Ficción.

Gráfico N°16

Menciones y publicidad en los 103 episodios de pódcast narrativos independientes



Fuente: elaboración propia basado en el análisis de 103 episodios de los 17 pódcast

Como se observa en el gráfico N°16, los avisajes publicitarios no son frecuentes. Son más recurrentes las menciones, que están presentes en 16 episodios. En este caso, las menciones de otros productos, principalmente los ajenos, no son necesariamente herramientas de monetización, sino más bien de marketing o posicionamiento de marca. Pueden ser menciones del mismo pódcast y/o productora -como invitarlos a escuchar otro pódcast o pedirles que se sumen a la comunidad de amigos a través de donaciones o *crowdfunding*- y/o de un pódcast o productora amiga, a través de la promoción cruzada

o *cross promotion*. Podría entenderse como ingreso intangible, como plantea Nancy Castillo de *Relato nacional*, ya que es un retorno, pero no un retorno activo sino que de reconocimiento y de seguimiento del podcast.

Se destacan, en este sentido, casos de menciones cruzadas o *cross promotion*, “en la que contactamos a alguna otra productora de podcast, y le proponemos hacer una promoción cruzada, en la cual ellos recomiendan nuestro podcast, y nosotros hacemos lo propio en el nuestro. Esa es una manera de crear audiencia, aunque eso no viene acompañado de ninguna contraprestación económica”, explica Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia. En el caso de *Así como suena*, Carlos Puig cuenta que también han realizado menciones cruzadas, práctica que se da mayormente entre podcast “amigos”, como lo han hecho, por ejemplo, con Nancy Castillo de *Relato nacional*: “Hemos tenido intercambio con amigos. He tenido intercambios con Nancy. He tenido intercambios con *Las Raras* (...)”. Como se observa, la lógica de intercambio de menciones en el podcast independiente se realiza bajo una lógica de fraternidad y colaboración entre producciones, reflejando cierta horizontalidad y cooperación entre los equipos. No se busca tanto una retribución económica, como una forma de aumentar las audiencias e incrementar el conocimiento que se tiene del podcast.

Otro mecanismo de monetización para los podcast son los ingresos por la venta del producto a las plataformas, o también por la venta de la licencia o los derechos del producto. En este ámbito, los podcast señalan la venta de derechos de algún episodio o de la serie completa para generar otro producto, como documentales o películas: “Luego lo vendimos [el podcast], lo licenciamos para una productora de cine, series de televisión y tal, que lo compraron. Así logramos recuperar al menos parte de lo que invertimos; no todo, sino una parte”, cuenta la productora brasileña, Branca Vianna, de *Praia dos Ossos*. En efecto, después de que iba a ser estrenada por Amazon Prime, finalmente la serie basada en este exitoso podcast de Rádio Novelo será lanzada por HBO Max durante 2024.

Imagen N°34

Branca Vianna, productora de *Praia dos Ossos* (Brasil)



Crédito imagen: Branca Vianna

Esto habla de la mudanza del ecosistema mediático hacia uno cada vez más transmedia. Si bien el pódcast ya estaba en esta senda, como ocurrió con *Le Ilamaban padre* (2016), de Podium Podcast, y ahora lo vemos en el caso de *Praia do Ossos*, que es parte de este estudio, todavía falta mucho camino por recorrer en esta relación del mundo literario con el pódcast y lo audiovisual o en su dirección inversa (ver más detalle en el subepígrafe de publicación y distribución, punto 7.5, dentro de este capítulo de resultados y análisis).

En relación con la venta de derechos y licencias, algunos entrevistados señalan que las plataformas o empresas se quedan con gran parte de los ingresos: “Hay empresas hoy en día que te hacen la oferta de vender tu pódcast. Pero el problema es que te traen un poco el modelo de Google Ads, y con la manera en que venden los pódcast en proporción a la audiencia, te dan nada (...) te pagan un centavo por cada anuncio”, reclama Carlos Puig, director de *Así como suena*, de México. En efecto, este modelo de atribución, como se le conoce a este modelo de marketing, consiste en determinar la conversión monetaria, una vez que el usuario haya hecho el último clic o la última interacción con la marca. Ese último clic lleva al usuario a comprar, vale decir, a “escuchar el pódcast”.

Así es posible saber cuántos usuarios lo han escuchado y pagar al productor de este contenido.

Tal como se mencionará más detalladamente en el apartado siguiente de publicación y distribución, los podcasts han explorado en la realización de eventos en vivo de distinto tipo: para promocionar el podcast, hacer un *live* o puesta en vivo de un episodio del podcast, tal cual se escuchase en el sitio de la producción o de la plataforma, o una experiencia nueva o más inmersiva, como ha apostado *Fugas* de Argentina. Por dichos eventos, algunas productoras han recibido ingresos, particularmente por el cobro de entrada: “(...) hablamos de la presentación en vivo, pero es un porcentaje chiquitito, pero algo te genera cuando la gente paga un aporte por la presentación”, cuenta Tomás Pérez Vizzón, director de Anfibia podcast, de Argentina.

Si bien un premio no es una ganancia o monetización, podría permitir financiar un episodio o una próxima temporada del podcast. En el caso de *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina, los casi 7.000 dólares recibidos gracias al Premio Gabo se repartieron entre el equipo: “no sé si llamarlo una entrada de dinero el premio Gabo. Digamos que tuvo una compensación económica, pero no creo que se catalogue como ganancia (...) creo que terminó siendo 6.800, 7.000 dólares, que repartimos entre el equipo”. Este reconocimiento económico fue tomado más bien como una recompensa por el podcast que fue realizado sin ningún financiamiento. Aunque la producción fue posible con el patrocinio de la radio de la universidad y la productora Erre Podcast que facilitaron la grabación y la promoción, entre otros aspectos.

El podcast narrativo de no ficción independiente no tiene grandes retornos por monetización, realidad de la que son conscientes los entrevistados, quienes en varios casos no se planteaban como meta. Esto se debe por una decisión editorial consciente o porque la temática o el género, como planteaba Martín Parodi de Erre Podcast, de Argentina, son un obstáculo tanto para la financiación como para la monetización misma. Cuando se logra cierto retorno económico, las estrategias son variadas, aunque están en “verde” o en una etapa muy inicial o embrionaria, como la publicidad, eventos en vivo, o ingresos por venta de derechos a plataformas u otros actores de la industria sonora y audiovisual.

A 13 años de los estudios de Markmann (2011) y Millette (2011), y 18 de Bonixe (2006) cuando los productores de pódcast independientes se planteaban como objetivo monetizar o recibir una retribución económica por esta actividad, dicho propósito se mantiene mientras el financiamiento sigue esquivo y la monetización es escasa. Esto, sin embargo, tiene algunos matices en comparación con esas investigaciones de hace más de una década. Hoy los productores independientes, de acuerdo con el análisis de los 17 pódcast analizados, se han conformado como productoras y están explorando un modelo mixto, que combina una financiación social, a través del *crowdfunding*, becas o subvenciones y financiadores (universidades, instituciones públicas, etc., que financian estos proyectos con un enfoque social), con una financiación comercial a través del *branded podcast* o pódcast a pedido de plataformas. De esta forma, logran financiar los pódcast originales, dentro de los cuales están los narrativos de no ficción, con una buena dosis de autofinanciamiento, ya que la financiación social no logra cubrir los costos.

Pese a los altos precios de producir un pódcast de este tipo, con un costo de casi 4 mil dólares un episodio y casi 49 mil dólares la temporada o proyecto, estas producciones han logrado destacar dentro de la oferta nativa de pódcast, por sus buenas historias y gran calidad de sus producciones, obteniendo diversos premios y reconocimientos dentro de la industria.

En este contexto la financiación y monetización son un reto permanente para la sostenibilidad de esta modalidad de pódcast y habrá que ver cómo se desarrolla este modelo mixto, en el que marcas, plataformas y otros actores están interesados cada vez más en realizar pódcast propios, lo que puede ser una alternativa viable para que las productoras puedan incrementar sus ingresos por esta vía. De todas formas, los productores aunque todavía realizan estos pódcast con dificultad, no renuncian a la independencia editorial y creativa, más aún cuando estas temáticas sociales son difíciles de financiar.

7.5. Publicación, distribución y relación con las audiencias

Al igual que las etapas de preproducción, producción y postproducción del audio, la fase final de publicación es muy importante, ya que es cuando el podcast se publica y llega a la audiencia o su comunidad de seguidores. Esta etapa la podemos subdividir en promoción, publicación, distribución y relación con los oyentes. La estrategia de difusión, la forma y frecuencia con que se publica el podcast, los canales utilizados para distribuirlo, y la vinculación con las audiencias, entre otros temas, son considerados en esta etapa y representan un paso relevante en la elaboración del podcast.

7.5.1. Promoción del podcast

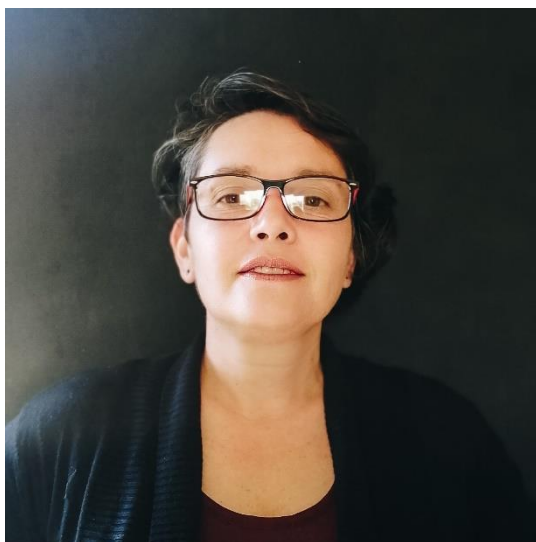
Esta subetapa puede empezar a diseñarse cuando ya el proyecto de podcast toma forma, es decir, cuando sabemos qué podcast vamos a producir, quiénes serán nuestras fuentes y confeccionamos una maqueta del diseño sonoro. Esta subfase realmente comienza a materializarse cuando el podcast está en plena fase de producción y/o postproducción, ya sea de un episodio o un par de ellos, o incluso ya terminada la serie. Para realizar estas tareas deberá existir una estrecha relación entre el equipo motor y las personas a cargo de las comunicaciones o estrategias de difusión del podcast. Esta etapa puede considerar un/a periodista, un/a diseñador/a, un/a ilustrador/a, un *community manager*, un audiovisualista, etc. Por ejemplo, el podcast *La historia es ayer* cuenta con una persona dedicada específicamente a este ámbito de la producción: “[Marina Alonso] ella es la directora de estrategia y difusión, entonces ella se encarga de la relación con las plataformas, se encarga de cerrar acuerdos, intercambios, ya que también invertimos dinero en promoción (...) su trabajo es cerrar muchas de esas cosas, como conseguir que iVoox nos destaque en portada” revela Marcus H.

Vale decir hay un equipo dedicado a pensar y diseñar, en diálogo con el director y otros miembros del equipo, la estrategia de promoción y publicación. Sin embargo, esta no termina cuando el primer episodio fue publicado, sino que continúa hasta que la serie haya sido subida al sitio y a las plataformas. Esta etapa, incluso, puede extenderse si existen acciones de vinculación con la audiencia, como *lives*, sesiones de escucha o encuentros virtuales con la comunidad de seguidores, entre otras alternativas posibles.

Específicamente, la promoción y/o difusión del podcast implica diseñar una estrategia de comunicación de acuerdo con un *planning* o cronograma de publicación del podcast y sus distintos episodios. Esto considera varios aspectos y tareas a ejecutar, como definir y diseñar un micrositio o sitio del podcast dentro de la web de la productora; diseñar la identidad visual del podcast, que será, junto con los audios y los textos que describen la producción, el primer contacto de los oyentes, cuando accedan al sitio o a las plataformas en las cuales está publicado. El diseño de un micrositio envuelve una serie de desafíos que se relacionan directamente con la historia y la identidad del podcast, además de todos los recursos con lo que se cuenta, desde el diseñador o diseñadora hasta todos los contenidos del sitio, como textos, imágenes, sonidos, etc., que complementen la historia que el auditor está escuchando, con una buena navegación y una visualidad que sea atractiva. Como destaca Nancy Castillo de *Relato nacional*, el sitio web es la cara visible de la productora y del podcast: “Como buen repositorio, los capítulos y el equipo, y los donantes de *crowdfunding*, están en la página. Y también el equipo, el equipo estable y los periodistas que colaboran”.

Imagen N°35

Nancy Castillo, directora de *Relato nacional* (Chile)



Crédito imagen: Nancy Castillo

Un buen ejemplo de este gran trabajo que hay detrás, antes, durante y después de publicar el podcast, es el micrositio del podcast brasileño, *Praia dos Ossos*, de la productora Rádio Novelo, que obtuvo el Premio Internacional de Diseño, CLAP 2021, a

mejor diseño de sitio web para un producto o servicio. Este premio permite a los estudios, agencias, oficinas y profesionales independientes valorar y medirse con proyectos de toda Iberoamérica. En relación con el micrositio de *Praia dos Ossos*, cuyo diseño fue realizado por la empresa española Estudi annex, esta destacó que “‘*Praia dos Ossos*’ es un podcast que narra el asesinato de Ângela Diniz, fallecida en 1976. El desafío fue crear un sitio web para mostrar fechas, episodios y créditos. Sin embargo, como la investigación realizada para la producción fue rica en fotos, tuvimos la idea de hacer del sitio web un complemento del pódcast, ayudando al oyente a pintar una imagen del período mientras escucha cada episodio”.

Imagen N°36

Premio CLAP 2021 al micrositio del pódcast *Praia dos Ossos* (Brasil)



Fuente del texto e imagen: Premio CLAP 2021 / Link: <https://premiosclap.org/ganador-1167>

En efecto, al visualizar la portada del micrositio de *Praia dos Ossos*, <https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/> encontramos una cabecera con el cover y un texto bajo él, que describe brevemente de qué trata el pódcast. Luego, el tráiler audiovisual en Youtube y, hacia abajo, cada uno de los episodios, un breve texto y la portada al costado de cada uno de ellos. Si uno hace clic, por ejemplo, en el primer episodio O crime da Praia dos Ossos se visualiza la descripción, una foto de la protagonista en la playa en los años '70, y una serie de recursos que complementan a estos: una galería de 14 fotos, incluyendo la casa donde ocurrió el crimen en Buzios, el

tráiler del episodio en Youtube, el audio, la transcripción y los créditos. Es decir, una batería de contenidos, conseguidos gracias a la investigación de la historia y a un diseño que saca provecho de todos ellos, para capturar y fidelizar a la audiencia. Si bien, cada vez está más extendido el trabajo transmedia en el ecosistema digital, de los podcast estudiados solo *Praia dos Ossos* ha ido en esa dirección. Después de comprar los derechos a Rádio Novelo, HBO Max estrenará en 2024 una serie basada en este podcast⁸⁰.

Respecto a los textos hay que pensar un buen título para el podcast, que sea sugerente, atractivo, divertido, etc., y que represente lo mejor posible a la producción y cómo la conciben quienes la han realizado. Después una descripción del podcast que diga de qué trata la serie o episodio; una descripción que exprese la temática y que sea un gancho para la audiencia. Es decir, que no lo diga todo, pero que sí diga lo esencial. Al igual que la descripción de cada episodio, sea un podcast seriado o con episodios unitarios autoconclusivos. Estas descripciones complementan la imagen visual o portada, y las sucesivas portadas que se diseñen, en caso de que la producción decida elaborar una portada o *cover* para cada episodio.

También será el momento de pensar, definir y crear el tráiler del podcast, que debe ser de no más de un minuto idealmente, para que pueda subirse a las plataformas y redes sociales, como Instagram o Twitter. Este debe representar, en buena cuenta, lo que el auditor podría encontrarse cuando escuche el podcast: la temática central, el conflicto que hay detrás y quiénes serán los personajes que viven la historia. Podría incluso pensarse en un tráiler para cada episodio, o extraer algún corte interesante del capítulo siguiente para compartir con los seguidores y provocar el interés y el *engagement* con la producción. En el caso de *Até que se prove o contrário* siguen una estrategia: “entre un mes y veinte días antes de que anunciemos que existirá el podcast, [adelantamos] con un post en la red. Además, ponemos [material de] la creación del episodio, que durará hasta un minuto”, cuenta Ricardo Terto productor de esta serie brasileña.

⁸⁰ Aunque primero iba a ser transmitida por Amazon prime, finalmente la serie saldrá por HBO Max durante 2024. Más información aquí <https://senalnews.com/es/contenidos/hbo-max-producira-una-serie-sobre-la-aristocratica-brasilena-angela-diniz>

Al momento de subir el podcast a las plataformas, el equipo o persona responsable de la promoción podría elaborar algunas preguntas a la audiencia. Por ejemplo, ¿qué te pareció el episodio? ¿Cuál personaje te llamo más la atención? ¿Qué piensas de la historia que le ha ocurrido a tal personaje? cuyas preguntas pueden publicarse en Spotify o en el Instagram de la productora, para saber qué opinan los oyentes de esta “nueva” historia de no ficción.

7.5.2. Publicación y frecuencia de publicación

Para la publicación del podcast en los sitios y en las distintas plataformas, varios equipos de producción tienen web propia – a excepción de *Transhistorias de cuidados* de Perú- y utilizan aplicaciones de hosting, respectivamente. En un contexto de aumento de publicación y distribución de contenidos digitales, las aplicaciones de hosting permiten alojar los episodios de un podcast y distribuirlos centralizadamente a las distintas plataformas de reproducción. Anchor -plataforma de hosting para podcast impulsada por Spotify- y Splayer son dos aplicaciones de hosting reconocidas por los entrevistados. En un par de casos, como *Cuir* (México) y *Brazalete negro* (España), tienen un host elaborado por ellos mismos para la distribución en distintas plataformas. Sobre las aplicaciones de hosting, Erick Yáñez, de *Cuir*, señala:

“(…) no necesariamente tienes que comprar algo de esto. Tú puedes hacer tu propio archivo a manita, para ahorrar costo. ¿Por qué? Porque yo ya había hecho desarrollo web y ya pagaba por un hosting. Entonces mi podcast es lo que se podría llamar un *self-hosted* (autoalojamiento). Porque yo tengo mi propio servidor, en donde además tengo otros proyectos y otras cosas. Ahí subo mi archivo XML y mis archivos. Lo malo de esto es que es complicado, o sea, no es amigable”.

Imagen N°37

Portada y acceso al micrositio de Cuir (México)

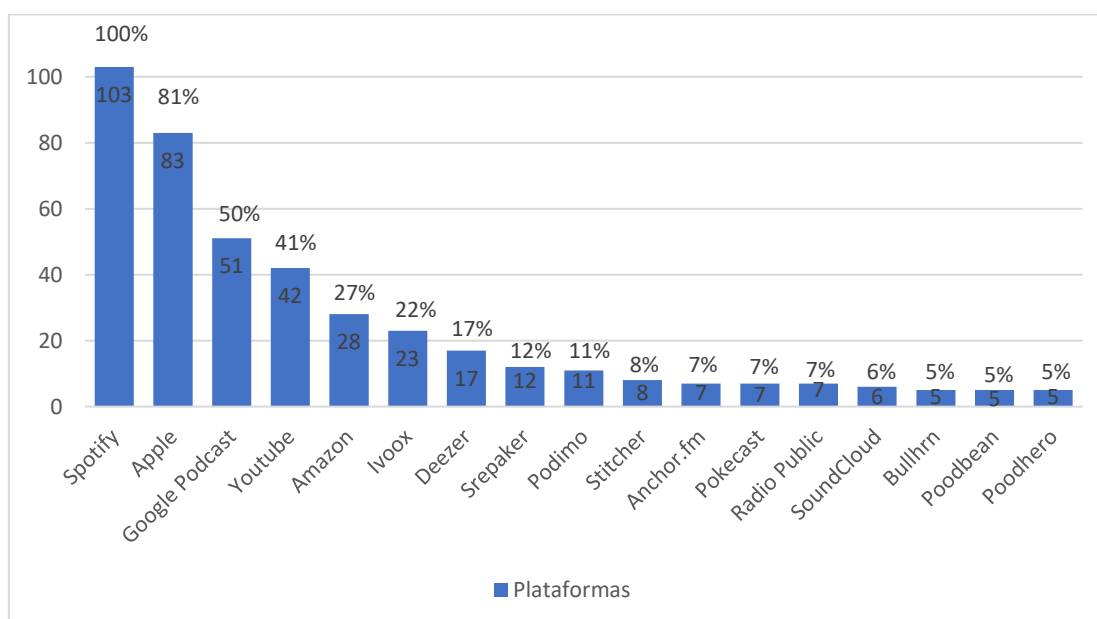


Crédito portada: Cuir / Código QR: para acceder al micrositio del podcast / Link: <https://estonoesradio.mx/programas/cuir>

Como se observa en el gráfico N°17, existen variadas plataformas en donde se comparten los podcasts, aunque solo algunas concentran un mayor número de los capítulos estudiados. De los 103 capítulos analizados, el 100% es publicado en Spotify, un 81% en Apple, y un 50% en Google Podcast, cuya plataforma dejará de funcionar en abril de 2024 e instará a los podcasters a migrar a Youtube Music.

Gráfico N°17

Plataformas de publicación de los 17 podcasts estudiados



Fuente: elaboración propia sobre la base de las 103 fichas de análisis

Las plataformas más empleadas para distribuir los episodios se corresponden con las que tiene mayor penetración en el mercado iberoamericano, sobre todo Spotify, Apple, Google Podcasts, Youtube, Amazon e Ivoox (que es más fuerte en España). La mayoría de los pódcast, como media, está al menos en tres o cuatro plataformas, teniendo siempre una principal que distribuye a las restantes.

La radio supone otro canal interesante de publicación y transmisión del pódcast. En el 13% de los casos, es decir, 13 episodios que corresponden a dos pódcast de los 17 analizados son transmitidos por una emisora: *Transhistorias de cuidados* de Perú (4), por radio Comas; *La segunda muerte del dios punk* (9), de Argentina, por radio Universidad Nacional de Rosario (radio UNR). Así como algunas emisoras que producen pódcast nativos, como Cadena Ser en España, han apostado por la programación inversa, es decir, del pódcast a la radio (Legorburu-Hortelano; García-González; Dorado-Colmenar, 2019), las productoras independientes podrían también aprovechar estas ventajas para llegar a más públicos con sus historias, aunque siempre resguardando la libertad, tanto editorial como creativa, cuyos principios deben ser aceptados por las radios que los transmitan.

También existen otros medios que publican los pódcast, producto de alianzas con las productoras. Por ejemplo, *El estallido de las cosas*, de Chile, fue publicado en el medio digital El Desconcierto⁸¹ y *110 historias, 110 objetos*, de Portugal, es parte de la red de pódcast de Público⁸² de este país. Ambos medios digitales tienen vocación de independencia y de renovar la pauta noticiosa en comparación con los grandes medios o corporaciones.

Resulta relevante que casi la totalidad de los capítulos (96%, es decir, 99 episodios de 103 analizados) se encuentre alojado en el sitio web de la productora, excepto *Transhistorias de cuidados* del Perú, como decíamos, que corresponde a un pódcast independiente que fue financiado por Oxfam y Gabo. Para su publicación privilegiaron Spotify, además de su difusión por radio Comas 101.7 FM y NTV, canal de televisión independiente peruano. Si bien los entrevistados aseguran que los sitios web no son el medio principal por donde se escucha el pódcast, estos tienen otras funcionalidades, como actuar de alojador y repositorio de los capítulos. Además, se ofrece otro tipo de

⁸¹ <https://www.eldesconcierto.cl/tag/el-estallido-de-las-cosas/>

⁸² <https://www.publico.pt/podcast-110-historias>

contenidos vinculados al audio, los cuales no son posibles de publicar en las plataformas de *streaming*, aun cuando estas estén aumentando las funcionalidades y oportunidades para los productores. Por ejemplo, entrevistas completas hechas a un entrevistado para el pódcast, como ocurre en *110 histórias, 110 objetos*, de Portugal; imágenes, como sucede en *Praia dos Ossos*, de Brasil; información complementaria, links asociados al tema, transcripciones, como en *Segurança privada, exército de precários* de Portugal, y descarga de los episodios, como en *Até que se prove o contrário*, de Brasil, y *Cuir* de México, etc.

Para Joana Lobo, coordinadora de *110 histórias, 110 objetos*, “desde el principio estaba claro que queríamos un sitio web especialmente diseñado para que el proyecto funcionara incluso como un ancla, ¿verdad? Nuestra ancla será el sitio web del proyecto, para anclar todos los contenidos relacionados al pódcast”. Este pódcast es, de todos los estudiados, el más completo en este sentido (Ver fichas de análisis de esta producción, sobre todo el episodio *A Maquete da Ponte da Arrábida*). Si bien tiene textos demasiado largos, el trabajo *crossmedia* está garantizado con fotografías de cada uno de los objetos, contenidos extras, y recomendaciones, que van desde libros hasta audiovisuales, lo que permite conocer la historia del objeto desde diferentes medios o perspectivas.

Imagen N°38

Joana Lobo, coordinadora de *110 histórias, 110 objetos* (Portugal)



Crédito imagen: Joana Lobo.

En relación con lo anterior, en algunos pódcast existe una dedicación particular al sitio web. En casos como *Praia dos Ossos*, *Segurança privada*, *exército de precários* y el mismo *110 histórias*, *110 objetos*, los sitios web alojan materiales extras asociados a la temática del pódcast, como noticias, links de interés, transcripciones del guion y otros. Como sostiene la productora Branca Vianna, de *Praia dos Ossos*, de Brasil a propósito del material extra: “Yo como oyente, que sigo todos mis pódcast favoritos para saber las novedades, quiero saber lo que están lanzando, me gusta ver las cosas detrás de escena. Entonces entiendo que los oyentes lo quieran, porque yo también lo quiero”. Como se destacó al inicio de este apartado, el sitio web actúa también como un repositorio de los capítulos, como señalaba Nancy Castillo de *Relato nacional*. También en el contexto chileno, María Court de *El estallido de las cosas*, cuenta que: “desde el comienzo, cuando estrenamos la serie, tenía una muy bonita web, diseñada también como una onda media inmersiva. Gastamos un poco de plata en esa programación”.

Respecto a la periodicidad en la publicación de los episodios de los pódcast, la recepción de la audiencia es el principal calibrador de la frecuencia con que se publican los episodios, aunque también optan por liberar todos los episodios de la serie el mismo día o diariamente, como es el caso, por ejemplo, de *La segunda muerte del dios punk*. Las productoras buscan, en general, un equilibrio entre que las publicaciones no sean tan seguidas, para que las audiencias puedan “digerir” el capítulo, con frecuencias de publicación que no sean tan distantes en el tiempo. Esto hace correr el riesgo de que las audiencias olviden o se desentiendan del pódcast, y dejen de seguirlo. Sobre la publicación asistemática o muy distante en el tiempo, Erick Yáñez, productor de *Cuir*, de México, señala: “De inmediato descubrí que eso nunca va a ser una opción, mucho menos en estos tiempos de TikTok. O sea, si estas sacando algo mensual la gente te va a olvidar al día siguiente”.

La siguiente tabla muestra la distribución de las frecuencias de publicación de los pódcast:

Tabla N°14

Frecuencia de publicación de los 17 pódcast estudiados

Un mismo día	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Variable
<i>Transhistorias de cuidados</i>	<i>La segunda muerte del dios punk</i>	<i>Fugas (1)</i> <i>110 historias, 110 objetos</i> <i>La historia es ayer</i> <i>Seguranca privada, ejército de precários</i> <i>Até que se prove o contrário</i> <i>Así como suena (2)</i> <i>Praia dos Ossos</i> <i>Si no sabéis de mí (3)</i> <i>Un periódico de ayer (5)</i>	<i>Fugas (1)</i> <i>El estallido de las cosas (4)</i> <i>Cuir</i> <i>Así como suena (2)</i> <i>Un periódico de ayer (5)</i>	<i>Así como suena (2)</i> <i>Sons de Lisboa</i>	<i>Cartagena federal</i> <i>Relato nacional</i> <i>Brazalete negro</i>

Fuente: elaboración propia

Como se observa en la tabla N°14, *Transhistorias de cuidados*, de Perú, y *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina, se publicaron el mismo día y diariamente, respectivamente, mientras otros se publicaron de manera semanal, quincenal y mensual. Sin embargo, esto tiene varios matices, ya que pódcast como *Cartagena federal*, *Relato nacional* y *Brazalete negro* son variables en sus frecuencias de publicación, y, en algunos casos puntuales, otros pódcast estudiados no cumplen con la

regularidad semanal o quincenal. *Fugas* (1), de Argentina, por ejemplo, su primera temporada fue semanal y la segunda quincenal. *Si no sabéis de mí* (3), de España, si bien fue semanal, entre el tercer y cuarto episodio pasaron 15 días. *El estallido de las cosas* (4), de Chile, aunque fue mayoritariamente quincenal, el primero y segundo episodios fueron publicados con un día de diferencia, cuya forma de publicación es común al inicio, como es arrancar con dos episodios para capturar a la audiencia. Sin embargo, después, entre el segundo y el tercer episodio pasó casi un mes para su publicación. Mientras, *Un periódico de ayer* (5) publicó semanalmente la primera temporada, mientras quincenal en la segunda.

En cualquier caso, de la tabla se desprende que la frecuencia predilecta es la semanal, realizada al menos en algún momento por nueve de los 17 pódcast analizados. Este pareciera ser el tiempo adecuado para mantener fidelizada a la audiencia, como destacaba Erick Yáñez, de *Cuir*, ya que los pódcast compiten con una enorme oferta de contenidos sonoros y digitales. (Este punto se profundiza en el apartado final, en donde se exponen los desafíos del pódcast independiente).

En casos como *Así como suena* (2), este transitó desde una publicación semanal a una quincenal y mensual, respectivamente. Carlos Puig, director de este pódcast, cuenta que, para el momento de la entrevista en junio de 2023, la publicación quincenal llevaba recién tres meses, notando para ese entonces que “está funcionando mejor para la audiencia”. Respecto a la publicación variable, como le ha ocurrido a varios pódcast, esto se puede deber a los tiempos de producción de cada episodio (desde la investigación a la postproducción) y a la oportunidad de publicarlos en tal o cual fecha. *Relato nacional*, al igual que *Cartagena federal* y *Brazalete negro* que no logran tener fechas de publicación estándar, encuentra una justificación en el comportamiento de las audiencias: “(...) obviamente que si uno pudiera [publicar] más capítulos y más seguidos, uno por semana o cada dos semanas, tal vez se podría aguantar un poco más de audiencia. Pero para efectos de este pódcast, yo creo que el costo de eso es muy alto, por cómo se mueve nuestra audiencia. Porque lo que nos pasa a nosotros es que, efectivamente, entre que lanzamos el capítulo y vemos al día siguiente un *peak* en la escucha; después se mantiene baja, aunque durante todo el mes hay escuchas todos los días”, cuenta Nancy Castillo.

Así, los podcasts estudiados utilizan y complementan distintos canales de publicación. Si bien el sitio es la cara visible de la productora, los podcasts circulan más fácilmente en las plataformas, con periodicidad de publicación principalmente semanal, aunque también es frecuente la publicación asistemática o irregular, lo que puede deberse a diversos factores asociados a la producción de un episodio en particular o de la serie.

También hay espacio en algunas radios y otros medios digitales con los cuales hacen alianzas. El sitio o micrositio es el lugar donde los oyentes pueden profundizar o complementar la historia que han escuchado a través de sus auriculares. Si quieren saber u oír más los oyentes podrán encontrar allí una serie de contenidos extras, en distintos lenguajes, como escrito, visual, sonoro y audiovisual. Tal como decía Branca Vianna, de Brasil, a ella le gusta estar enterada de todo lo que hay detrás del podcast, por lo tanto, el micrositio es una buena vitrina para aquello, y, de paso, le da un empujón interesante al sitio completo y a otros podcasts que se hayan producido o estén en promoción.

Algunos contenidos complementarios que permiten profundizar el *engagement* con la audiencia, aunque son menos frecuentes, es la descarga de los episodios y la transcripción del guion del capítulo. Solo dos de los 17 podcasts -*Cuir* de México y *La historia es ayer* de España- permiten que sus episodios sean descargados, mientras que los capítulos transcritos los tiene *Segurança privada, exército de precários*, de Portugal, y *Praia dos Ossos*, de Brasil. En este último caso, la productora Branca Vianna señala que la transcripción sirve “para poder facilitarles a los que no hablan bien el idioma, y también facilitarles a los que están haciendo investigación. Para los investigadores es súper práctico (...) encuentras nombres de referencias de personas que luego quieres investigar más a fondo”. En relación con los contenidos complementarios es destacable el trabajo del podcast portugués *110 histórias, 110 objetos*, que ofrece al oyente varios materiales extras por episodio.

7.5.3. Formación de audiencias

La construcción de audiencias involucra distintas dimensiones. Por un lado, la generación de una comunidad de oyentes no pasa tanto por el aumento cuantitativo de escuchas, sino que más bien por una dimensión cualitativa. “Nosotros nos hemos preocupado por tener, más que un gran número de escuchas, escuchas de calidad”, sostiene al respecto

Sebastián Duque, uno de los productores de *Cartagena Federal*, de Colombia. Esta dimensión considera la sensibilización de las audiencias sobre los temas que se tratan y la consolidación de una comunidad de oyentes en torno al podcast, como también invitarlos a financiar nuevos proyectos, a través de campañas de donaciones o *crowdfunding*, entre otras alternativas de relacionamiento.

La creación y sensibilización de las audiencias sobre un tema en particular actúa, muchas veces, como un motor o incentivo para la creación del podcast, desbordando así la mera iniciativa individual y los intereses particulares. Por ejemplo, Erick Yáñez de *Cuir*, podcast dirigido a la comunidad LGBTQ+, realizó una convocatoria en 2020 para quienes quisiesen buscar y contar historias en audio. Recibió sorprendentemente 60 solicitudes y seleccionó seis personas para un taller de tres meses, proceso durante el cual salieron la mitad de las historias de la primera temporada de *Cuir*. Yáñez valora este proceso y los desafíos que deja: “(...) yo quería hacerlo [el podcast] por una cuestión de impulso creativo, pero también esto es más grande que yo. Este proyecto obviamente va a tener sus ramificaciones y ha impactado a mucha gente, de muchas formas muy positivas”, reflejando de esta manera el efecto que *Cuir* ha tenido en las audiencias.

También dentro de la temática de disidencias sexuales y de géneros, el podcast *Transhistorias de cuidados*, que aborda las historias de mujeres trans, ha sido un aporte para las audiencias. La productora peruana Maju Carrión refleja, al igual que Erick Yáñez, la importancia que tiene la sensibilización en torno a una temática por sobre el interés particular de las creadoras: “Es una voluntad más fuerte que la monetaria. Se ha hecho porque ha sido un trabajo fuerte, comprometido y las compañeras estuvieron bien comprometidas con el proyecto (...). Siempre lo hemos compartido y lo seguimos compartiendo para que rote, porque nos parece importante que se vea el trabajo, más que nada para que se siga haciendo visibilidad sobre las personas trans, y no tanto porque queremos nosotras algo”. La contribución a las audiencias de parte de los podcast narrativos independientes no es solo el entretenimiento, sino que sumamente pedagógico y sensibilizador: “Hay personas que nos dicen ‘nos gusta [el podcast], porque con un *Periódico de Ayer* aprendo de historia y al mismo tiempo me entretengo’. O sea, es como la historia desprovista de esta cosa que, a veces, ahuyenta a tantos jóvenes”, cuenta Juan Serrano de *Un periódico de ayer*.

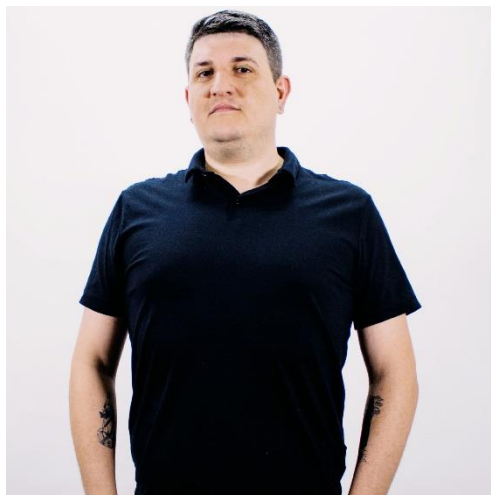
En relación con el perfil de las audiencias, gran parte de los podcasts ponen atención a las métricas de reproducción que entregan información sobre quiénes son los oyentes, asociadas a variables como género, edad y país desde el cual se produce la escucha. Después de un esfuerzo adicional hasta el cierre del estudio, el 64,7% entregó la información vía email, después de las entrevistas (ver tabla N°16 relacionada a rangos etarios), la que se complementa con los datos y apreciaciones de los entrevistados durante las entrevistas.

Con respecto al género, algunos productores declaran tener más oyentes mujeres, mientras que otros señalan ser más escuchados por hombres. Esto está mayormente relacionado con la temática de cada podcast, como se da por ejemplo en los casos de *Brazalete negro* y *Si no sabéis de mí*, ambos de España, y *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina:

“Hay épocas en que se balancea, pero en general hay un 63%, 64% de varones y 35%, 36% de mujeres, que, por momentos, pienso que tiene que ver con la temática”, sostiene Nicolás Maggi, productor de *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina.

Imagen N°39

Nicolás Maggi, productor de *La segunda muerte del dios punk* (Argentina)



Crédito imagen: Nicolás Maggi

Este podcast argentino de Erre Podcast y Nicolás Maggi trata sobre el suicidio del músico callejero de Rosario, Javier Mesina, a causa de un erróneo escrache virtual. Tal como

planteaba Maggi, es posible que los hombres hayan liderado la escucha, tanto porque el personaje era un músico de rock conocido en la ciudad, como por la temática que podría, presuntamente, identificar o interesar más a los hombres. En otros pódcast, como *Relato nacional*, de Chile, la distribución de género cambia según el episodio: “Yo diría que en términos generales son más mujeres que hombres. Pero no es una cosa que sea 70-30, sino como 55-45 (...). En ciertos capítulos las mujeres los escuchan más, entonces ahí cambia la estadística, creo que a 65-35”, explica Nancy Castillo, directora de este pódcast chileno.

Si bien son variables las proporciones, sea por la influencia de la temática general o por un episodio en particular, podemos reconocer algunas tendencias, sobre la base de los informes de métricas facilitados por 11 productores y la información recabada sobre este punto durante las entrevistas con los realizadores. Así podemos tener un mapa sobre la variable género, que corresponde al 64,7% del total (11 pódcast estudiados).

Tabla N°15

Pódcast escuchados, según género

Pódcast	Femenino	Masculino	No especificado	No binario
<i>Sons de Lisboa</i> (1)	35,8%	59,2%	2,5%	2,6%
<i>110 histórias, 110 objetos</i> (2)	13,8%	85,3%	0,9%	0%
<i>Seguranca privada, exército de precários</i> (3)	s/i	s/i	s/i	s/i
<i>Praia dos Ossos</i> (4)	72%	26%	2%	0,67%
<i>Até que se prove o contrário</i> (5)	41%	56%	2%	1%

<i>La segunda</i>				
<i>muerte del dios</i>	38%	58%	2%	2%
<i>punk (6)</i>				
<i>Relato nacional</i>				
<i>(7)</i>	61%	36%	2%	0,86%
<i>El estallido de</i>				
<i>las cosas (8)</i>	55,5%	39,2%	2,5%	2,7%
<i>Si no sabéis de</i>				
<i>mí (9)</i>	30%	67%	0,99%	2%
<i>Brazaletes negro</i>				
<i>(10)</i>	13%	85%	1%	1%
<i>La historia es</i>				
<i>ayer (11)</i>	46%	49%	3%	3%
<i>Cuir (12)</i>	38%	53%	3%	6%

Fuente: elaboración propia con los informes compartidos por los entrevistados basados en las plataformas o encuestas

(1) Fuente: Anchor, 8 de mayo de 2023.

(2) Fuente: Spotify, 22 de marzo de 2023

(3) Si bien Fumaça compartió información relacionada a sus audiencias, basada en una encuesta que hicieron a inicios de 2023, el equipo de producción señala que “no hacemos recolección de datos relacionados al género, porque esa información para nosotros no es relevante”

(4) Fuente: Spotify, mayo de 2023. Datos recibidos el mayo de 2023.

(5) Fuente: Spotify, julio de 2023. Datos recibidos el 17 de julio de 2023.

(6) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 20 de marzo de 2024.

(7) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 29 de marzo de 2024.

(8) Fuente: Spotify, abril de 2024. Datos recibidos el 19 de abril de 2024. Aunque el equipo del podcast explicó que hace dos años hicieron la migración del podcast hacia otro host y en dicho traspaso perdieron las métricas que llevaban hasta ese momento.

(9) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 22 de marzo de 2024.

(10) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 27 de marzo de 2024.

(11) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 25 de marzo de 2024.

(12) Fuente: Spotify, abril de 2024. Datos recibidos el 2 de abril de 2024.

Nota: De los cinco podcasts restantes que no entregaron la información estadística, las razones son las siguientes:

Uno de los productores de *Transhistorias de cuidados*, de Perú, Fernando Echevarría, respondió que perdió el acceso a la cuenta de Spotify y que, si bien ha intentado recuperarla, no ha podido.

La productora de *Así como suena*, de México, respondió hasta el cierre del estudio que evaluarían la entrega de la información

El director de *Un periódico de Ayer*, de Colombia, Juan Serrano, respondió que no entregaban dicha información. Mientras, Sebastián Duque, de *Cartagena federal*, quedó de enviarla. Hasta ahora sin resultado

El director de *Fugas*, de Argentina, Tomás Pérez Vizzón, no respondió a la solicitud.

Sobre la base de esta información, los hombres lideran mayormente la escucha en ocho de los 11 podcasts narrativos de no ficción. Sin embargo, existen matices. Además de *Relato nacional* y *El estallido de las cosas*, ambos de Chile, que tienen mayor preferencia de escucha de parte de las mujeres, *Praia dos Ossos* tiene una escucha mayoritariamente femenina, en comparación con los hombres (72-26). A propósito de que la temática puede justificar cuál género escucha más o menos determinado podcast, esto parece ser una razón plausible. Por ejemplo, *Praia dos Ossos* es un podcast que trata sobre el feminicidio de una mujer de la alta sociedad brasilera, cuyo tema tabú a mediados de los '70 se destapó por la lucha feminista e incipiente de la época. Casi 40 años después, la productora e hija de una de esas activistas rescató la memoria del movimiento feminista, reflató el caso y lo hizo podcast alcanzando, a mayo de 2023, 3,8 millones de reproducciones, según informó Rádio Novelo a esta investigación. Por el otro lado, *Brazaletes negros*, de España, calificado por sus productores como el *true crime* del fútbol, ha logrado mayor preferencia de los hombres, con 85% en comparación del 13% de las mujeres. Sobre la base de estos datos, se puede seguir profundizando en estudios posteriores, que indaguen más detenidamente en los gustos y preferencias por género.

En relación con los rangos etarios, un gran número de podcasts sitúa a sus audiencias en la franja *millennials* o en los bordes de ella, es decir, oyentes que actualmente se encuentran entre los 28 y 44 años aproximadamente. Este rango se puede asociar a un consumo general de esta generación de contenidos digitales y de *streaming*: “Son arriba de 30. Sobre todo arriba de 35, ya que usan más iPhone en México”, afirma Carlos Puig, director de *Así como suena*. En *Praia dos Ossos* de Brasil, que está asociado a una narración histórica sobre el feminicidio contra Ângela Diniz ocurrido a mediados de los

‘70, los oyentes son de mayor edad: “*Praia* en concreto tenía un público mayor, mucho más grande que el nuestro, por el hecho de que era una historia que la gente recordaba”, revela Branca Vianna, productora de este pódcast.

La tabla siguiente refleja los datos de 12 de los 17 pódcast estudiados (70,58% del total) y los rangos etarios de sus audiencias, que corresponden a los productores que enviaron el reporte de audiencia generado por Spotify, principalmente. Si bien es una tarea que puede completarse, los datos recopilados muestran algunas tendencias.

Tabla N°16

Rangos etarios de los oyentes de pódcast

Pódcast	Rangos etarios					
	18-22	23-27	28-34	35-44	45-59	60 o más
<i>Sons de Lisboa (1)</i>	9%	11%	20%	31%	23%	6%
<i>110 histórias, 110 objetos (2)</i>	6%	17%	9%	23%	40%	5%
<i>Seguranca privada, exército de precários (3)</i>	8%*	44%*	44%*	27%	13%	2%
<i>Praia dos Ossos (4)</i>	6%	17%	32%	27%	15%	0%
<i>Até que se prove o contrario (5)</i>	7%	15%	28%	32%	14%	4%
<i>La segunda muerte del dios punk (6)</i>	3,98%	13,19%	29,45%	36,96%	13,45%	2,09%
<i>Relato Nacional (7)</i>	3,97%	12,54%	29,33%	27,07%	19,97%	6,64%
<i>El estallido de las cosas (8)</i>	5,9%	14,3%	25,9%	36,7%	12,6%	4%

<i>Si no sabéis de mí</i> (9)	4,57%	12,68%	24,62%	30,68%	22,08%	5,13%
<i>Brazalete negro</i> (10)	2,2%	10,82%	25,78%	36,02%	21,93%	2,85%
<i>La historia es ayer</i> (11)	1,92%	6,8%	24,7%	24,56%	37,28%	2,66%
<i>Cuir</i> (12)	11,48%	23,07%	35,56%	19,14%	7,08%	1,6%

Fuente: elaboración propia con los datos proporcionados por los entrevistados sobre la base de los informes de Spotify, principalmente.

(1) Fuente: Anchor, 8 de mayo de 2023.

(2) Fuente: Spotify, 22 de marzo de 2023

(3) Los datos fueron recogidos a través de la encuesta anual 2023, que realizan a su comunidad de oyentes, la que tuvo 566 respuestas. Los rangos etarios, sin embargo, son algo diferentes, por lo que puede haber una variación sobre todo en los rangos de 23-34. Los rangos que establece el cuestionario son: menos de 18 (0%); 18-24 (8%); 25-34 (44%); 35-44 (27%); 45-54 (13%); 55-64 (6%); y 65 o más (2%).

(4) Fuente: Spotify, mayo de 2023. Datos recibidos el mayo de 2023.

(5) Fuente: Spotify, julio de 2023. Datos recibidos el 17 de julio de 2023.

(6) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 20 de marzo de 2024.

(7) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 29 de marzo de 2024.

(8) Fuente: Spotify, abril de 2024. Datos recibidos el 19 de abril de 2024.

(9) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 22 de marzo de 2024.

(10) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 27 de marzo de 2024.

(11) Fuente: Spotify, marzo de 2024. Datos recibidos el 25 de marzo de 2024.

(12) Fuente: Spotify, abril de 2024. Datos recibidos el 2 de abril de 2024.

Nota: las razones por las que no entregaron la información estadística los cinco pódcast restantes son las mismas que expusimos en la nota anterior, de la tabla N°15.

Los datos de la tabla N°16 confirman lo que señalaron gran parte de los entrevistados: el segmento denominado como *millenial* (28 a 44 años), es el grupo preponderante que escucha estos pódcast narrativos de no ficción, fluctuando en 10 de los casos de estudio entre 51 y 71% de los oyentes en este rango. Por ejemplo, *Sons de Lisboa* reporta un 51% de las audiencias en dicho segmento, mientras que *Praia dos Ossos* un 59%, y *Até que se*

prove o contrário un 60%. En mayor proporción se encuentra *La segunda muerte del dios punk* con un 65% y *Segurança privada, exército de precários* un 71%.

Si desglosamos este análisis, existe una leve tendencia en favor del rango comprendido entre los 35 y 44 años (seis pódcast) mientras que cuatro están en el rango 28 a 34 años, como *Cuir*, *Segurança privada, exército de precários*, *Praia dos Ossos* y ligeramente *Relato nacional*, cuyo motivo no puede saberse con certeza, ya que las temáticas son bastante variadas, desde historias de personas LGBTQ+ hasta la corrupción del sistema de seguridad privada en Portugal.

Resultan relevantes, eso sí, los casos de *Sons de Lisboa*, Portugal, que tiene un 23% de oyentes en el tramo de 45 a 59 años, La historia es ayer, España, con 37,28% en ese rango, y *110 histórias 110 objetos*, de Portugal, que condensa en ese grupo el 40% de las escuchas. Esto puede, presumiblemente, se explica por la temática histórica asociada a estos pódcast, en los que vinculan arqueología, historia y ciencia, entre otras disciplinas.

Imagen N°40

Marco Antonio Gonçalves, productor de *110 histórias, 110 objetos* (Portugal)



Crédito imagen: Rita Pinto

Esta segmentación se condice con la noción de las audiencias que tiene el productor del pódcast Marco Antonio Gonçalves: “(...) más hombres entre 45 o incluso 60, que pueden ser académicos. Menos mujeres estudiantes y académicas, porque el Instituto Superior Técnico es mayoritariamente masculino”, reconociendo así una cierta relación entre la

composición de las audiencias y el Instituto Superior Técnico de Lisboa, que ha financiado y producido el pódcast.

7.5.3.1. Estrategia de redes sociales

Para la construcción de audiencias, el trabajo en redes sociales virtuales, RR.SS., también resulta muy relevante. Como se observa en el gráfico N°18, de los 17 pódcast analizados, al menos cinco de ellos cuenta con redes sociales propias del pódcast, mientras que más de la mitad cuenta con redes sociales, que son de la casa productora del audio. La utilización de RR.SS. permite ampliar las audiencias, las cuales pueden ser distintas a las que llegan directamente al pódcast, ya sea al sitio, a la plataforma donde está alojado, o a través de algún medio que hizo promoción del pódcast: “es muy interesante cómo con esta estrategia de Instagram acabamos ganando una audiencia que no estaba siendo agarrada por los medios, que empieza ahí en los 18 años”, explica Catarina Reis, productora de *Sons de Lisboa*, de Portugal.

Así como se han ido sumando redes sociales, como TikTok por ejemplo, que ha sido usada por pódcast como Fugas⁸³, de Argentina, La historia es ayer⁸⁴, de España, y Agência Pública⁸⁵, de Brasil, otras han entrado en desuso como red social principal utilizándose solo de replicadora de otras redes.

“Al principio partimos muy focalizados en Facebook, estamos hablando del 2016. Ahora en Facebook solo se replica lo que estamos publicando en Instagram (...) Entonces en un minuto fue Facebook primero, después fue Facebook, Twitter, Instagram. Yo diría que nuestro foco ahora es Instagram”, cuenta Nancy Castillo, directora de *Relato nacional*, de Chile.

De las redes sociales, las más utilizadas por las productoras de los pódcast narrativos de no ficción e independientes estudiados son Instagram y Twitter, y TikTok también está cobrando fuerza, con siete centros de producción que tienen esta red social, según se

⁸³ Ejemplo de estrategia de promoción del episodio 38 luciérnagas, que fue nominado al mejor episodio en los Ondas Globales del Podcast 2023.

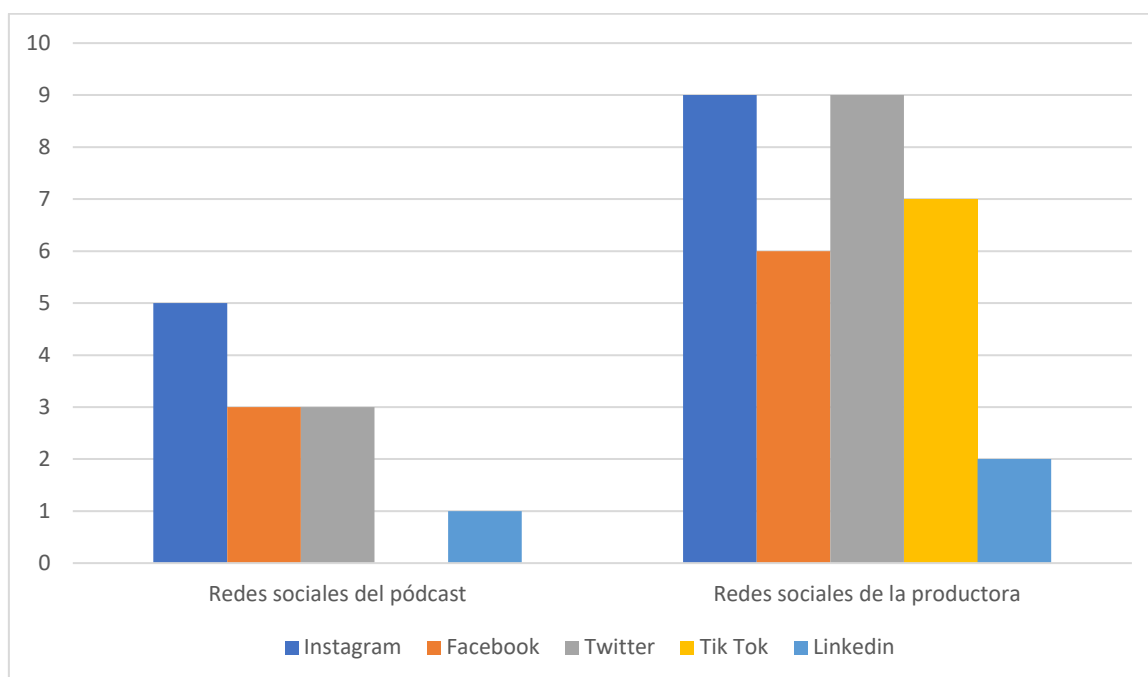
<https://www.tiktok.com/@anfibiapodcast/video/7132889955751283973>

⁸⁴ Utiliza en este caso la cuenta de TikTok de El Extraordinario, a través de la cual hicieron promoción de la segunda temporada. https://www.tiktok.com/@el_extraordinario

⁸⁵ No la utilizó para este pódcast, pero si tiene mucha actividad en relación con el pódcast daily de la productora <https://www.tiktok.com/@agenciapublica>

observa en el gráfico siguiente N°18. Mientras Instagram es la más utilizada cuando las productoras deciden crear una cuenta especial para el podcast, como ocurrió en cinco casos.

Gráfico N°18
Principales redes sociales utilizados por los 17 podcast



Fuente: elaboración propia sobre la base de las 103 fichas de análisis de los 17 podcast

El trabajo en redes sociales involucra la creación de contenido específico para difundir en estas plataformas, es decir, no es replicado del sitio web o de una nota de prensa, por ejemplo. En el caso de *Fugas*, de Argentina, el contenido de redes sociales es autoexplicativo o no enfocado tanto en la publicitación del podcast: “hubo varias piezas que tuvieron mucho impacto. O sea, obviamente ahí cambia la lógica totalmente del podcast. Digamos que no nos ponemos en modo venta del contenido, sino que solo al final se dice ‘si querés seguir escuchando, anda al podcast’. Es una historia autoconclusiva”, explica Tomás Pérez Vizzón, director de Anfibia podcast.

La generación de contenidos para redes sociales tiene tanta importancia, que varios de los podcast cuentan con personas encargadas específicamente de dichas tareas. Tal como adelantamos en la etapa final de producción, que corresponde a publicación y distribución del podcast, Marcus H de *La historia es ayer* decía que “por muy bonita que sea tu historia, si no tienes a alguien que te ayude a moverlo, no vale para nada”. Suena

tajante entenderlo así, pero las formas de consumo dentro del ecosistema digital demandan que promociones tu pódcast y sepas construir comunidad en torno a él. En relación con esto, Juan Serrano de *Un periódico de ayer* declara que “es un esfuerzo que nos tomamos muy en serio (...) parte de los logros, de las cosas que hemos hecho bien, es crear comunidad. En eso juega un papel muy importante el tener una persona, el hacer contenido orientado para servir a la audiencia. Así lo pensamos. Entonces, las redes sociales son nuestra principal estrategia de difusión. Y también el *newsletter* juega un papel muy importante”.

Mediante las redes sociales, los pódcast exploran en distintas estrategias de difusión, distinguiéndose entre publicidades antes o después de lanzar cada episodio. Con respecto a la promoción previa al estreno del pódcast, Patxi Belyeu, director del *Si no sabéis de mí*, de España, declara que:

“Antes de salir con el pódcast, publicamos el teaser, el tráiler. Y eso lo hicimos unas semanas antes de emitir el primer capítulo. No me acuerdo cuánta antelación, pero dos o tres semanas, diría yo. Entonces pusimos el tráiler en redes sociales. Hicimos un hilo, me acuerdo, en Twitter, en el que íbamos como desgranando un poco de qué iba el podcast, a la vez que manteniendo el misterio para que la gente lo escuchara. Y tuvo muy buena acogida, la verdad”.

Imagen N°41

Portada y acceso a micrositio de *Si no sabéis de mí* (España)



Crédito portada: Producciones del KO / Código QR: para acceder al micrositio del pódcast / Link:

<https://www.produccionesdelko.com/podcast-si-no-sabeis-de-mi/>

La generación de audiencias no solo se realiza a través de redes sociales, sino que también a través de otras estrategias, como el boca a boca y el vínculo con periodistas e *influencers*. En el “boca a boca”, las mismas audiencias cobran un rol fundamental al comentar y recomendar el podcast, intercambio del cual se enteran los realizadores: “Una amiga, que además había participado en el podcast, me cuenta que de repente su jefa en el grupo de WhatsApp de su trabajo, lo compartió diciendo que es una maravilla, que no sé qué. (...) Y esto me ha llegado por otros lados también, de gente que son amigos que les recomiendan el podcast. Así te das cuenta cómo se expande”, cuenta Patxi Belyeu de *Si no sabéis de mí*.

Sobre los lazos con periodistas, el podcast *Fugas*, de Argentina, es ilustrativo de la importancia de relacionarse con actores clave que puedan ayudar a difundir la producción y atraer más público o seguidores:

“En algún momento, la nota [de prensa] salía sobre las fugas de cárceles, y en algún lugar del texto vos leías y decías que eso estaba hecho en base a un podcast. Después pasábamos textos [a algunos periodistas] sobre una fuga en particular que salía en un medio, y después se contaba que eso se hacía en base a un podcast. Esas son no alianzas, pero son acuerdos con los periodistas que les contamos y decimos ‘tenemos este podcast ¿te interesa una nota sobre esto?’. A veces la escribimos nosotros, a veces la escriben ellos y salen”, cuenta Sebastián Ortega, investigador de este podcast argentino.

En relación con la difusión mediante relaciones con *influencers*, esta se puede realizar de manera programada, o también puede suceder que una persona con varios seguidores comparte el podcast en sus redes y eso impacta en las audiencias: “de repente, porque alguien lo descubre y lo recomienda en redes sociales se desatan pequeñas olas de aumento de suscriptores. Se enciende la llama”, explica Juan Serrano, de *Un periódico de ayer*. Una situación similar cuenta Patxi Belyeu, de *Si no sabéis de mí*: “(...) también se notaron picos cuando ciertas personas lo compartieron con gente que tenía muchos seguidores que les gustó. Por ejemplo, me acuerdo que Quique Peinado, que es un periodista que sale en televisión también, que tiene un perfil muy visible, un día lo compartió y se notó mucho”. Mientras, los productores de *Cartagena Federal* de Colombia se contactaron directamente con una *influencer* para publicitar otro de sus

productos, la radionovela *Evaristo, me acordé que te quería*: “(...) nos aliamos con la *influencer* más grande de Cartagena, en un rango de edad, para hacer una radionovela que era *Evaristo*, y con ella pusimos un par de vallas en la ciudad (...). El 99% de la gente que la seguía a ella no escuchaba pódcast, y a ella le tocó explicar cómo descargar la aplicación (...) Entonces mucha, mucha gente descargó Spotify para poder escuchar la radionovela⁸⁶”.

El uso intensivo de redes sociales, de las más “tradicionales” a las más actuales, y la ejecución de otras estrategias, como hacer lazos con sujetos clave, como periodistas e *influencers*, y el boca a boca, como estrategia de bola de nieve, demuestran la relevancia y la dedicación que le dan las productoras independientes a la construcción de audiencias. Más aún, en estos casos, en que la audiencia será el mejor juez llegando desde identificarse con el pódcast hasta animarse a apoyar la no ficción sonora independiente.

“(...) el hecho de haber dedicado recursos, de haber priorizado dentro de nuestro trabajo el tema de crear comunidad, de hacer eventos destinados a crear comunidad, de tener una persona llamada editora de audiencias, una mánager de audiencias, que está todo el tiempo pensando en cómo conectar con la comunidad, nos hace un medio de comunicación en sí, y no una productora que sencillamente hace contenido para las plataformas”, explica Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia.

Después de la publicación y distribución en el sitio y las plataformas viene el proceso de mantener el interés del oyente, para que escuche el pódcast completo. La tarea no ha terminado con publicar el primer episodio de la producción, sea seriada o con episodios unitarios, sino que continúa hasta que termine de publicarse el pódcast en su totalidad. Para ello, se pueden establecer varias estrategias tanto internas como externas. Algunas de estas pueden ser: diseñar y ejecutar una estrategia de medios; hacer un trabajo permanente en redes sociales antes de publicar cada capítulo; plantear preguntas a la audiencia a través de Spotify o Instagram; crear una portada para cada episodio; y

⁸⁶ Estrenada en 2020 por Cartagena Federal. Ocho episodios que oscilan entre los 10 y 20 minutos.
<https://cartagenafederal.com/radionovelas/>

realizar sesiones de escucha o shows en vivo (*lives*), para generar una comunidad en torno al podcast (ver punto siguiente donde profundizamos en estos aspectos).

7.5.4. Relación e interacción con las audiencias

En la relación e interacción con las audiencias, los entrevistados describen distintas estrategias utilizadas para lograr y mantener un *engagement* con los oyentes. Una primera táctica, de comunicación externa, si queremos calificarla así, corresponde a la utilización de medios de comunicación, dentro de los cuales la aparición en diarios y periódicos digitales es lo más reconocido. Por ejemplo, el podcast chileno *El estallido de las cosas*, dirigido por Trinidad Piriz y María Court, estableció un vínculo con el medio digital El Desconcierto, que le permitió llegar a otras audiencias: “En el fondo también fue una elección de nosotros. Queremos que esto se escuche y lo vamos a hacer en este medio, que se ha volteado muy cerca del estallido [social chileno que comenzó el 18 de octubre de 2019]”, justifica su decisión María Court. Otros medios en los que algunos podcast han tenido alguna aparición son la televisión y la radio, como destaca Sebastián Ortega, de *Fugas*. En su opinión, esto sirve como un buen gancho promocional del podcast: “Fragmentos, sí, pero un episodio completo en ninguna radio. Han sido fragmentos, casi como un ejemplo dentro de un programa (...) Sobre todo ponían la introducción, la escena inicial, a modo promocional”.

Otra estrategia relevante, en el esfuerzo por mantener la relación e interacción con la comunidad de seguidores del podcast, es la realización de eventos en vivo, como un lanzamiento de la producción, presentaciones en vivo o *lives*, sesiones de escucha, fiestas, o charlas vinculadas al podcast. Dentro de estos, los estrenos en vivo son lo más frecuentes, como lo han hecho *Fugas* (Argentina), *La segunda muerte del dios punk* (Argentina), *Brazalete negro* (España), *El estallido de las cosas* (Chile), *Transhistorias de cuidados* (Perú) y *Segurança privada, exército de precários* (Portugal).

Imagen N°42

Portada y acceso al micrositio de *Segurança privada, exército de precários* (Portugal).



Crédito portada: Fumaça / Código QR: para acceder al micrositio del pódcast /

Link: <https://fumaca.pt/seguranca-privada-exercito-precarios/>

Un formato que está cogiendo fuerza son los shows en vivo o *lives*, en los que se hace en vivo un episodio del pódcast tal cual se escucha publicado. A la usanza de los antiguos radioteatros, esta modalidad permite un acercamiento directo con la audiencia a través del pódcast como gancho. En algunos casos, los *lives* han sido una oportunidad para experimentar, como lo ha hecho *Fugas*, de Argentina: “(...) también hemos ocupado mucho material visual en las presentaciones, en las performances; usando auriculares. Hay mucho material en la presentación que hicimos en España, en Uruguay, y en las distintas provincias de acá en Argentina”, detalla Tomás Pérez Vizzón, director de este pódcast. Este formato de *lives* ha sido replicado en otros equipos, como *Transhistorias*, *El estallido de las cosas*, *Cartagena Federal* o *Brazalete Negro*. María Court, de *El estallido de las cosas*, cuenta una experiencia interesante de *live*, en donde se entremezcla audio, performance y vídeo, dando cuenta de la potencialidad transmedial que están adquiriendo los pódcast: “(...) ahí trabajamos muy desde la escena, el diseñador sonoro en escena con la Trini [Trinidad Piriz codirectora del pódcast], que era la protagonista de la voz. Y después, de repente, con luz, sonido y música, se bajaba la luz y se ponía parte del pódcast. Luego ella volvía a la escena y salía haciendo uno de los personajes, y después proyectábamos parte del corto. Fue como una mezcla entre el sonido, audiovisual, escena y performance”. Court hace referencia al estreno de El

estallido de las cosas en uno de los polos culturales más importantes de Santiago de Chile, el Centro Cultural Gabriela Mistral (Centro GAM), en 2022. Esta presentación fue una “serie sonora y cortometraje Caes tú también estrenado en 2020 y 2021 por Border podcast [la plataforma de pódcast de la productora Mucha Media que hizo *El estallido...*], que hoy llega a GAM con la idea de traducir y fusionar ambos formatos”, señala la nota publicada por el centro cultural⁸⁷. Respecto a la experimentación que tienen estas instancias, GAM describe en la misma nota que “este es un viaje inmersivo donde se pone en escena una reflexión sobre la historia política y personal, llevando al público hacia el interior de sus miedos y creencias sobre incertidumbre y pérdida, mientras que paralelamente se genera una búsqueda por empujar lenguajes y formatos”. Esto va en la senda de la búsqueda y condición de producción de los pódcast actuales: inmersión y conexión con el oyente, explorando las posibilidades del sonido y de su representación.

A la par con las presentaciones en vivo, algunos pódcast, como *Cartagena Federal* o *Un periódico de ayer*, ambos de Colombia, han explorado en el formato de encuentros o clubes de escucha, cuyo espacio es más íntimo que una presentación en vivo. En estas sesiones, las audiencias no solo se congregan para oír el capítulo, sino que luego se puede armar una conversación en torno a ello: “También hemos hecho círculos de oyentes, clubes de escucha. La gran mayoría han sido remotos, aunque también ha habido algunos encuentros cara a cara”, comenta Juan Serrano de *Un periódico de ayer*. De forma anexa, algunos pódcast han realizado talleres en torno a temáticas como la realización del pódcast, marketing, u otros. Aunque en estos espacios no necesariamente se reproduce algún capítulo del pódcast, de todas formas sirve como fidelización y vinculación con las audiencias: “somos parte de un grupo del TEC de Monterrey [Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores], en donde ayudamos a chavos que les interesa hacer pódcast, y los invitamos con nosotros. Es decir, nos interesa meter cada vez más gente en esto”, cuenta Carlos Puig, director de *Así como suena*.

Además de estos formatos, es posible agregar eventos como encuentros especializados y fiestas, aunque estos son menos frecuentes. En el caso de los festivales, la experiencia del *Estallido de las Cosas* es gráfica de esta participación: “A final del año pasado [2022],

⁸⁷ <https://gam.cl/teatro/el-estallido-de-las-cosas/> (octubre de 2022).

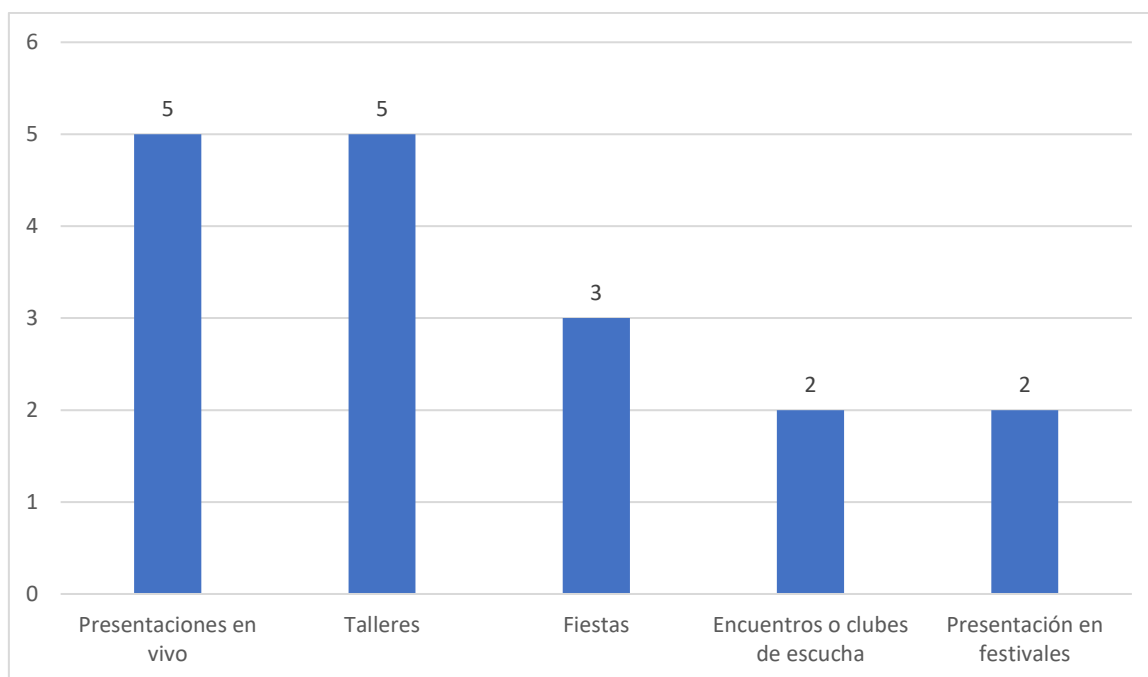
que se habían cumplido cinco años de la colaboración entre Chile y el festival Ars Electrónica, de la gente de Austria, se seleccionaron algunos proyectos y se exhibieron en el MAC de Bellas Artes, y ahí proyectamos. Había una salita donde tú escuchabas el capítulo, y al fondo está proyectado el corto”, cuenta María Court a propósito de la muestra Del cielo al agua y lo que está en el centro, que reunió 15 proyectos en diversos formatos que participaron en el Festival Ars Electrónica, entre 2018 y 2022.

En el caso de las fiestas, en algunos casos estas incluyen la escucha de un episodio, como en *Segurança privada, exército de precários*: “Tuvimos una fiesta de distracción en Porto (...) la gente de la comunidad pudo tener un momento para conocerse, estar juntos y poder escuchar en persona el primer episodio”. La fiesta actúa también como un espacio en donde los realizadores pueden conocer a las audiencias, como cree Erick Yáñez de *Cuir*: “(...) esta fiesta de cierre de temporada fue sobre todo impulsada por esta idea mía, de que yo quería ver las caras de quienes nos escuchaban. Yo decía ‘necesitamos ponerle un broche de oro a esta temporada, con un evento presencial, pues necesito conocerlos’. Llegaron como 60 personas o más. Fue muy bonita esa experiencia”.

En el siguiente gráfico se sintetizan los distintos formatos en vivo utilizados por los pódcast:

Gráfico N°19

Estrategias de vinculación directa con la audiencia del pódcast



Fuente: elaboración propia sobre la base de las entrevistas e información recopilada en sitios web y RRSS, tanto externos como de la productora.

En esta interacción con las audiencias, ya sea a través de estrategias on line u off line, los seguidores también se muestran activos. Por un lado, varios productores sostienen que las audiencias se comunican con ellos mediante redes sociales: “(...) tenemos alguna interacción a través de Instagram, por ejemplo, y A Mensagem, en general como medio, tiene mucha interacción con los oyentes”, relata Catarina Reis, productora de *Sons de Lisboa*, del medio digital independiente A Mensagem de Portugal.

Imagen N°43

Portada y acceso al micrositio de *Sons de Lisboa* (Portugal)



Crédito portada: Catarina Reis / Código QR: para acceder al micrositio del podcast /

Link: <http://amensagem.pt/tag/sons-de-lisboa/>

La mayoría de los mensajes que publican mediante redes sociales buscan expresar el apoyo y agradecimiento al podcast, como cuenta Maju Carrión, productora de *Transhistorias de cuidados*, de Perú: “Muchas personas me han escrito, me han dicho que han llorado escuchándolo, e incluso gente heterosexual que me dice ‘¿Sabes qué Maju? He llorado con estas historias. Nosotras las hemos visto toda nuestra vida [a las personas trans], sin embargo, siempre preferimos mirar al costado antes que verlas y reconocerlas’”. Es decir, el valor que tiene hacer una producción de este tipo, que destaca por la temática social, por los personajes, por el tratamiento narrativo, se completa con la audiencia que la ha escuchado y está dispuesta a valorarla públicamente, como un acto inicial de compromiso con el podcast y con la productora o medio que la ha producido.

En esta interacción de las audiencias con el podcast, los oyentes no solo comentan sobre él, sino que también proponen temas para próximos episodios. Por ejemplo, para *La segunda muerte del dios punk*, los productores del podcast trabajaron con material elaborado por el propio protagonista de la historia -Javier Mesina, un músico callejero rosarino que se suicidó presuntamente a causa del escrache-, y de oyentes del podcast, que aportaron con objetos que habían comprado a este dios punk de la música y del fanzine:

“Mucha gente me ayudó a recomponer la discografía, la música de Javier. Había muy poco subido a Internet por él mismo. Muchos era Discos Compactos grabados por él mismo, con su grabadora casera y la computadora de su casa, que nunca habían sido subidos a Internet. Entonces, gracias a mucha gente que me dijo ‘che, tengo un disco de él (...)’, y yo que hice una campaña también de ‘quienes tengan material, por favor, háganmelo llegar’. Así, mucha gente me escribió y me hizo llegar el compact en físico (...) y fanzines me llegaron un montón. Tengo una caja llena de fanzines, de gente que se los había comprado y que los tenían en casa”, afirma Nicolás Maggi, productor y narrador de *La segunda muerte del dios punk*.

También los oyentes escriben por redes sociales para proponer ideas o temas para próximos episodios o pódcast, como cuenta Branca Vianna, productora de *Praia dos Ossos*, de Brasil: “Le pedimos a la gente que nos envíe historias por correo electrónico si las tienen. Incluso hemos producido tres o cuatro historias gracias a los oyentes”.

La relación de los pódcast con la audiencia no solamente compromete la difusión, sino que involucra también la creación de una comunidad en torno a la producción una vez publicado y distribuido. Esta interacción se genera tanto a través de contactos virtuales, como redes sociales, y encuentros cara a cara, cuyas estrategias complementarias dan como resultado una comunidad de seguidores que está dispuesta a comprometerse en distintos niveles. Ya sea políticamente, por las temáticas y formas de abordarlas; económicamente a través de donaciones; y socialmente cuando es capaz de compartir el pódcast y sentirse parte de una comunidad en torno a él.

Esta dimensión es sumamente importante, ya que implica contar con un equipo, una estrategia y una serie de acciones mediáticas o no mediáticas, como señalamos anteriormente. La idea sería crear un circuito de difusión del pódcast que permita conformar una comunidad de oyentes, amplia y participativa. La publicación en el sitio, la promoción en redes sociales y la difusión, transmisión y/o publicación en medios amigos, como radiofónicos y digitales, permitirían hacer crecer la audiencia del pódcast, aun cuando existe margen para mejorar la frecuencia sistemática de publicación.

Un aspecto clave es conocer muy bien el público objetivo al cual se dirige el podcast, cuyas variables de género y rangos etarios pueden proporcionar información relevante para diseñar una estrategia de promoción y marketing del podcast. Por ejemplo, según los datos proporcionados, los podcast narrativos de no ficción lo escuchan mayoritariamente hombres, aun cuando depende de la temática, y el rango mayor de escucha se da entre los 28 y 44 años.

Todo debe ser muy cuidado, desde la imagen del podcast hasta los contenidos que se produzcan para subir a las redes sociales, siempre en relación con el público, la temática y los puntos fuertes de la historia. Una buena estrategia podría ser aprovechar la investigación realizada para dotar de contenido al sitio y a las RR.SS. que se utilicen, tal como lo hizo *Praia dos Ossos*, por ejemplo. Apoyarse en medios afines, personas clave o *influencers* para promocionar y compartir el podcast, como también buscar el encuentro presencial con la audiencia, a través de talleres, sesiones de escucha, eventos en vivo, performances, etc.

La creación y sensibilización de las audiencias sobre el tema que trata el podcast puede actuar como un buen gancho para el *engagement* con el podcast, ya que, como señalaban los productores, no solo son podcast de entretenimiento sino que son educativos y buscan transformar a la audiencia. Así también se contribuye a la participación del público oyente, desde el proyecto mismo, como sucedió en *Cuir*, hasta su contribución a la producción misma, como ocurrió con *La segunda muerte del dios punk*.

7.6. Estado del podcast narrativo independiente

Al conversar con los 25 entrevistados de los 17 podcast narrativos de no ficción independientes, en una o dos sesiones de hasta cuatro horas de duración, el cuestionario de 35 preguntas concluyó con su percepción del estado del podcast independiente, ya sea en su país y/o en la región. Se profundizó, especialmente, en las características actuales de la industria, en los obstáculos que existen para el desarrollo de este tipo de podcast producido de manera autónoma, y también en los desafíos futuros que se presentan para estas producciones iberoamericanas.

7.6.1. Características actuales

A pesar de que el podcast está teniendo un crecimiento exponencial en los últimos años, con un valor de mercado que puede llegar a los 144 mil millones de dólares en 2032 y con 700 millones de oyentes para 2028 (Statista, 2023a), lo cierto es que hay un primer consenso entre los entrevistados: la industria se está estabilizando. Destacan, en este sentido, un aumento de los proyectos independientes, y más audiencias e inversión en este campo. El relato de Patxi Belyeu de *Si no sabéis de mí*, de España, sintetiza esta percepción:

“Cada vez hay más ganas de hacer las cosas, cada vez hay más ganas de escucharlo. Entonces eso tiene que ser bueno y se tiene que canalizar de alguna forma. Y también sé que las plataformas son conscientes de eso y que están buscando fórmulas para conseguir que los creadores puedan vivir de sus podcast. Entonces parece que hay intención por las tres partes, de los creadores, de los oyentes, y de las plataformas”.

Otros entrevistados califican el estado del podcast como un “boom” o una efervescencia, cuya situación pudiese ser positiva, pero que no tardaría en decantarse. En varios casos se habla de una “burbuja”, haciendo alusión a un crecimiento exponencial pero que eventualmente reventará: “Hay cada vez más señales, signos, lo que sea, de que esto es una supuesta burbuja que va a explotar en unos años. De hecho, en el 2022 se hicieron 20% menos podcast que en 2021. Y eso está bien, porque había demasiados” plantea Sebastián Duque, productor de *Cartagena federal*. En este mismo sentido, Aitor Lagunas, director de *Brazalete negro*, de España, habla de una suerte de “descreme” del mercado

del podcast: “(...) Es un momento un poco complicado para la industria del podcast, en el que hay muchas idas y vueltas, mucho producto que nace y luego no dura”. Efectivamente, uno de los puntos más estratégicos para que la productora pueda perdurar es sostenerse económicamente a mediano y largo plazo. Esto es especialmente complicado para el podcast independiente, ya que de la motivación inicial que animaba este tipo de proyectos (Bonixe, 2006; Markman, 2011; Millette, 2011) se pasa a la búsqueda de un modelo de negocios alternativos aunque sin muchas herramientas para su emprendimiento (Rojas Torrijos et al., 2020).

Carlos Puig, director de *Así como suena*, de México, confirma que la monetización es un problema y una estrategia a la vez, que hay que asegurar:

“(...) otra cosa que está sucediendo es que hasta antes de la pandemia y un poco al principio de la pandemia, estos eran blogs, entonces, cualquier güey creía que podía agarrar y subir su podcast. Y todos se dieron cuenta de que no era monetizable, entonces dijeron ‘ah, no’. Por eso hoy están llegando menos podcast al mercado de lo que estaban llegando antes; muchos han ido desapareciendo”.

Imagen N°44

Carlos Puig, director de *Así como suena* (México)



Crédito imagen: Carlos Puig

Si bien hay cierto acuerdo en torno a esta realidad, también existe la percepción de que la situación latinoamericana es diferente con la de Estados Unidos y Europa, particularmente España a propósito del estudio. Estados Unidos y España son reconocidos por estar más avanzados en el desarrollo del podcast, mientras que América Latina estaría más atrás. Sobre la producción en Argentina, Sebastián Ortega, investigador, guionista y narrador de *Fugas*, advierte que “no veo que los conglomerados de medios estén como en España, haciendo grandes producciones de podcast. De hecho, más bien son pobres las producciones que hacen. En el caso de Argentina, si pensamos en los grandes medios, no han hecho grandes producciones de podcast”. Un gigante en España es, sin duda, Podium Podcast, a través de PRISA Audio, que lidera la nueva red europea de podcast, WePod. Mientras en Portugal destaca Público, que tiene una red de podcast incluido *110 histórias*, *110 objetos*, que es parte de este estudio.

En cualquier caso, existe una valoración positiva por el trabajo desarrollado hasta ahora en el campo del podcast, sobre todo como un formato innovador frente a las prácticas periodísticas tradicionales:

“El podcast nos ha acogido a muchos que no tenemos ningún tipo de aprendizaje previo, pero tampoco de vicio adquirido. En ese sentido, yo me acojo mucho a esa libertad, precisamente para tratar de ser un poco innovador (...) Esto creo que es especialmente fácil en el podcast, porque a lo mejor haciéndolo en radio con una empresa detrás, con una exigencia mayor a nivel comercial, no sería lo mismo (...) Yo me siento muy libre, la verdad”, enfatiza Aitor Lagunas, director de *Brazalete negro*, de España.

En este mismo contexto, se valora el avance del podcast a nivel latinoamericano, tanto en términos estéticos como narrativos: “me parece también que el oído se va habituando a ciertos estándares, y también las audiencias exigen cada vez más a las producciones. Creo que el nivel de la calidad sonora de las producciones independientes va mejorando. Cada vez somos más conscientes de que es un aspecto importante”, justifica Sebastián Ortega de Anfibia Podcast.

Respecto al aporte narrativo que está detrás de los podcast de no ficción independientes, Branca Vianna, productora de *Praia dos Ossos*, de Brasil destaca tanto los esfuerzos de

investigación como los enfoques de los medios independientes, dentro de los cuales se incluiría el podcast narrativo: “En Brasil, hoy en día, hay muchas redacciones independientes financiadas porque son muy buenas. Y hoy en día terminan siendo mejores que los grandes periódicos, porque también son muy especializados”.

A nivel general, los entrevistados destacan un avance del podcast independiente, lo que es diagnosticado por gran parte de ellos. Este avance se asocia, en parte, a un cierto “boom” del formato del podcast, aunque, a la larga, el mercado tenderá a inclinarse por los productos con mayor sostenibilidad económica. Por otro lado, este crecimiento es dispar si se compara la realidad de España o Estados Unidos con los países Latinoamericanos, en donde el desarrollo del podcast va más retrasado como industria, pues los grandes medios paulatinamente están incursionando en este género, aunque sin mayores riesgos, mientras los podcasteros independientes han ensayado alianzas y patrocinios para emprender sus podcast, como veremos en el siguiente punto.

7.6.2. Obstáculos para el podcast narrativo independiente

En términos generales, el obstáculo principal que ven los productores es la financiación. La falta de dinero o de recursos económicos para la realización del podcast es reconocida por prácticamente la totalidad de los entrevistados: “Sin duda, el modelo de negocios es el gran reto que tenemos los creadores de contenido en audio. Poder vivir de nuestra pasión”, afirma Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia. Este problema no es solo la falta de recursos para la elaboración del podcast, sino que también la ausencia de monetización. “El sistema de monetización, ese clásico, no funciona. Sobre el tema de las donaciones (...) el público de Chile dona súper poco en general (...) la gente da poca plata, no entiende por qué te tiene que donar”, explica Nancy Castillo, directora de *Relato Nacional*, a propósito del *crowdfunding* que tienen como forma de financiamiento. Para apoyar este podcast, el oyente puede elegir monto, periodicidad y forma de pago⁸⁸. Aunque marginal, muchas veces, puede significar el financiamiento de un episodio o parte de una temporada. Por ejemplo, Castillo señala

⁸⁸ Para apoyar este podcast, más información sobre el mecanismo de membresía aquí <https://relatonacional.com/membresia/>

que “el primer año que hicimos el sistema de donación logró financiar el 10% de la temporada, mientras en esta quinta logramos financiar el 20%”.

Asociado a esto, algunos productores de Portugal y México, por ejemplo, hablan de una “cultura de la gratuidad”, en donde los consumidores de pódcast no están habituados a donar por el producto que escuchan: “en Portugal la cultura del receptor, del consumidor de información, sea de noticias o de material audiovisual, casi siempre prefiere el contenido gratuito. Casi siempre. Por eso no funciona el modelo de suscripción del pódcast” sostiene Marco Antonio Gonçalves, productor de *110 histórias, 110 objetos*. En un sentido similar Erick Yáñez, productor mexicano de *Cuir* plantea que “(...) yo creo que es importante que los consumidores sepan los costos que implica, porque también siento que hay una cultura del consumo gratuito, que no sé si es muy buena. Estamos acostumbrados a consumir todo gratis”. Esta molestia y a la vez preocupación que expresan los productores, por cómo funciona el consumo cultural y lo que significa hacer un pódcast narrativo de no ficción, entronca muy bien, tanto con los problemas que genera la suscripción (por ejemplo, pagar por una suscripción premium de Spotify o no pagar por ella y acceder a contenidos mínimos o con muchos roll de publicidad) como la diversificación de estrategias de ingresos. Se prevé que a finales de 2024 haya un crecimiento de 10% en la industria del audioentretenimiento, cuyo aumento será posible por los ingresos por suscripción, publicidad, *branded content*, entre otros (Dosdoce.com, 2024).

Otros obstáculos que reconocen los productores son los altos costos de elaboración del pódcast, así como la carga de trabajo que implica hacer una producción de este tipo, que puede tomar seis meses o un año de realización. Marta Salicrú, productora ejecutiva de *Brazalete negro*, de España, plantea que la precariedad de la producción independiente representa un obstáculo para las productoras: “hay independencia, pero también lo que hay es precariedad. No sé hasta qué punto la precariedad es compatible con la independencia, porque si hay precariedad, al final lo que acaba resultando es que no puedes continuar haciendo el pódcast”.

La competencia con otros productos culturales, sean digitales o no, como también lo que significa convivir en la industria de las plataformas es otra valla para la producción independiente de pódcast narrativos de no ficción. Competir con otros contenidos,

muchas veces más compactos y menos extensos que un episodio de un podcast resulta difícil considerando la gran producción y costos que hay detrás: “[el podcast documental] sigue siendo un medio de larga duración, en un entorno lleno de contenidos de consumo de tres segundos”, critica Erick Yáñez, de *Cuir*. Una situación similar expresa Marco Antonio Gonçalves de *110 histórias, 110 objetos*, en relación con el contexto portugués: “en Portugal nos gusta mucho la televisión, nos gustan las cosas con imágenes. Leemos poco, escuchamos poco, y cuando escuchamos, escuchamos la radio en el carro”. Es decir, hay una cultura instalada de la gratuidad, del bajo costo y de formas de consumo cultural muy arraigadas que dificultan la supervivencia del podcast, especialmente del podcast narrativo que tiene mayor factura, al igual que los de ficción.

En relación con las plataformas, los productores destacan tres ámbitos que pueden comprenderse como obstáculos: por un lado, un monopolio de las plataformas, cuyo mercado está capturado particularmente por Spotify; en segundo lugar, los cobros y apropiaciones que las plataformas hacen de los productos y sus ingresos; y finalmente, la dependencia que se tiene de los algoritmos de las plataformas, sobre todo cuando se trata de aumentar las audiencias y generar monetización gracias a ellas. Yissel Ibarra, productora de *Así como suena* (México) critica cómo funciona este monopolio:

“Otro reto es que te comen las plataformas. Justo ahora que estuve en una premiación, me dio un poco de tristeza. Era como qué plataforma tiene más podcast y qué podcast de qué plataforma tiene más premios. Pues es que los podcast no nacieron con esa naturaleza. Esa no es la naturaleza del podcast desde mi perspectiva”.

Esto a propósito de los ocho años que lleva *Así como suena*, como parte de la productora Puro Contenido. A marzo de 2024 lleva casi 300 episodios producidos como podcast narrativo estrella en México, sin embargo, debe solventarse gracias a otros podcast de la productora, originales y de marca, que realizan para hacer esta modalidad de podcast, como señala Ibarra.

Con respecto a los cobros y la apropiación de las plataformas, Nancy Castillo, directora de *Relato nacional*, de Chile, ejemplifica de buena manera esta realidad: “¿Pero qué significa financiar un proyecto así? Es que pasa a ser un producto Spotify. Es un poco lo

que pasa con Netflix. Y tú como creador quedas, con suerte, en los créditos al final. Con suerte, ganas por la venta de derechos (...) Las plataformas son súper voraces”.

La dependencia de las plataformas no solo se traduce en la cesión de derechos de autor y lo que se gana por ellos cuando venden una idea o un podcast a una plataforma, sino que también tiene que ver con los algoritmos y con la generación de audiencias en torno a tu podcast: “(...) pues el obstáculo sería el algoritmo, el hecho de que al final todo contenido digital está a merced de los algoritmos que deciden las plataformas”, según critica Marta Salicrú, productora ejecutiva de *Brazalete negro*. Si bien, muchas veces es un misterio cómo las plataformas generan sus listas de recomendación y sus tops más escuchados, se ha deducido, por distintas informaciones, que Spotify, por ejemplo, aprovecha la información textual, las categorías de contenidos de forma combinada, y la recomendación del audio sin procesar para crear listas de reproducción personalizadas, las que son hechas por Inteligencia Artificial (IA). Se estima que el 14% de los audios recomendados son originales de Spotify (Moreno Cazalla, 2023). A sistemas que funcionan de esta manera y que privilegian las producciones propias de su catálogo, la crítica al algoritmo cobra sentido y provoca ofuscación, sobre todo, en aquellos que compiten desde la independencia.

Frente a esto, Yissel Ibarra, productora mexicana de *Así como suena*, pone en tensión esta realidad algorítmica con una perspectiva artística o creativa del podcast narrativo de no ficción:

“¿Y dónde está la creatividad? ¿dónde está el respeto por el artista? ¿dónde está la posibilidad de un universo de historias? No todo tiene que ver con el algoritmo. Y eso le está pasando a muchos podcast también. Yo no quiero ser víctima del algoritmo ¿Cómo encontramos caminos para no ser víctimas de él?”.

Las vallas para el desarrollo del podcast independiente son la falta de financiamiento, cuya consecuencia directa son los altos costos de producción que tiene la realización de un podcast. También la escasa monetización es un gran obstáculo para esta modalidad, pues cuesta venderlo, ya sea por el tema o porque los anunciantes privilegian otros productos culturales u otros podcast más populares, los cuales son competencia directa para el podcast independiente. Además, se cuestionan las prácticas comerciales que

tienen las plataformas de *streaming* de audio, tales como las tendencias monopólicas y de apropiación de productos, a través de la compra de derechos de autor, y la forma de funcionamiento de los algoritmos, que se mueven entre la estricta reserva y el privilegio que le dan a sus producciones originales en las listas de recomendación. Estas prácticas atizan aún más los obstáculos de financiación y monetización de esta modalidad de podcast que estamos estudiando.

7.6.3. Desafíos del podcast narrativo de no ficción independiente

A pesar de que dentro de los obstáculos, la comercialización de los podcast es la más preponderante, este problema no se corresponde con los desafíos que plantean los productores. Por el contrario, el aspecto que más destacan es la innovación de formatos. Existe un interés de probar distintas posibilidades, como plantea María Court, del podcast chileno *El estallido de las cosas*: “La libertad de experimentar y explorar. Creo que el podcast en un momento se formateó mucho. Como esa cosa de que tiene que haber un narrador (...) No tenemos por qué ser redundantes”. Haciendo una relación con el mercado, Juan Serrano, de *Un periódico de ayer*, estima que “apenas estamos en una fase embrionaria. Yo creo que ya se puede hablar de una industria, cosa que no se podía hablar o que parece un chiste decirlo hace cinco años, pero ya se puede hablar de una industria del podcast. Creo, sin embargo, que hay mucho por hacer en materia de innovación, de formatos”.

Para Marcus H, productor de *La historia es ayer*, de España, las tendencias de mercado vinculadas al algoritmo de las plataformas limitan la innovación:

“Ahora mismo encuentro que las inversiones son muy conservadoras, de muchas plataformas, y se busca lo que tiene audiencia, lo que el algoritmo te dice que funciona, y ya está. No los culpo porque tiene sentido, pero creo que está bien equilibrar un poco más, tener un poquito más de dinero para cosas nuevas, porque también tienes que inventar el futuro”.

Sobre el desafío de la innovación, varios productores reconocen el importante rol que cumple la producción independiente, pues experimenta, renueva y produce otro tipo de contenidos: “Yo creo que las buenas ideas no nacen de una junta de lluvia de ideas en un corporativo, en el último piso de un edificio en Santa Fe o en Polanco, aquí en la

Ciudad de México. Yo creo que las ideas que pegan, las audiencias leales y los proyectos duraderos, nacen de lo independiente”, argumenta Erick Yáñez, productor de *Cuir*.

Si bien la profesionalización del podcast independiente se puede entender como que “más gente pueda vivir de esto”, según Marcus H de *La historia es ayer*, también se da una búsqueda por una mayor institucionalización del podcast. Esto involucra “formas de nombrar” a este nuevo campo, como también construir comunidad o vínculos entre diferentes podcast independientes. Para María Court, codirectora de *El estallido de las cosas*, de Chile, lo primero es “empezar a experimentar y nombrar. Es seguir expandiendo el lenguaje”. La forma que toma la experimentación, como hacer más ensayos sonoros o emplear la ficción que caracterizó a este podcast narrativo chileno, convierte a estos podcast en producciones únicas y con identidad propia. Mientras, la formación de redes entre distintas productoras se presenta también como un desafío, cuestión que ya se ha empezado a gestar en algunos países, como Argentina: “Nos juntamos una vez por mes las productoras locales a conversar. Se está armando una especie de cámara”, cuenta Tomás Pérez Vizzón, director de *Fugas*, de Anfibia Podcast.

El aumento de financiamiento, tanto público como privado, es otro aspecto que puede entenderse como un desafío dentro de la institucionalización del podcasting independiente. Erick Yáñez, productor mexicano de *Cuir*, emplaza a las grandes empresas a financiar este tipo de proyectos:

“(…) ellos, ahorita, tienen una gran oportunidad para financiar proyectos independientes y para hacer la industria más horizontal, que es mucho pedir, que es muy idealista, porque obviamente lo que más les importa a ellos es cumplir con sus métricas. Pero estamos todavía en buen tiempo, porque hay mucha creatividad efervesciendo”.

Además de esta forma de entender la institucionalización del podcast independiente, otra dimensión que agrupa a los productores es tanto la promoción del podcast como la consolidación y aumento de la comunidad de oyentes. El mismo Erick Yáñez, de *Cuir*, sostiene que “necesitamos más visibilidad del trabajo que hacemos y que sea una visibilidad honesta”. Por otro lado, hablando de la comunidad de oyentes y el desafío en torno a ello, Carlos Puig, director de *Así como suena*, señala que “el [desafío] que más

me preocupa es el tamaño de las audiencias, porque de ahí viene el financiamiento. Sobre todo para los que somos independientes, que queremos vivir como vivían los viejos periódicos anunciantes, *branded content*, rentando nuestro estudio y nuestra impresora. Para eso necesitamos audiencias más amplias. La fragmentación de los millones de pódcast, que salieron cuando la gente creyó que era un blog, afecta el tamaño de las audiencias y la competencia con otras formas de comunicación, empezando por internet”.

Tal como vimos en el subepífrase de publicación y distribución, los pódcast narrativos de no ficción independientes cada vez más están invirtiendo tiempo y recursos en construir audiencias, tanto online como offline. Catarina Reis, productora de *Sons de Lisboa*, de Portugal destaca como un obstáculo y a la vez un desafío los tiempos de escucha que demanda un pódcast narrativo de no ficción, asociado a la competencia con otras formas de comunicación que señala Puig: “(...) hay poca paciencia para las cosas que duran más de cinco minutos. Por lo tanto, creo que ese es el gran desafío, cómo vas a capturar parte del público a través de la narración. Ese es mi mayor desafío, pero no creo que sea imposible y creo que se le está prestando más atención”. El cuidado en la producción puede ser la clave, vislumbra Martín Parodi, productor artístico de *La segunda muerte del dios punk*: “La competencia es muy grande (...). Sabés que compites contra los otros 29 [pódcast] que están a un costado y al otro por acá. Competís con todo el mundo, con Netflix, con las redes sociales. El tiempo es muy difícil de atrapar (...) Por lo tanto, todos los aspectos necesitan estar cuidados. A nosotros nos salió muy bien concentrarnos en el producto”.

La calidad narrativa y sonora de este tipo de pódcast, a diferencia del conversacional, es su sello de calidad. Según la opinión de los entrevistados, esto se distingue tanto por la calidad del audio del pódcast narrativo como también en que, para los productores, lo artístico está sobre lo monetario:

“Me da la impresión de que los pódcast independientes, especialmente si son hechos desde el punto de vista periodístico, tienen esa vocación de hacer algo que consideramos importante como periodistas, que es un tema que nos gusta, que nos apasiona, que queremos que el resto también [se apasione], y que lo hacemos con todo el cariño y profesionalismo del mundo. Y no estamos

pensando en algo comercial”, explica Nancy Castillo, directora de *Relato nacional*, de Chile.

Para Marta Salicrú, productora ejecutiva de *Brazalete negro*, de España, esa marca de calidad es un arma para enfrentar a los grandes del mercado del podcast: “(...) no apostar por la cantidad, sino por la calidad, y por el trato personalizado para combatir, para defender, nuestro sitio frente a los gigantes”. Esta búsqueda de la calidad, que los puede distinguir de los grandes medios, es reafirmada por Pedro Santos, investigador de *Segurança privada, exército de precarios*: “(...) debemos ser capaces de desarrollar un trabajo con capacidad de escudriñar en la sociedad, y tener una forma propia de hacer tu trabajo. Yo creo que Fumaça [productora] es un gran ejemplo de eso, que no depende de nadie más. Logramos crear una relación, una comunicación social”.

La calidad del audio no puede descuidarse en ningún momento. Esto implica resguardar un excelente nivel durante todo el proceso de grabación y postproducción, considerando todas las pistas de audio, la voz narradora, los efectos y el diseño sonoro y musical:

“Los podcasteros tenemos un problema, nos oyen aquí [indica la oreja], eso quiere decir que el audio tiene que ser mucho mejor que el de la radio. La radio estamos acostumbrados a escucharla mientras vamos en el coche, con todo el sonido alrededor. Un enorme porcentaje de nuestras escuchas nos oye con unas cosas que cada vez son más sofisticadas y mejor hechas (...) Entonces debemos tener un cuidado en el audio, porque no somos radio”, enfatiza Carlos Puig, director de *Así como suena*.

A diferencia de los obstáculos, los cuales se enfocan mayormente en la dimensión económica, cuando se piensa en los desafíos del podcast narrativo independiente, estos se centran más en la innovación artística, en la institucionalización del sector independiente dentro de la industria del podcast, y en la construcción de comunidades de audiencias.

En definitiva, las estimaciones que hacen los productores sobre el presente y futuro deja varios aspectos interesantes de profundizar, como la innovación en los lenguajes y formatos; la relación, interacción y participación de los oyentes; la búsqueda y ensayo de un modelo de negocios, que permita financiar y monetizar sus historias; y la

preocupación por cómo está funcionando el mercado, tanto a la hora de capitalizar este tipo de historias como su forma de operar de las plataformas digitales.

Así concluimos un largo y poderoso itinerario de producción del podcast narrativo de no ficción independiente. Desde las narrativas sonoras, la producción, la estética sonora, la financiación y monetización hasta las formas de promoción, publicación, distribución y relación con los oyentes. Toda una cadena de valor, de producción y de vínculo con los receptores, que no había sido estudiada a cabalidad, menos en el podcast narrativo independiente. Ya valoraremos la contribución que se hace, en esta ruta, si recogemos los estudios iniciales de Bonixe (2006), Markmann (2011) y Millette (2011) sobre el podcast independiente hasta las investigaciones más actuales relacionadas al podcast narrativo de no ficción, centrado en las historias de vida y los modelos de comercialización que está cogiendo la industria del podcast a nivel global.

VIII. CONCLUSIONES

Después de analizar las dimensiones de narrativas sonoras, producción, estética, financiación y monetización; publicación, distribución y relación con las audiencias; y de conocer la percepción de los 25 entrevistados sobre la situación actual del podcasting independiente de su país y/o del continente, responderemos a cada uno de los objetivos planteados, relacionando los principales hallazgos con la discusión teórica y siguiendo el orden metodológico trazado.

El primero de los objetivos generales busca determinar el estado del podcasting narrativo de no ficción independiente en ocho países iberoamericanos, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Portugal; el segundo comparar las producciones seleccionadas de estos países, de acuerdo con las cinco dimensiones de análisis indicadas, y finalmente proponer una guía para la producción del pódcast narrativo de no ficción.

Los ocho países fueron seleccionados por el crecimiento significativo que registraron en la escucha de pódcast y por ser considerados como países relevantes en el principal informe mundial en la materia, como es *Digital News Report* (Newman et al., 2023; 2021). Este fue complementado con otras fuentes secundarias (Statista 2021, 2023d; IAB Perú 2021; Kantar Ibope Media, 2022 en Rivera, 2022) para validar más firmemente la selección. Definido aquello, se procedió a una segunda etapa de detección y elección de las 17 producciones de pódcast narrativos de no ficción independientes de la región, publicados entre 2020 y 2023, que tuvieron que seguir un estricto procedimiento de selección. Este fue dividido en tres etapas complementarias: sucintamente, los pódcast debían ser pódcast narrativos de no ficción e independientes a las empresas de medios y radiofónicas, y a las grandes productoras y plataformas de *streaming* de audio; segundo debían estar incluidos en el ranking de los 200 pódcast más escuchados en el ranking de Spotify de su país, dentro del periodo analizado; haber sido premiados, nominados o finalistas en algún festival o evento nacional o internacional, en la categoría de pódcast; y/o recomendados por algún especialista o fuente autorizada en la materia. Después de esto, los pódcast debían cumplir alguna de las modalidades de producción, relacionadas a temporadas y/o series, para ser seleccionados dentro de la

muestra (para más detalles revisar el capítulo 6 de Metodología, punto 6.3.1., correspondiente a la descripción general de los criterios de selección).

Así fueron escogidos *La segunda muerte del dios punk* y *Fugas*, de Argentina; *Praia dos Ossos* y *Até que se prove o contrário*, de Brasil; *Cartagena Federal* y *Un periódico de ayer*, de Colombia; *Relato nacional* y *El estallido de las cosas*, de Chile; *Brazaletes negro*, *La historia es ayer* y *Si no sabéis de mí*, de España; *Cuir* y *Así como suena*, de México; *Transhistorias de cuidados*, de Perú; y *Sons de Lisboa*, *Segurança privada: exército de precários* y *110 histórias, 110 objetos*, de Portugal.

Una muestra rica y diversa del podcast narrativo de no ficción iberoamericano, que presenta varias cualidades, tanto en su selección como en el análisis. Entre ellas que: a) 13 producciones corresponden al género narrativo documental y cuatro al *true crime* - un género que, por cierto, se entiende de manera muy distinta por los productores, en comparación con la tradición norteamericana, según destacaremos luego-, b) que los 17 podcast abordan temáticas con un enfoque social, desde la identidad cultural hasta el femicidio, entre otros tanto temas (ver Tabla N°11, en el punto 7.1.1 de los resultados), lo que revela que son productores comprometidos con la realidad social, para tratarla de una perspectiva crítica y/o novedosa respecto al periodismo tradicional presente en los medios de comunicación. Esto les ha valido, además de la calidad narrativa, técnica y sonora de sus producciones, que c) el 70% de los podcast estudiados haya obtenido algún premio o reconocimiento y el 30% restante, al menos, fuese nominado, recomendado o destacado como uno de los podcast del año, entre 2020 y 2023.

Otros aspectos de interés son: d) que las producciones utilizan otros subgéneros más allá de la entrevista: desde la ficción (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019) hasta la historia de vida (Lindgren, 2016), lo que enriquece y renueva las formas de contar. Las estructuras narrativas empleadas son mayormente la maestra episódica, aprovechando la serialidad que permite el podcast, y la clásica aristotélica, que es actualizada mediante el uso de otras herramientas y técnicas narrativas, como el “gancho” para atrapar al oyente y que la historia comienza por el final *-in extrema res-* para despertar la curiosidad por conocer los antecedentes y/o causas que llevaron a los personajes a tal o cual situación. Finalmente, otro atributo que podemos destacar es e) la calidad sonora de estas producciones, otorgándole un sello e identidad al podcast por la forma

“sonora” de contar. Para cerrar esta serie de cualidades generales de las 17 producciones seleccionadas destacamos la importancia que cobra el proceso de promoción, publicación, distribución y, sobre todo, de vinculación con los oyentes. Este aspecto en pleno desarrollo permite comprender el grado de participación, interacción y compromiso de la audiencia, lo que se expresa en encuentros virtuales y presenciales, a través de presentaciones en vivo o eventos en torno a la producción. Se construye, de esta forma, una comunidad en torno al podcast.

Una vez seleccionados los 17 podcast se aplicaron dos técnicas de recopilación de información que fueron las más apropiadas para cumplir los objetivos trazados: 1) la entrevista semi estructurada, como modo de obtener información de primera mano de los productores, coordinadores y diseñadores sonoros de todo el proceso de producción del podcast narrativo de no ficción, desde su concepción hasta su publicación y relación con su comunidad de oyentes. Con un cuestionario de 34 preguntas se dialogó con los productores para conocer toda la cadena productiva y de valor de su podcast. Al respecto, Hernández Sampieri et al. (2014) entiende que el investigador, a través de la entrevista, utiliza dos herramientas complementarias: la entrevista y la observación, de modo de poder adaptar la entrevista al diálogo que se está produciendo y entender que los datos son “filtrados” por el punto de vista que tienen, en este caso, los productores. En efecto, las 25 entrevistas rondaron, en su mayoría, las cuatro horas de conversación, en dos sesiones, debido al extenso cuestionario. Esto permitió coger confianza con los entrevistados y darles una pausa para poder reflexionar sobre los temas y preguntas de cara al segundo encuentro. Por otra parte, el entrevistador pudo revisar los contenidos tratados y evaluar la profundidad con la cual se trataban los temas. Esta serenidad y confianza posibilitó que los entrevistados pudiesen enviar después información complementaria sobre el podcast, como métricas, imágenes, audios y otros recursos, que fueron muy útiles para construir un relato consistente sobre cada podcast analizado.

La entrevista semi estructurada, como técnica de investigación, se complementó con la escucha, registro y análisis de 103 episodios seleccionados de los 17 podcast, mediante una ficha con 30 variables consideradas. Respecto a las cualidades que tiene el audio, como objeto de estudio, Rodríguez Reséndiz (2022) señala que éste cobra valor cuando

se incorpora a un archivo sonoro, tanto para su investigación como para su puesta en acceso reuniendo en sí cuatro características: contenido, estructura, contexto, y fijación en un soporte analógico o digital. Piñuel (2002) resalta, en este sentido, que estos productos comunicacionales pueden ponerse a prueba, tanto en sus condiciones como en la forma en que han sido creados y usados. Brennen (2017) destaca el valor que tiene el lenguaje, tanto de la entrevista como del audio como objetos de estudio, ya que nos esforzamos “por comprender las tradiciones, contextos, usos y significados de palabras, conceptos e ideas” (p.15).

Así, el análisis de contenido de los 103 episodios, en base a la ficha de análisis, y el procesamiento de las entrevistas realizado a través del programa Atlas.ti, permitieron conocer la situación actual del podcast narrativo de no ficción independiente de Iberoamérica, y comparar las distintas dimensiones que tiene el proceso de creación, producción y publicación de esta modalidad de podcast.

8.1. Narrativas sonoras

En relación con el Objetivo Específico N°1 (OE1), que busca “analizar las narrativas sonoras que son utilizadas en este tipo de podcast y el grado de apropiación e innovación en comparación con los géneros radiofónicos” advertimos varios aspectos de interés:

Primero, las temáticas que abordan estos podcast narrativos de no ficción son muy sociales, las que van desde el escrache virtual hasta el femicidio; desde lo documental hasta el *true crime*, entendido en una acepción distinta a la clásica versión norteamericana, según destacaremos en breve; desde las narraciones históricas, a propósito de la violencia de Estado en América Latina, como retrata *Fugas*, de Argentina y del conflicto armado en Colombia, en los podcast *Un periódico de ayer* y *Cartagena federal*, hasta las narrativas más personales, basadas en la historia de vida de un personaje significativo, como en *Relato Nacional*, de Chile, *Transhistorias de cuidados*, de Perú, y *Si no sabéis de mí*, de España, entre otros.

Rodríguez Ortiz (2022), autor de esta investigación, hizo una aproximación al podcast social entendido como “aquel contenido de audio producido por colectivos, asociaciones, movimientos sociales, medios alternativos y podcasters independientes”

(p.248), que está fuera de los grandes medios y corporaciones, e incluso en contradicción con ellos. A raíz de los resultados de la investigación, este concepto de pódcast social puede ampliarse y enriquecerse, ya que los podcasters independientes se han agrupado en productoras autónomas para desarrollar este y otros proyectos futuros, de manera de rentabilizar sus producciones mediante la realización de pódcast de marca o *branded pódcast*, por ejemplo (Ver subapartado 8.4). En efecto, estos pódcast narrativos de no ficción se agrupan en 14 productoras, dos medios de comunicación independientes (A mensagem, de Portugal, y la coproducción entre Panenka Podcast y Radio Primavera Sound, de España) y un colectivo, que realizó *Transhistorias de cuidados* del Perú. Junto con valorar la libertad editorial y de creación de sus pódcast, estas productoras se insertan en el ecosistema del audio y del entretenimiento buscando tanto financiar como monetizar sus proyecciones a través de diversas estrategias. El retorno que reciben lo invierten en sus pódcast originales, cuando sobre todo la temática, y luego el enfoque, no son financiables o cuesta mucho que un patrocinador los apoye. El caso más prototípico de ello es *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina, cuando los productores sostenían que el financiamiento fue “cero”, ya que hablar del suicidio y de un músico callejero de la ciudad de Rosario que habría sido víctima del escrache, no lo financia nadie. Aun así alcanzó un éxito increíble y logró, entre otros tres reconocimientos, el Premio Gabo 2022 en la categoría de audio.

Con todo, las temáticas son variadas y se inscriben en una tradición de 10 años del pódcast narrativo de no ficción desarrollado a través del *true crime* y del documental. Ambos están basados en hechos reales pero con tratamientos específicos, que tienen que ver primero con un crimen y las causas que los envuelven, mientras que en el segundo el nudo central gira en torno a la historia de vida de un personaje o un hecho puntual que merece la pena ser conocido (ver más adelante, en este subapartado, la referencias a las estructuras narrativas de estos pódcast).

En el caso específico del *true crime*, que ha tenido un *revival* a través de las series audiovisuales y del pódcast, si bien se considera un género difícil de definirlo (Boling, 2019), son crímenes reales pasados que son examinados y contados con una dosis no menor de sensacionalismo (Romero, 2020). En contraste con aquello, Sherrill (2022) ha planteado un enfoque distinto al clásico *true crime*, en sintonía con lo que plantean

entrevistados, como Sebastián Ortega, de *Fugas*, de Argentina, y Branca Vianna, de *Praia dos Ossos*, de Brasil, respecto a buscar una identidad propia del *true crime* latinoamericano. Sherrill (2022) destaca que pódcast sucesores de *Serial*, como *Undisclosed*, que trata sobre condenas injustas en Estados Unidos (2015-2022) y *Suspect Convictions*, que investigó dos crímenes reales en Heartland, o Medio Oeste de Estados Unidos (2017-2018), critican al género e invierten el orden de víctimas y victimarios al conceder a personas negras, pobres y LGBTQIA+ el lugar de víctimas que nunca han tenido como marginados de la sociedad. Coincidiendo con esta postura, *Fugas* le da voz a guerrilleros en contra de las dictaduras latinoamericanas y que estuvieron presos por esta condición, mientras *Praia dos Ossos* aborda el femicidio de una mujer de la alta sociedad brasileira, en cuyo caso se logró muy tarde hacer justicia contra su asesino. Si bien, al menos productores de 10 pódcast reconocen como referente la cultura norteamericana, para la construcción del guion y estructurar la historia, también es cierto que, como plantea Sherrill, que invierten el orden de la historia y de los personajes, para contarla desde otro ángulo o perspectiva.

Como segundo punto, el concepto de “pódcast narrativo de no ficción” es mucho más rico, amplio y diverso, como hasta ahora se ha entendido, tanto a nivel de clasificación general (Observatorio Ivoxx, 2023; Pedrero Esteban et al., 2023; Podcasteros, 2022; Podcasteros 2017), como en los subgéneros que contiene (Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023). En efecto, estos autores reconocen, al igual que Santos y Peixinho (2019), que no es fácil una categorización, clasificación o sistematización de los tipos de pódcast y del pódcast narrativo de no ficción, ya que los límites son fluidos y porosos por lo que no es fácil establecer fronteras o definiciones claras de cada una de las modalidades. Aun así, dentro de las escasas contribuciones en este sentido, Pedrero Esteban y Martínez Otón (2023) entienden el pódcast narrativo en sus variantes *daily* o informativo diario, el reportaje, el documental, el *true crime* y el ensayo sonoro. Sin embargo, esta clasificación es insuficiente, ya que los pódcast narrativos de no ficción no se corresponden con un subgénero en específico, sino que con varios. Según el análisis de resultados, de los pódcast 13 podcast narrativos que son documentales (76,4%) y cuatro que son *true crime* (23,6%), los subgéneros que utilizan estos son variados: la entrevista se irgue como el subgénero por excelencia en el 93% de los casos,

después el documental (59%), la crónica (42%), el paisaje sonoro (24%), el ensayo sonoro (14%), la ficción (10%) y el reportaje (7%). A excepción de cuatro podcast -*Brazaletes Negro* y *Si no sabéis de mí*, ambos de España, *Transhistorias de cuidados* de Perú y buena parte de *Relato Nacional*, de Chile- que utilizan la entrevista como género único, los 13 podcast restantes emplean dos o más de aquellos subgéneros para contar la historia.

Sin contar los recursos, técnicas y herramientas que usan, el análisis de las historias da cuenta de una variedad de géneros, tanto de realidad como de la ficción (López Villafranca, 2021) y de la experimentación, a propósito del ensayo sonoro. Resulta sorprendente que los podcast narrativos de no ficción no utilicen el reportaje como género, a excepción de *Segurança privada, exercito de precários*, de Portugal, cuyo productor Pedro Santos, considera que es uno de los géneros más importantes empleados en este podcast. Es decir, la tradición del reportaje sonoro que se reconoce tanto en la tradición española (Legorburu, Edo y García González, 2021) como en Europa del Este (Bialek, 2014), que se emparenta eso sí con el documental sonoro o *feature*, está escasamente presente en estas producciones, tanto en el análisis de los podcast como en la clasificación que aportan los entrevistados. Estos denominan su podcast, dentro del macrogénero de no ficción (Pedrero Esteban et al., 2023) ya sea *true crime*, crónica o documental o narrativo, lo que da cuenta de la hibridación del podcast narrativo de no ficción independiente con otros géneros más antiguos, provenientes de otros campos, como la literatura, el mundo audiovisual o el periodismo. Esto a propósito del arte de contar historias o del *storytelling*, cuyo origen y evolución lo analizamos detenidamente (Santos y Peixinho, 2019), al igual que la tradición del *true crime* (Sánchez Esparza et al., 2023; Sherrill, 2022; Hardey y James, 2022; Romero, 2020) a 10 años del éxito del género narrativo de no ficción con *Serial* (2014) y su uso dentro del podcast (López Villafranca, 2021; Pedrero Esteban y Martínez Otón, 2023).

Dentro de las herramientas clave, y que es parte constituyente hoy del podcast narrativo de no ficción, está el narrador o narradora de la historia. El narrador es utilizado en los 17 podcast estudiados, sin excepción, aun cuando en *Cuir*, de México, este tenga una presencia mínima pues privilegia las voces de los protagonistas. El narrador es clave pues no solo es “escritor, intérprete y guía” (McHugh, 2022, p. 18), sino que también es quién conecta con la audiencia, a través de su voz, de su relato, de su relación con los

personajes para lograr tanto intimidad (Lindgren, 2023) como incorporar al oyente como un co-investigador (Spinelli y Dann, 2019). Además del narrador, el archivo sonoro como herramienta se utiliza en la mitad de los casos, lo que releva la importancia de la investigación social y periodística que está detrás (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019).

Mientras las historias de vida, y la recreación y dramatización, como recursos ficcionales, están presentes en un 20% de los podcasts. La historia de vida como narrativas personales (Lindgren, 2016) ha cobrado fuerza por la cercanía, honestidad, intimidad que se logra cuando se conoce el relato de vida, de tal o cual protagonista. Esto otorga veracidad, identificación con el oyente y una mayor inmersión en la historia. En cambio, los géneros de ficción permiten contar no solo de manera creativa, como ocurre ejemplarmente en el caso de *El estallido de las cosas*, de Chile, sino también acudir a ella cuando no tenemos registro de ningún tipo para contar tal o cual hecho que necesitamos integrarlo a la historia (Rodríguez y Godínez, 2020).

En relación con las estructuras narrativas, los productores reconocen que éstas están supeditada a la historia, y sobre todo a mantener la atención del oyente. Sin estructura no hay historia posible de ser contada, como sostiene Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de la productora La No Ficción, de Colombia, para quien si no se logra llegar a la estructura adecuada la historia va a fallar. En más del 80% de los casos, las estructuras maestra episódica (49%) y la clásica aristotélica (32%) son las más usadas por los productores. En el primer caso, se aprovecha la serialidad del podcast para desarrollar subtramas en cada episodio, que contribuyen a la trama general, mientras la estructura tradicional se renueva y actualiza a través del uso de recursos y técnicas narrativas complementarias, lo que le da un *refresh* a la forma de contar. El “gancho” inicial que ocupan para cada historia se mezcla con las técnicas literarias de *ab ovo*, *in media res* e *in extrema res*, destacándose esta última como un elemento dinamizador para atraer al oyente y despertar su curiosidad para saber qué pasó para que la vida del personaje llegara a ese punto. Otros recursos utilizados, que se pueden reconocer en el análisis de la estructura son las técnicas narrativas del *racconto* (recuerdo extenso) y el *flash back* (recuerdo breve), principalmente. Estas técnicas se usan como estrategias para contar de acuerdo con la historia que se está contando y la estructura que quieren darle los productores, como una muestra de la relación entre el podcast y el periodismo,

como plantea Eugenia Cabral, quien fuera vicepresidenta de la Asociación de Podcasters de Brasil (2021-2022) (López Linares, 2022, octubre 3). Aunque están presentes estas técnicas en algunos casos, estas no son preponderantes, aun cuando tienen un valor como estrategia complementaria para estructurar el relato.

Sobre la base de esto podemos contribuir con una definición más actualizada de lo que es el podcast narrativo de no ficción: Estos se entienden como proyectos periodísticos (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019) de largo alcance, gracias a la serialidad, o son una expresión de los podcast periodísticos (Pedrero Esteban, 2022, enero 18). Se inscriben dentro de la vertiente del *slow journalism* (Greenberg, 2015; Neveu, 2016; Rosique y Barranquero, 2015) o *slow radio* (Santos y Peixinho, 2019), ya que abordan los temas en profundidad aunque sin la premura de un *daily* o de la inmediatez de la radio. Utilizan diversos géneros que provienen tanto de la tradición radiofónica de los géneros de realidad como de los de la ficción, junto con probar fórmulas más experimentales, vinculadas al ensayo sonoro y otros géneros más artísticos, como el *feature*. Pueden utilizar herramientas y técnicas, como la presencia del narrador/a o presentador (Gutiérrez, Sellas y Esteban, 2019), que es un factor decisivo del éxito de la historia. Mientras la objetividad matizada, de la que hablaban Santos y Peixinho (2019) para referirse a proyectos de podcast de no ficción en el que los narradores desarrollan enfoques subjetivos y personales, se expresa de otra manera: en el 66% de los casos investigados son heterodiegéticos, es decir, que son objetivos para investigar y contar la historia y en el 29% homodiegéticos. Aun cuando esa subjetividad está dada por ser un género de autor, que elige el tema del cual se va a hablar, el enfoque con el cual se aborda, y la relación que establece con el oyente. Existe, en este sentido, un consenso entre los entrevistados por mantener una ética periodística, que sea respetuosa de los testimonios de los entrevistados y de la veracidad de los hechos contados, incluso incorporando el *fact checking* que hacen equipos especializados dentro de la producción, como por ejemplo en *Praia dos Ossos* de Brasil y *Segurança privada, exército de precários*, de Portugal. Así también se resguarda tanto la independencia editorial y creativa, como la dimensión política que define a algunos podcast como *Fugas*, de Anfibia podcast, de Argentina.

Finalmente un podcast narrativo puede tener un potencial transmedia sorprendente, que, en base a estos 17 casos, está lejos de ser explorado como se debiese, ya sea por los costos que puede involucrar como por el trabajo que está detrás. Esto puede darse dentro del mismo proyecto de podcast como por la venta de derechos de autor de la producción. Una de las producciones que mejor ha desarrollado aquello es *Praia dos Ossos*, de Brasil, cuyo sitio web obtuvo el premio CLAP al mejor diseño en 2021, ya que contiene en sí un esfuerzo *cross* y *transmedia* por “ampliar” la historia a través de más recursos para el oyente, como galería de imágenes reales asociadas al capítulo, transcripción del episodio, inserción del vídeo de youtube de cada episodio en el micrositio, etc. Mientras que en 2024, después de un largo proceso, HBO Max estrenará la serie inspirada en el podcast sobre el asesinato de Ângela Diniz, en 1976.

La construcción de las narrativas sonoras comienza así con las motivaciones e intereses de los productores para elegir tal o cual historia hasta el arco narrativo y el tratamiento que se le da a los hechos reales investigados, cuyo relato es modelado por el narrador quien ha sido testigo privilegiado de la historia y ha seguido de cerca la vida de sus personajes.

8.2. Producción

En relación con el Objetivo Específico N°2 (OE2), que busca “describir las formas de producción de estos podcast narrativos” encontramos los siguientes hallazgos:

Como advertíamos en la discusión teórica de que si bien existen pautas, recomendaciones, consejos, sobre el periodismo sonoro o *audio journalism* (Kern, 2008) y algunos libros manuales que recogen las discusiones y experiencias profesionales sobre el hacer del podcast (Izuzquiza, 2019; Nuzum, 2019), no hay una sistematización de la producción de un podcast narrativo de no ficción. Más todavía si la práctica ha pasado de la desprofesionalización (Berry, 2016) a la profesionalización, de una forma más organizada, integrada, multitarea y especializada, que se expresa en los 17 podcast estudiados. Este proceso de institucionalización que vemos en el podcast narrativo de no ficción iberoamericano se expresa vivamente en las producciones brasileñas y portuguesas, que superan con creces los equipos de producción más reducidos del resto de los países. Estos podcast seleccionados en lengua lusófona, a excepción de *Sons de*

Lisboa, son altamente especializados y se asemejan a equipos de producción cinematográfica o audiovisual, como se puede valorar en sus fichas técnicas. En *Praia dos Ossos*, por ejemplo, el equipo llega a estar conformado por más de 40 personas, desde la presentadora, guionista, dirección ejecutiva, transcriptores, hasta apoyos en la producción. Los hallazgos en esta dimensión son un buen punto de partida para describir y después explicar en profundidad los procesos de producción de esta modalidad de pódcast de no ficción.

A propósito de la conversación con productores estadounidenses, europeos y australianos de documentales hace casi una década, McHugh (2016) destacaba la importancia que cobra la producción de un pódcast, más aún en un pódcast de este género, como señala Avilés (2022).

Si bien existe consenso entre varios autores, como Pagella (2018), Izuzquiza (2019), Nuzum (2019), McHugh (2022) sobre las fases de preproducción, producción y postproducción que componen un pódcast, tanto la evidencia que arroja este estudio como algunos productores, como López (2023, abril 3) y Guimarães y Azoubel (2022, septiembre 2), resaltan que la divulgación del pódcast es fundamental como parte del proceso productivo. Esta divulgación la entenderemos como la promoción, publicación, distribución y relación con las audiencias del pódcast, como una fase compleja y demandante para los profesionales que asumen esta tarea, ya que involucra a periodistas, diseñadores, ilustradores, productores, *community manager*, etc., para garantizar el éxito del producto final.

De acuerdo con el estudio de los 17 pódcast narrativos de no ficción independientes de Iberoamérica, podemos reconocer etapas, roles y funciones específicas. Aunque algunas tareas se traslapen o deban ser asumidas por una misma persona, en la práctica la producción de esta modalidad de pódcast se ha complejizado y profesionalizado, por más que se entienda como un trabajo horizontal y colaborativo entre los distintos miembros del equipo de la productora independiente.

La preproducción es clave para la elaboración de un pódcast. Este comprende el tema que se va a tratar, el público objetivo y el impacto que pueda alcanzar, la investigación preliminar, la definición del equipo, el arco narrativo provisional y una maqueta del

diseño sonoro, como también los plazos de investigación, producción, postproducción, publicación. Es decir, no solo es el punto de partida sino que de llegada y de salida del pódcast, de modo de tener todo el mapa de la producción de la serie de audio.

La fase misma de producción, según lo mismos entrevistados, implica una ardua labor también, ya que considera desde la investigación – en terreno principalmente- hasta el guion y la grabación de voces, como la del narrador o narradora. Como se están investigando hechos reales, el trabajo de investigación en terreno cobra mucha importancia, pues una crónica, un paisaje, una entrevista, un ambiente y un sonido en particular solo pueden ser registrados *in situ*. Por ello algunos productores como Branca Vianna, de *Praia dos Ossos*, de Brasil, o Nancy Castillo, de *Relato nacional*, de Chile, destacan que el registro debe hacerse en todo momento sino antes o después de la entrevista, como es registrar el ambiente del lugar donde se produce la conversación con la o el entrevistado, o un sonido que sea característico de ese espacio, de modo de que pueda quedar mejor grabado y usado para efectos de postproducción.

Con respecto al guion, la mayoría de los entrevistados afirma que este se hace una vez que se tengan todas las fuentes recolectadas (entrevistas realizadas, archivos sonoros, documentos que se necesiten recrear después, etc.) como los subproductos, ya sea una crónica o un paisaje sonoro, debidamente grabados o listos para grabarlos en el caso de la crónica. Vale decir, hay un trabajo inductivo en la elaboración del guion, durante el cual se termina por definir el arco narrativo que se había diseñado provisoriamente. A raíz del trabajo colaborativo que se da al interior de las productoras independientes, el guion se socializa con parte o todo el equipo, con el objetivo de enriquecer el texto desde las distintas áreas de la producción, y sobre todo de pensarlo y proyectarlo sonoramente. Que funcione el guion garantiza, en buena parte, que el pódcast logre un buen resultado con las audiencias.

En relación con tercera etapa de postproducción se requiere tener todo el material grabado, lo que permitirá editar todas las pistas, hacer el montaje y la masterización de todo el audio, cuya primera versión y sucesivas pasan por una estricta revisión del productor y del equipo, según sea el caso. Se ajustará el guion, se incluirán nuevos documentos sonoros, se volverá a grabar tal parte o fragmento de la narración, hasta que el episodio quede perfecto para ser estrenado. Esta idea y vuelta de las distintas

versiones de un capítulo es un proceso que puede ser breve o tan largo como sea. En efecto, una frase que no haya quedado bien locutada o que a último momento se pudo grabar a una entrevistada, quien no había querido hablar o no había sido posible tener su testimonio, puede retrasar este proceso más de la cuenta. Con todo, se entiende que esta fase de postproducción apunta no solo a un aspecto técnico sino que es aquella etapa en la que se materializa el podcast y este cobra un sentido narrativo, estético y sonoro como producción.

En relación con los tiempos productivos y cuánto dura cada podcast, estos son variables y se diferencian entre las producciones, incluso dentro de ella misma, ya que para un episodio se puede gastar el doble de tiempo en producirlo, que otro de la misma serie. Algunos productores indicaron que, en algunos casos, en un episodio pueden tardar dos semanas, mientras que en otro uno a dos meses. Todo dependerá de la complejidad del tema abordado, del acceso a las fuentes, de los recursos económicos y técnicos, y de la forma de producir de cada productora independiente, pues en los podcast originales se puede tomar el tiempo necesario, como señala Marcus Hurst, de *La historia es ayer*, de la productora El extraordinario, de España. Mientras en otros casos, el hacer el podcast se traslapa con otras tareas, por ejemplo, en el caso de Producciones del KO de España, que además de podcast realiza series audiovisuales. Además la producción es tan compleja que, a veces, no se tiene un episodio listo y en paralelo se está haciendo el siguiente, como cuenta el mismo Hurst. Se estima que la producción de un podcast narrativo de no ficción, sobre la base de los 17 podcast estudiados puede durar entre seis meses y dos años, mientras los tiempos promedios de los episodios analizados de cada podcast oscilan entre casi 10 minutos, en el caso de *La segunda muerte del dios punk*, de Erre Podcast, Argentina, y una hora de *Segurança privada, exército de precários*, de Fumaça, de Portugal. Más del 40% de los episodios de podcast duran en promedio 30 minutos, en directa proporción con lo que se espera de un podcast de “noticias” documental, como lo clasifica el informe 2023 de *Digital News Report* en su análisis de los *news podcast* (Newman et al., 2023) y tal como Morton (2022) entiende los podcast narrativos de no ficción: generalmente menos de 30 minutos.

Considerar la producción de un podcast narrativo de no ficción involucra hoy su promoción, publicación, distribución y relación con los oyentes, de lo contrario el

pódcast no está resuelto como proyecto. Si bien abordamos como una dimensión específica estas distintas subetapas, esta fase es parte clave de un pódcast para que se integre al ecosistema sonoro digital, aun cuando esto implique, en el caso de la promoción específicamente, producir contenidos nuevos o complementarios para difundir el pódcast por redes y/o medios.

Varios de los pódcast han optado por destinar personal a las tareas de promoción, publicación, distribución y *community manager* del pódcast, como explicaba Juan Serrano de *Un periódico de ayer*, de Colombia. Así, el trabajo en redes sociales, desde Facebook hasta Tik Tok, hoy en día, se convierte en un instrumento útil de la comunicación digital masiva para abrirse paso entre audiencias potenciales del pódcast, como también generar espacios de interacción virtual con la comunidad de oyentes. Además de la publicación en plataformas y promoción por medios y redes sociales, algunos equipos han explorado en formatos en vivo para difundir el pódcast, lo que van desde la puesta en vivo de un episodio, como lo ha hecho *Brazalete Negro*, de España, o una *performance*, en el caso de *Fugas*, de Argentina.

Las productoras independientes han avanzado hacia una institucionalización de la producción, con roles y tareas cada vez más especializadas y que son propias del campo periodístico y audiovisual, ya que la mayoría son periodistas, comunicadores sociales y/o audiovisuales. A pesar del esfuerzo por la división de roles y de las etapas del proceso de producción, muchas veces estas se mezclan, se traslapan o se entrecruzan a causa de la horizontalidad y trabajo colectivo que propugnan los productores autónomos. Aunque esto también se debe no solo a una “filosofía” de la producción independiente sino que responde a que muchos pódcast de esta modalidad se sacan a “pulso”, con escasos recursos y equipos muy reducidos.

Mientras, la promoción del pódcast implica el diseño de una estrategia previa, que involucra producción de contenidos textuales, visuales, audiovisuales, etc., tanto para el sitio o subsitio del pódcast dentro de la web de la productora, plataforma principal y agregadores, redes sociales, medios de comunicación, y eventos o encuentros virtuales o presenciales con la audiencia o comunidad del pódcast.

8.3. Estética sonora

Otra dimensión en la que este estudio contribuye es a la comprensión de la estética sonora del podcast, cuyo término prestado de Godinez (2016) envuelve mucho mejor el diseño sonoro y musical, que se hace para una producción de este tipo.

En relación con el Objetivo Específico N°3 (OE3), que persigue “examinar las estéticas y diseños sonoros que proponen estos podcasts” podemos reconocer los siguientes hallazgos:

La historia, el narrador, los sonidos, el arte, el guion, la estructura y los personajes tienen un lugar destacado en el podcast narrativo de no ficción, plantea McHugh (2022). Este arte no es otro que la mezcla del nivel narrativo-textual, que podemos apreciar y rescatar por cierto del radioteatro (Iges, 1997), con un nivel imaginativo visual (Balsebre, 2004) que permite el mensaje sonoro. Sin embargo, estas posibilidades que tiene el mensaje auditivo y radiofónico han sido desaprovechadas por la radio, sostiene Balsebre (2004). Así esta función estética y expresiva que tiene el medio radio se han vuelto a revalorizar, tanto a través de los podcasts narrativos de ficción como los de no ficción. De la crítica a la radio y con la idea de recuperar esa estética creativa del mensaje radiofónico de la ficción (Rodero, 2005) y del radioarte como posibilidad (Camacho, 2007; Rodríguez Ortiz, 2021), pueden establecerse puentes con esta modalidad de podcast, pues existen enormes posibilidades para fomentar la creación de una estética sonora a través de la narración de no ficción. La revitalización del género del radioteatro (Volpini, Ruiz y Ortiz Sobrino, 2020; Rodríguez y Godinez, 2020) ha planteado un análisis que permite hacer cruces y valorar las herramientas sonoras de la ficción para un uso cuidado y consciente en el podcast narrativo.

Aunque son exiguas las investigaciones sobre el diseño sonoro en el podcast, en general, y en el podcast narrativo de no ficción, en particular, los hallazgos permiten delinear estudios posteriores para profundizar en la concepción del diseño, su relación con el guion y con el oyente, el diseño musical, y las funciones que tienen los recursos sonoros y musicales dentro del podcast, entre otras aristas posibles. Uno de los que más ha explorado en esta línea es Godinez (2016), en cuanto a valorar la forma estética que asume la obra, sobre todo en el documental sonoro: esta forma estética se expresa en

cómo el autor concibe la producción y cómo se concreta, buscando la emocionalidad y creatividad del oyente, junto con su inmersión en la historia.

Las entrevistas con los productores y algunos diseñadores sonoros de los podcast permiten reconstruir el proceso de creación de la sonoridad y de los elementos que consideran para diseñarla, cuyo proceso comienza, como vimos en la dimensión de producción, una vez que se tiene definido el proyecto de podcast. Sin embargo, el tiempo y los recursos para grabar o postproducir, como también para elaborar un diseño musical que sea más diegético, en relación con un guion pensado para aquello, dificulta la tarea. En efecto, las producciones analizadas escasamente van en esa dirección, ya sea consciente y/o planificada. Solo *Así como suena*, de la productora independiente Puro Contenido, de México, está apostando recientemente por ello, a través del Dolby Atmos, como herramienta de postproducción inmersiva.

La construcción sonora y estética del podcast de no ficción corresponde a una etapa importante de la producción. Varios entrevistados reconocen que destinan a una o más personas, para dedicarse casi exclusivamente a tal trabajo, cuyo rol es creativo y no solo técnico, ya que se crea, produce y ejecuta el diseño sonoro de acuerdo con las necesidades de la historia y de cómo la conciben los productores sonoramente. Esta dimensión, que involucra desde la calidad del sonido hasta cómo se busca la conexión con el oyente, muestra signos de maduración dentro de la producción de podcast. Esta se aproxima a la creación audiovisual cinematográfica, cuyos referentes se encuentran en la producción norteamericana, como destaca el diseñador sonoro Bernardo Afonso, de *Segurança privada, exército de precários*, de Portugal.

En definitiva, la estética sonora, que se compone de todos aquellos elementos que suenan en el podcast, desde la voz hasta la música, se diseña en función de la relación auditiva que se busca establecer con el oyente. Esto se logra a través de la historia que se está contando y en la forma sonora que se hace.

Si bien existen décadas de estudio del sonido, no hay aún cruces específicos con el podcast. Schaeffer (1996), Chion (1999) y Chalko (2014), como veíamos en la discusión teórica, son iluminadores respecto al análisis del sonido en su dimensión acústica y emocional. La musicalidad, específicamente, se construye sobre la base de aquello que

queremos provocar en el oyente, de acuerdo con un contexto determinado, tanto histórico como de escucha de parte del oyente, para estimular el código imaginativo visual (Balsebre, 2004).

La música para el podcast es fundamental para la ambientación de las historias (Cazalla, noviembre 27, 2022), ya que le da identidad sonora al podcast (Méndez, 2021, agosto 24) y le otorga sentido narrativo y estético. Si bien en los 17 podcast estudiados la calidad sonora es buena a muy buena en el 93% de los casos y el 52% tiene diseños musicales propios, la función que cumple la música principalmente es incidental (79% de los 103 episodios analizados). Aun cuando el presupuesto, como advierten Hurts, de *La historia es ayer*, de España, y Afonso, de *Segurança privada, exército de precários*, de Portugal, es determinante, además de las restricciones legales y económicas para acceder a música licenciada ad hoc a los podcast que se están produciendo, los podcast narrativos de no ficción estudiados todavía tienen mucho hacia donde avanzar. El punto de destino sería crear diseños musicales propios, diegéticos e inmersivos, de modo de lograr un diseño sonoro de un podcast de no ficción, que se haga eco de la experimentación, intimidad, interacción y complicidad del oyente futuro. Es interesante, para cubrir tanto esta necesidad estética como la falta de recursos, que algunos productores se vinculen con artistas amigos, emergentes y/o independientes, pues es un terreno en que los músicos y las productoras de podcast pueden retroalimentarse perfectamente. La integración sonora y musical sigue siendo un desafío, tanto creativo como de estudio, ya que muchos productores de podcast narrativos de no ficción vienen del periodismo y la comunicación; y no de la música o el sonido, por lo que hay un campo interesante para explorar, crear e investigar. Más aún si este ámbito toma un cariz propio, ya que más que una banda sonora lo que necesitan los podcast son momentos, fragmentos, acordes, sonidos particulares, etc., que pueden estimular formas específicas de producción musical para el formato.

Un aspecto que puede mejorar, y que contribuye a este desafío, es la calidad sonora de las producciones. Todavía existe un margen de 34% (29% calidad buena y 6% regular) de mejora para que la calidad de escucha a través de los auriculares sea un sello distintivo en la era del podcast. Aun cuando los sonidos “sucios” tienen sentido si se busca la “naturalidad” dentro de una producción pensada con sonidos o ambientes naturales, o

entrevistas “en el lugar de los hechos”, las herramientas de grabación en alta calidad existen para estos espacios y se puede plantear como una inversión a mediano o largo plazo dentro de la productora.

En este sentido, el podcast narrativo de no ficción, que está basado en hechos reales, sienta sus bases sonoras en la realidad investigada o reportada: ambientes naturales, sonidos únicos, paisajes sonoros, escenarios en los que se mueven los personajes (su casa, trabajo, el campo, un sitio específico, etc.) cuyo registro toma calidad sonora y sentido estético en la postproducción. El diseño sonoro que ha sido un sello de “calidad” en el podcast chileno *Las Raras* se ha planteado como un referente por la cuidada estética del sonido que tienen, con mucha base en los paisajes sonoros. Esto se ha expresado también en los podcast investigados, desde *Praia dos Ossos*, de Brasil, pasando por *Cartagena federal*, de Colombia, y *Sons de Lisboa*, de Portugal, hasta *Relato nacional*, de Chile, que aprovechan los momentos de producción para capturar y registrar los sonidos en “bruto”, tal cual se producen, como también grabarlos una vez terminada la entrevista para tenerlos en una pista única y en mejor calidad. También estos espacios de producción sonora se pueden completar en el estudio, con los *foley*, cuando se requiera recrear o inventar algún sonido en específico, todos cuyos recursos cobran sentido en el guion y en la etapa de montaje y *mastering*.

De acuerdo con los resultados, un 88% de los recursos sonoros son utilizados con una función descriptiva, un 40% narrativos y un 5% decorativo, en un universo de respuestas múltiples. Si bien se puede avanzar mucho más en el uso narrativo de los sonidos, al igual que la música diegética, los productores reconocen que no quieren caer en obviedades sino que buscan insinuar a través del diseño sonoro, como sostiene Aitor Lagunas de *Brazalete negro*, o un diseño sonoro que se convierte en una experiencia; una experiencia cinematográfica, como lo entiende Juan Serrano, de *Un periódico de ayer*, de Colombia.

El diseño sonoro le da identidad sonora al podcast, de acuerdo con una estética en la que cada voz, música, sonido, silencio es pensado desde la historia guionizada hasta su completa materialización en la edición, montaje y masterización. La música y los recursos sonoros, como las funciones que tienen, pueden evolucionar aún más hacia un estado diegético y narrativo respectivamente. Esto se logra con más recursos, con

guiones aún más trabajados, con un trabajo muy mancomunado entre productores y diseñadores sonoros, y con el uso de herramientas de grabación y postproducción que fomenten la intimidad, conexión e inmersión del oyente.

8.4. Financiación y monetización

En relación con el Objetivo Específico N°4 (OE4), que busca “determinar las estrategias o modelos de financiación y monetización que tienen estos podcast independientes”, los hallazgos son los siguientes:

Tal como veíamos en la discusión teórica, la pregunta por la financiación, en sentido general, y la monetización, de manera específica, debe considerar cómo funciona el mercado y las plataformas de *streaming*, las audiencias del podcast, las estrategias de financiación y rentabilidad, y el lugar que le cupe a los oyentes para apoyar estas producciones, en un ecosistema en constante transformación. Los problemas mayores que enfrentan las productoras independientes de podcast narrativo de no ficción, en este caso, son cómo encontrar financiamiento para temáticas sociales, que pueden ser incómodas para algunos financiadores, como el suicidio, el femicidio, la vida de personas trans, víctimas de violaciones a los derechos humanos, corrupción del estado, etc., entre otros temas que abordan los 17 podcast estudiados.

Segundo, esta modalidad de podcast requiere una gran inversión económica para concretarlo, en al menos seis meses de trabajo, según los podcast analizados. Esto involucra varios gastos en recursos humanos, como investigadores, productores, guionistas, diseñadores sonoros, postproductores de audio, etc. Es decir, una larga cadena de actores, que contribuyen con su trabajo de manera creativa, artística, técnica, productiva y comunicacional, etc.

Tercero, la búsqueda de rentabilidad, a través de la publicidad ha sido esquivada para esta modalidad de podcast narrativo, toda vez que los resultados demuestran que la monetización es escasa o inexistente. A raíz del estudio de podcast emergentes latinoamericanos, siendo varios de ellos narrativos de no ficción, los productores independientes requerirían formación financiera para emprender este tipo de proyectos, según Rojas Torrijos et al. (2020). Esto podría ser una alternativa para potenciar a las productoras, ya que los realizadores son en su mayoría periodistas y

comunicadores sociales y audiovisuales, sin competencias financieras para desarrollar un modelo de gestión sostenible.

Cuarto punto. Después, viene el proceso de promoción hasta la relación con las audiencias del pódcast, que es una etapa desafiante y permanente en el tiempo, hasta que se termine la serie completa o las temporadas que se realicen. Además, es una fase productiva en cuanto a contenidos, los que son especialmente diseñados para las redes sociales y medios, y también para encuentros presenciales o virtuales con la comunidad de oyentes. A través de estas instancias, que involucran desde el trabajo de un ilustrador hasta un técnico de sonido, en caso de que se quiera hacer una presentación en vivo, son recursos humanos y de tiempo, que no se compensan necesariamente con los retornos que se reciben por el pago de una entrada o la cooperación de los oyentes, la venta de *merchandising* y otras formas de ingresos, una vez que el pódcast este publicado.

Esta etapa de publicación, a su vez, enfrenta a los productores a dos controversias, tanto a la indexación de los pódcast (Arense-Gómez, A.; Pedrero Esteban, LM.; Terol-Bolinches, R. (2019); Martí et al. (2019), como al sistema de métricas (Alonso-Fernández et al, 2022; Entrialgo, 2022, marzo 1; Venier, 2019). Estos problemas ponen en peligro la transparencia, confianza y credibilidad de las plataformas, tanto de parte de productores, anunciadores y oyentes, como de una amplia gama de actores vinculados a la industria (Dosdoce.com, 2024), debido al modelo que las sustenta (Sullivan, 2019; Srnicek, 2018) y los algoritmos con las que operan (Moreno Cazalla, 2023, marzo 26).

Frente a estas preguntas y problemas, las respuestas no son exactas ni tampoco existen fórmulas fáciles que puedan aplicarse. Pese a ello, los podcasters independientes han evolucionado desde la forma de organizarse, a través de productoras autónomas como muestran los resultados, hasta diversificar y actualizar las formas de financiación. Estas van desde el *merchandising*, que es casi inexistente o muy marginal en comparación hace 10 años, hasta probar hoy con encuentros, *lives* o performances en vivo, que permiten monetizar -aunque sea mínimamente- y vincularse cara a cara con la audiencia. Una forma de financiación que va cogiendo fuerza, debido a la penetración del pódcast como medio masivo, es la producción de *branded podcast*. Sin renunciar a su independencia editorial, creativa y económica, hacer esos pódcast de marca les

permite a las productoras financiar sus pódcast originales, que de otra forma no podrían costear. Lo que está en la base de esto es que las productoras por más independientes que sean de las grandes productoras y empresas radiofónicas y de medios es que no se entienden como medios alternativos, contrainformativos o fuera del sistema de medios, en la acepción más tradicional de los medios del tercer sector (Barranquero y Sáez, 2021). Por el contrario, entienden que insertarse dentro del ecosistema del audio es la forma en cómo puede establecer redes, alianzas, coproducciones, incluso con grandes plataformas, como lo hicieron Anfibia podcast y La No ficción con Spotify, para hacerse sostenibles y reconocidos dentro de la industria.

Esto hace aún más necesario construir un modelo de negocio en torno al pódcast narrativo de no ficción independiente, como sostiene Juan Serrano, director de *Un periódico de ayer*, de Colombia. Un modelo de negocio no comercial es todo un reto, asegura el director de La No Ficción, cuando un proyecto completo de pódcast cuesta entre los 1.740 dólares, como fue *Sons de Lisboa*, de Portugal, y los 200.000 dólares, de *Praia dos Ossos*, de Brasil, con un promedio por episodio de los 15 pódcast que entregaron dicha información de casi 4.000 dólares. Esta cifra revela los altos costos involucrados, que ameritan formas de financiamiento eficaces para estas historias que son exitosas, tanto narrativa y sonoramente como por los reconocimientos y premios alcanzados.

Los mecanismos más frecuentes, que encontramos, corresponden al autofinanciamiento, en 10 casos (58,8%) y *branded podcast*, en nueve casos (52,9%), becas o bolsas de dinero, en el 23,5% de los casos; financiadores externos, en 23,5%; y *crowdfunding* en tres pódcast, que representan el 17,6%. Es decir, estrategias variadas que mezclan el autofinanciamiento y el pódcast de marca, principalmente, con otros ingresos de financiación en casi la misma proporción, como subvenciones, financiadores puntuales y campañas de donaciones.

La monetización también es poco frecuente en los 17 pódcast narrativos de no ficción independientes, tal como lo descubrió Rojas Torrijos et al. (2020). Si bien no es un objetivo deseado de las productoras monetizar o tener retornos por el pódcast, también es cierto que los equipos humanos y los proyectos que están detrás deben sostenerse. Por ello un modelo mixto, que sea por un lado comercial, para efectos del *branded*

podcast o pódcast a pedido, y por otro social, a través de *crowdfunding*, bolsas e financiadores externos, puede ser una fórmula que puede estar dando resultados y debe seguir explorándose. Las estrategias de monetización más usadas son las presentaciones en vivo del pódcast, venta a plataformas, publicidad, promoción cruzada, aun cuando la publicidad es casi inexistente. En la misma lógica social, y a la vez de integración con otros agentes de la industria del pódcast, se establecen alianzas con otras productoras independientes, a través menciones cruzadas (*cross promotion*), que no generan ingresos monetarios, pero sí un capital simbólico muy importante.

En definitiva, las estrategias de financiación y rentabilidad son diversas, aunque están en “verde” como sostiene el director de Anfibia podcast, Tomás Pérez Vizzón. Todavía, por ejemplo, hay un campo que recorrer con los financiadores y marcas, en cuanto a financiación, y con la publicidad e ingresos por venta de derechos a plataformas, para monetizar los pódcast narrativos de no ficción independientes de la región iberoamericana.

8.5. Publicación, distribución y relación con las audiencias

En relación con el Objetivo Específico N°5 (OE5), que busca “determinar los procesos de promoción, publicación, distribución del pódcast y la relación que se establece con los oyentes” encontramos los siguientes hallazgos:

El ciclo de producción del pódcast solo concluye cuando éste ha sido publicado, distribuido por plataformas y agregadores y se ha tenido el *feedback* de la audiencia, a través de los distintos canales creados para aquello. Hasta la fecha los estudios o discusiones en torno a esta etapa de producción del pódcast, como tratamos en la discusión teórica, son muy preliminares. Mientras los productores de los pódcast analizados están tomando cada vez más conciencia de aquello y aplicando distintas estrategias, tanto para su promoción como para tener una relación interactiva con los oyentes.

La tabla N°9, propuesta para esta quinta dimensión de análisis, contribuye a subsanar estas ausencias. Sobre la base de los aportes de Pagella (2018), Guimarães y Azoubel (2022) y Pedraza (2023) se elabora un paso a paso del pódcast narrativo de no ficción, desde el concepto, idea e investigación previa, para decidir qué historia se va a producir,

hasta la publicación y divulgación, siendo importante antes de ello la verificación y ajustes, que plantea Pagella (2018) y mantener el suspense a través de la anticipación, que propone Pedraza (2023). De esta forma se garantiza, a juicio de ellos, el éxito del pódcast a estrenar.

Esta etapa final se subdivide en promoción, publicación, distribución y relación con los oyentes, sin dejar de tener “una visión holística del pódcast” (Morett, 2020, diciembre 10) que considere toda la cadena de producción. Específicamente, la promoción, difusión y/o divulgación del pódcast implica diseñar una estrategia de comunicación, de medios y redes sociales para cada episodio y el pódcast en su conjunto. Esto involucra desde la promoción y publicación en el sitio web de la productora, o micrositio diseñado para el pódcast en particular, la imagen visual, los mensajes textuales, sonoros, audiovisuales, etc., hasta su difusión por medios y el contacto con la audiencia. Esto, a través de redes sociales y otras formas de comunicación, como email, preguntas a los oyentes en Spotify, grupos de WhatsApp, etc.

García-Marín (2020a) advierte que los planes estratégicos deben actualizarse, pues los que se diseñen ahora no necesariamente funcionarán en el futuro. Para eso debe tenerse en cuenta la modalidad de pódcast, la historia, el público objetivo, los canales de difusión con los que se cuenta, etc. Para quién y por qué hacen el pódcast es una aportación importante de Rojas Torrijos et al. (2020), ya que en el estudio del pódcast independiente latinoamericano descubrió que las productoras no tenían claro aquello, lo cual es esencial para publicar un producto. Ya que si no se tiene claridad a quién está destinado el episodio o serie, muy difícil será que tenga éxito la estrategia que se diseñe. El concepto de Comunidad Mínima Viable, propuesto por Moreno Cazalla (2022, mayo 13), entendido “como el grupo más pequeño de personas necesarias para unirse para un propósito compartido” puede ser una buena alternativa, acotada y posible en el tiempo, para diseñar una estrategia que conforme una comunidad mínima en torno al pódcast, apelando al sentido de pertenencia y vínculo emocional con el oyente. En este conocimiento de la audiencia también deben saberse el género, los rangos etarios, los pódcast que prefieren, etc. (Podcasteros, 2022). En el caso de los 11 pódcast que entregaron la información sobre género hay una tendencia a que más hombres escuchan estos pódcast, aunque cuando existen matices. Por ejemplo, *Praia dos Ossos*,

que trata sobre el femicidio de una mujer de la alta sociedad brasileña de mediados de los '70, despertó mayoritariamente el interés de mujeres oyentes (72% a 26% de hombres). Mientras en los rangos etarios, no hay duda de que los oyentes de la mayoría de los podcast están entre los 28 y 44 años. Estos datos son muy relevantes toda vez que permiten diseñar una estrategia focalizada en este grupo, sobre la base de sus gustos y preferencias.

Además de la edad, género y preferencias de podcast, debe saberse también las plataformas que más utilizan y cómo los oyentes llegan a esas plataformas, cuando el 65% lo hace a través de redes sociales, el 55% por recomendaciones de amigos, y el 54% por recomendación de otros podcast, según la encuesta iberoamericana que hace Podcasteros (2022). En este sentido, todos los podcast cuentan con web propia –a excepción de *Transhistorias de cuidados* de Perú- mientras las principales plataformas utilizadas para publicar sus episodios son Spotify (100%), Apple (81%), y Google Podcast (50%) que desde mayo de 2024 migrará a Youtube Music. Lo importante aquí es que todos los podcast estudiados distribuyen su producción, al menos, en tres o cuatro plataformas, para llegar a más audiencias potenciales.

Otra forma interesante de alcanzar otros públicos es a través de alianzas con radios (*Transhistorias de cuidados*, del Perú, *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina) y medios digitales (*El estallido de las cosas*, de Chile, y *110 histórias, 110 objetos*, de Portugal). Como complementario a ellos, los sitios web, o micrositos del podcast, son una excelente vitrina para sumar material y generar procesos *crossmedia* o *transmedia*. Tal es el caso de *Praia dos Ossos*, de Brasil, y *Segurança privada, exército de precários* y el mismo *110 histórias, 110 objetos*, de Portugal, que ofrecen al oyente una serie de textos, audios, links, transcripciones de los episodios, entre otros. De esta forma el auditor se entera de todo lo que está detrás del podcast o contribuye a ampliar “la historia de la historia” sonora que está contando.

Aun cuando algunos podcast tienen una frecuencia de publicación irregular, la mayoría opta por la semanal, para mantener el interés del oyente, periodo durante el cual pueden ir aplicando alguna estrategia de promoción y fidelización del oyente. A propósito de que los 17 podcast manejan redes sociales de la productora y cinco de ellos tienen redes propias del podcast, la promoción a través de RR.SS. demanda producir

contenido específico y complementario a la publicación, como contaba Sebastián Ortega de *Fugas*, de Argentina. Para esta etapa puede contribuir la guía diseñada (Tabla N°10) para elaborar una estrategia de redes y medios. Esta consiste en 9 pasos: tener clara la historia, la trama y los ganchos; conocer a la audiencia, fijar objetivos; elaborar la estrategia de medios y redes sociales; seleccionar las redes sociales; diseñar los mensajes privilegiando estrategias transmedias; conectar con plataformas, redes y otros podcast; diseñar estrategias en vivo o virtuales para conectar con los oyentes; y evaluar el desempeño (número de seguidores, interacción, etc.).

Uno de los objetivos finales, más que conseguir un número mayor de oyentes, es lograr cualitativamente más participación, interactividad y *engagement* de parte de la audiencia. Es decir, de qué forma las productoras pueden avanzar de la participación digital (Jenkins et al., 2015) a una participación e interacción específica en el podcast (García Marín y Aparicio, 2018), como también establecer una conexión afectiva (Euritt, 2023) y un mayor compromiso de los oyentes, tanto a nivel de identificación con el podcast como económicamente, mediante la membresía o donaciones. Para ello, los productores deben entender que el *engagement* se relaciona con las características del podcast, los hábitos de consumo y la alfabetización con la que cuentan los auditores (García-Marín, 2020a). En este caso, un podcast narrativo de no ficción, escuchado marginalmente más por hombres, y con oyentes que en su mayoría está entre los 28 y 44 años de edad, lo cual da algunas claves para desarrollar experiencias más interactivas con los usuarios, de acuerdo con sus perfiles.

Sobre la base de todo esto y de la importancia que tiene esta dimensión para el éxito final de un podcast de esta modalidad, la difusión en sí misma no garantiza nada si no se pone en valor la historia y no se construye comunidad en torno a ella, a través de procesos participativos e interactivos. Esta interacción se genera tanto a través de estrategias tanto virtuales como presenciales, lo que puede redundar en un mayor compromiso político, económico y comunicacional de parte de los oyentes. A diferencia de los regulares resultados que ha arrojado esta dimensión en los escasos estudios existentes (Carvajal, 2023; García-Marín, 2020a; Rojas Torrijos et al., 2020), los podcast estudiados muestran signos positivos de crecimiento en este sentido, innovando con estrategias nuevas, como sesiones de escucha y performance, el uso de Tik Tok como

red social para enganchar con las nuevas generaciones, y campañas como Hazte cómplice, de La No Ficción, de Colombia, o Apóyanos, de *Relato nacional*, de Chile, para generar una comunidad que apoye este tipo de pódcast.

8.6. Estado del podcasting independiente

En relación con el objetivo específico N°6 (OE6), que busca “establecer la contribución de estas producciones independientes de pódcast en el mercado de la producción sonora en español y portugués” se plantean los siguientes hallazgos, primero a través de las percepciones de los entrevistados y finalmente a modo de balance de las cinco dimensiones tratadas anteriormente.

Las motivaciones que tienen todos los realizadores por producir las historias que cuentan reafirma su sentido de independencia, toda vez que buscan rescatar eventos del pasado, tanto lejanos como recientes, que otros pódcast o productos periodísticos no harían, para darles un contexto histórico que permita su valoración en el presente. *Si no sabéis de mí* (España), *Un periódico de ayer* (Colombia), *Brazalete negro* (España), *Fugas* (Argentina), *El estallido de las cosas* (Chile) y *Praia dos Ossos* (Brasil), *Até que se prove o contrário* (Brasil), etc., van en esa línea. Mientras, otros pódcast buscan narraciones personales con las que intentan resaltar los temas universales que envuelven dichas historias, como *Cartagena federal*, *Sons de Lisboa*, *Transhistorias de cuidados*, *Cuir*, etc.

Con esta misma motivación por hacer el pódcast y por seguir haciendo pódcast originales de este tipo, muchos productores son conscientes de que han producido sin financiamiento, porque creen en el proyecto y lo defienden editorialmente. Esa es una de las más importantes conclusiones de la conversación con los 25 productores, coordinadores y diseñadores sonoros de los 17 pódcast narrativos de no ficción. En ese diálogo pudimos conocer, sobre la base de esto y del éxito que han logrado estas producciones, la percepción sobre el estado actual de los pódcast basados en hechos reales y lo que les depara el futuro, cuando tres de los pódcast estudiados siguen produciendo nuevas temporadas, como *Brazalete negro*, de España, *Así como suena*, de México, y *La segunda muerte del dios punk*, de Argentina, cuya información es una

primicia al cierre de esta investigación. Mientras el resto de los productores está en nuevos pódcast narrativos.

Tres aspectos son importantes de cara al escenario que enfrenta el pódcast narrativo de no ficción 2024, que se prevé igualmente como un año difícil para la industria y para que se financien este tipo de historias. Los entrevistados destacan, en este sentido, que después del boom que se dio con el pódcast en general se está dando una estabilización del sector. Aunque existen diferencias entre Estados Unidos y Europa -España principalmente en nuestro caso- con el resto de los países estudiados, ya que aquellos están más avanzados como industria en comparación con América Latina.

Mientras, la financiación y monetización es tanto un problema como un reto, ya que pese a los 10 años que cumple la expansión del formato de pódcast narrativo de no ficción, después de *Serial* (2014), las productoras independientes no logran afianzarse para costear y rentabilizar estos pódcast. Esto envuelve toda una cadena, como reconocen, que va desde los altos costos que tiene un pódcast de este tipo (casi 4.000 dólares por episodio en promedio), tiempo de producción de 6 meses a un año, la competencia con otros productos culturales, hasta la forma en cómo operan las plataformas (desde el sistema de métricas, pasando por algoritmos, hasta los efectos de vender los derechos de un pódcast). En este escenario, un modelo de negocios sostenible es todo un desafío, en un contexto en que los pódcast deberán “aprender a prescindir de las inversiones de las grandes plataformas, redefinir la estrategia de negocios, promover la calidad y la experimentación, y abrazar a la comunidad”, como advierte Heb (2024, febrero 5).

Lo paradójico es que pese a que la financiación la ven como un obstáculo, la comercialización no la perciben como un desafío a futuro, sino que más bien entienden que la innovación de los formatos y la construcción de la marca del pódcast son más relevantes en este sentido. Los realizadores destacan que la producción independiente es la que experimenta, moderniza y produce otro tipo de contenidos, renovando lenguajes y formatos, con un sello de calidad narrativa y sonora.

Un aspecto relevante sobre el cual hablamos en la dimensión de producción es la institucionalización del sector independiente del pódcast -y del narrativo de no ficción

en este caso-. Algunos productores resaltan este aspecto como un campo en formación y a denominar de alguna forma. Este paso de la desprofesionalización (Berry, 2016) a un campo profesional, que se distancia de los inicios *amateur* del pódcast, se vislumbra como un espacio en construcción, que está dado por la forma de organizarse, por las redes y alianzas con otras productoras independientes, por un modelo de negocios, y por la consolidación de una comunidad de oyentes que valore, apoye y financie este tipo de pódcast.

Así, esta investigación contribuye a mostrar un panorama de la producción independiente de pódcast narrativo de no ficción en español y portugués, del cual podemos inferir varios aspectos que impactan en el mercado del audio del pódcast: se ha conformado un circuito de productoras independientes, cada vez más profesional y organizado o institucionalizado, como planteaban algunos productores; las temáticas sociales y las narrativas con la que construyen las historias actualizan, renuevan y superan los relatos tradicionales de la radio y de los medios en general; hacen una producción más consciente y saben de la importancia que tiene todo el proceso, desde concebir la idea hasta llegar a los oyentes directamente, por los distintos canales de interacción que crean o desarrollan; las estéticas sonoras están en vías de desarrollo hacia diseños sonoros y musicales propios, más diegéticos, narrativos e inmersivos. La financiación y monetización es un problema y desafío no resuelto a 10 años de explotar este género; un modelo mixto, entre comercial y social puede ser la garantía para su sostenibilidad futura; mientras la etapa de promoción, publicación, distribución y relacionamiento con las audiencias está cobrando más fuerza para este tipo de pódcast, que busca el reconocimiento de la audiencia y su apoyo, tanto político -por las historias que abordan- como económico y social.

8.7. Limitaciones y proyecciones

Pese a que los resultados son auspiciosos y prometedores, sobre un campo escasamente explorado en esta magnitud, el estudio es tan amplio -17 pódcast analizados de ocho países, a través de 25 entrevistas y 103 episodios analizados- que a veces el objeto de estudio se hace difícil de manejar, para efectos de una interpretación más acabada.

De todos modos, se intenta en este estudio exploratorio-descriptivo, tanto teórica como analíticamente en los resultados, examinar cada una de las dimensiones de toda la cadena de producción y de valor del podcast, y aproximarnos a un nivel comparativo, que permita construir una radiografía certera del podcast narrativo de no ficción que se hace en Iberoamérica.

En este sentido pudimos establecer bases sólidas sobre los conceptos de podcast narrativo de no ficción y de independencia, además de examinar dimensiones que no estaban exploradas, como la estética sonora y la relación con los oyentes, que cada vez es más dinámica y sorprendente. También abordamos las formas de producción, sobre la cual se tenía un conocimiento más práctico que teórico, y pudimos actualizar las maneras de financiación y monetización de los podcast, la que deja muchos desafíos para el sector independiente y para la industria en general, que está apostando por este tipo de historias reales. Finalmente, aportamos con un análisis fructífero de las narrativas sonoras y las estructuras que hoy se utilizan para contar una historia. Este ámbito demuestra que el periodismo sonoro vive un buen momento para atrapar a nuevas audiencias, las que buscan temáticas contadas de manera atractiva y que privilegian la conexión emocional con los oyentes. Las estructuras narrativas actualizan el arte de contar historias, combinando lo viejo con lo nuevo, a través de medios narrativos, estéticos y sonoros.

Los resultados revelan que esta modalidad de podcast en español y portugués está aún en vías de expansión, tanto en su nivel narrativo y estético, como también en cuanto a modelo de negocio y de relación con las audiencias.

Esto mismo puede dar pie para continuar con investigaciones futuras sobre el podcast narrativo de no ficción. Cada dimensión en sí misma puede dar pie a un estudio posterior: las narrativas sonoras y modelos y estrategias de financiación, en las cuales hay mayor desarrollo y conocimiento, y aquí contribuimos a actualizar, pueden ampliarse a otros países y productoras; mientras las dimensiones más exploratorias, como producción, estética, y de relación con los oyentes pueden aproximarnos a las estructuras de organización, a la creación sonora y musical, y a las formas de participación e interacción, respectivamente, que son esenciales para esta modalidad de podcast.

8.8. Guía para la producción del podcast narrativo independiente

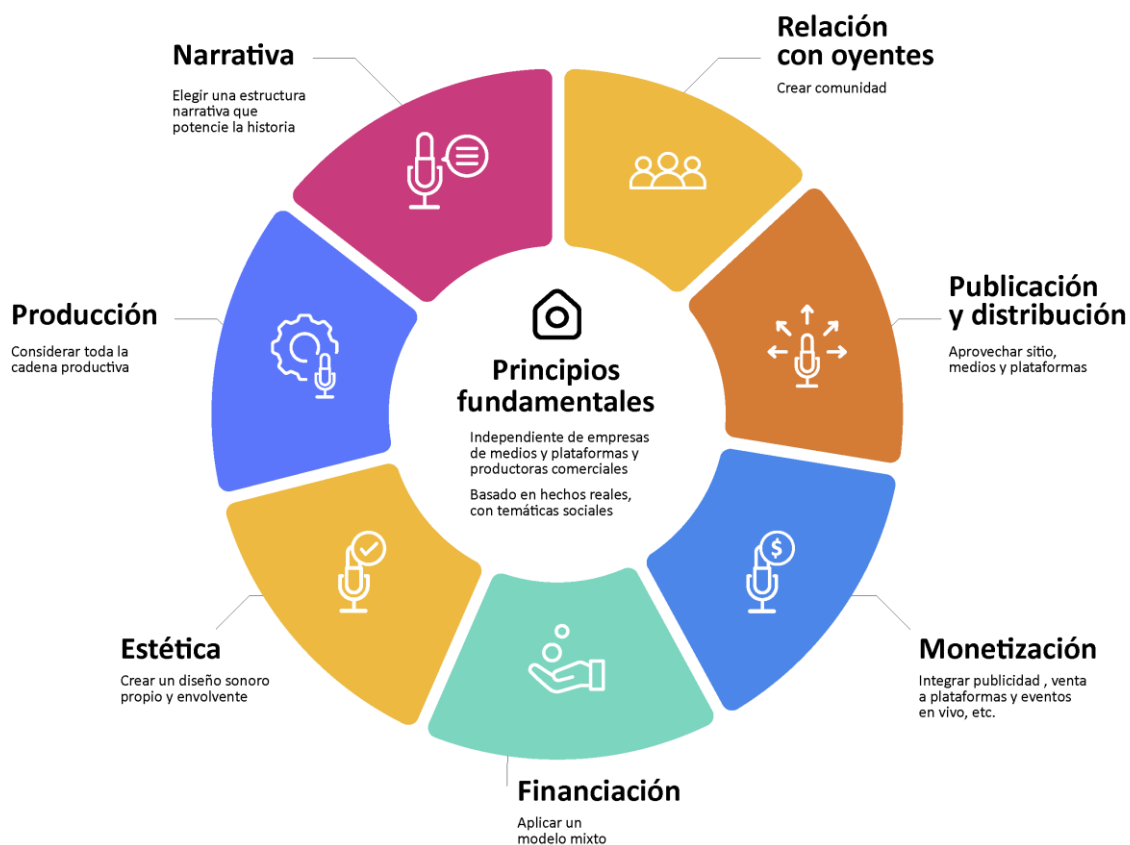
Después de “determinar el estado actual del podcasting independiente en Iberoamérica a partir del podcast narrativo de no ficción”, como Objetivo General N°1 (OG1) y “comparar las producciones de podcast narrativos independientes, en relación con sus dimensiones narrativas, estéticas, de producción, financiación y monetización, y la promoción, publicación, distribución y relación con las audiencias” , como objetivo general N°2 (OG2), podemos responder al Objetivo General N°3 (OG3), que busca proponer un modelo o guía para la producción de un podcast narrativo de no ficción independiente.

Esta guía, que si bien es perfectible y es el inicio de un camino a seguir, debe partir de la base de que los productores tengan claro para quién y por qué están haciendo un podcast de esta modalidad (Rojas Torrijos et al., 2020). De otro modo, el podcast pierde su brújula si no hay conexión entre la producción, la historia y los oyentes. Por ello, desde la concepción, idea e investigación previa hasta su divulgación y acciones de relacionamiento con los oyentes, son claves para que el podcast narrativo, basado en hechos reales, cumpla un ciclo virtuoso y holístico (Morett, 2020, diciembre 10).

Así, esta guía pretende ser un marco de referencia para la comprensión y la producción independiente del podcast narrativo de no ficción.

Infografía N°2

Síntesis de los principios fundamentales y dimensiones de la producción independiente del podcast narrativo de no ficción



Guía para el desarrollo del podcast narrativo de no ficción independiente



Principios fundamentales

Aspectos generales

**Independencia de la propiedad de medios,
plataformas y productoras comerciales.**

.....

**Narración sobre la base de hechos reales y
posibles de investigar en profundidad por
distintos medios periodísticos, sociales,
artísticos, sonoros, estéticos, etc.**

.....

**Temáticas sociales que buscan
ser transformadoras.**

Características específicas

- Independencia editorial para que el podcast pueda asumir el enfoque autoral que caracteriza a estos podcast.
- Independencia creativa para que el podcast tome la forma que deseen los productores, a través de los distintos medios y lenguajes.
- Mantener la autonomía productiva para garantizar el enfoque y la calidad narrativa y sonora.
- Independencia económica para que el podcast y la productora pueda sostenerse en el tiempo, a través de diversas estrategias de financiación y comercialización con agentes públicos, privados o sociales.
- Establecer relaciones con los distintos actores de la industria digital y del podcast, para fomentar la conformación de redes y darle valor a la marca, desde la producción hasta la publicación y distribución.



Dimensión

Narrativa

Aspectos generales

Construir una narrativa sonora sobre la base de la historia y de la conexión con el oyente.

Características específicas

- Seleccionar temáticas sociales, ya sean narraciones históricas o personales, que tengan un sentido universal
- Utilización de la estructura clásica con una serie de recursos, técnicas y herramientas que actualicen dicho orden y potencien la historia.
- La historia debe construirse en función de la inmersión narrativa y sonora del oyente.
- Explorar otras estructuras narrativas sumando también otros recursos, técnicas y herramientas para potenciar la historia.
- Uso de géneros periodísticos radiofónicos, artísticos y experimentales.
- El narrador como guía de la historia, por más objetivo que sea en la mayoría de los casos, sobre la base de la ética periodística y la veracidad de los hechos investigados.
- Uso del archivo, sonoro especialmente, y de la historia de vida para conectar con la audiencia.



Dimensión

Producción

Aspectos generales

Considerar toda la cadena productiva desde la preproducción hasta la relación con la audiencia.

Características específicas

- La temática social es el puntapié inicial que caracteriza a los podcast narrativos de no ficción independientes, cuyo tema y su abordaje lo diferencia de los medios y podcast tradicionales.
- La calidad sonora es el sello del podcast aunque también se privilegia la naturalidad, la oportunidad y los medios con lo que se cuenta para producir.
- Equipos profesionales y especializados, que tienden a la horizontalidad.
- La serialidad caracteriza a estas producciones, para mantener una audiencia cautiva.
- La entrevista, el documental y la crónica son los géneros más empleados.
- Duración media por episodio, en torno a los 30 minutos.
- El paisaje y ensayo sonoro y la ficción, como géneros secundarios, aunque significativos.



Dimensión

Estética

Aspectos generales

Elaborar un diseño sonoro y musical propio.

Características específicas

- La estética o forma sonora que toma la historia es eje fundamental de la recepción del pódcast.
- Recursos sonoros que aprovechen funciones descriptivas y narrativas.
- El diseñador sonoro cumple un rol creativo dentro del pódcast.
- Músicas que aprovechen sus funciones incidentales o extradiegéticas, pero sobre todo diegéticas, para lograr una narrativa inmersiva.
- La narración, las voces, el diseño musical y todos los recursos y efectos sonoros dan identidad sonora y estética al pódcast.
- Explorar recursos de grabación y postproducción para aumentar la inmersión del oyente, como binaural y atmos, respectivamente.
- Apoyo en el cine y el audiovisual para la inspiración y creación de un diseño sonoro inmersivo.



Dimensión

Financiación

Aspectos generales

**Diversificar fuentes de
financiamiento y utilizar
estrategias diferenciadas.**

Características específicas

- Al momento de buscar financiamiento no olvidar las motivaciones, fines e intereses que tiene el podcast y la productora.
- Financiamiento privado a través de la producción de *branded podcast*.
- Financiamiento a través de plataformas o medios.
- Elaborar un pitch, dossier y/o tráiler para buscar financiamiento, una vez definida la historia, las fuentes y el arco narrativo provisional.
- *Crowdfunding* o campañas de donación de la comunidad de oyentes u otros actores estratégicos.
- Financiamiento público y/o privado, a través de becas o subvenciones.



Dimensión

Monetización

Aspectos generales

Buscar retornos económicos a través de la relación con actores estratégicos y con los oyentes.

Características específicas

- Búsqueda de publicidad con actores clave o afines a la temática y tratamiento del podcast.
- Presentaciones en vivo, en distintos formatos, como el show de un episodio o una sesión experimental o performática del podcast.
- Venta del producto a plataformas u otros actores de la industria del entretenimiento, aun cuando deben considerarse los efectos que tiene la venta de derechos de autor.
- Como monetización intangible, la promoción cruzada con otros podcast narrativos de no ficción independientes, para crear red y amplificar audiencias.



Dimensión

Publicación y distribución



Aspectos generales

Involucrar a la audiencia.



**Aprovechar medios de difusión,
publicación y distribución**

Características específicas

- Esta etapa final considera promoción, publicación, distribución y relación con los oyentes.
- Establecer alianzas estratégicas con radios y/o medios digitales para su promoción y transmisión y/o publicación.
- Diseñar estrategia de promoción para el sitio, para medios y las redes sociales, enfocada en el público objetivo del podcast, principalmente.
- Mantener una frecuencia periódica de publicación.
- Tener una plataforma principal y otras agregadoras, para abarcar más públicos de interés.



Dimensión

Relación con los oyentes

Aspectos generales

Crear comunidad de oyentes a través de estrategias online y offline.

Características específicas

Online

- Interacción en plataformas y redes sociales.
- Interacción a través de email o formularios de contacto.
- Interacción mediante encuentros o sesiones virtuales.

Offline

- Sesiones o clubes de escucha.
- Shows o presentaciones en vivo.
- Participación en festivales o producción de eventos.
- Sesiones de experimentación transmedia a partir del podcast.

Fuente: elaboración propia

Así concluimos un largo camino, en el que pudimos analizar toda la cadena de producción y de valor del podcast narrativo de no ficción, a través de 17 podcast iberoamericanos, comparar sus producciones en cinco dimensiones, y conocer la percepción de los productores sobre el escenario actual y futuro.

Estos pódcast narrativos de no ficción con temáticas sociales, ya sea históricas o narraciones personales con vocación universal, buscan transformar la realidad a través de estas historias. Esto se refleja de manera muy fuerte y significativa en el quinto y último episodio del pódcast español *Si no sabéis de mí*, de España, cuando ocurre un suceso inesperado, después de un año de grabación del pódcast y de que el productor y narrador, Patxi Belyeu, no veía hace ocho meses al protagonista de la historia, Martín, un combatiente español en el Kurdistán iraquí: hace unas semanas fueron asesinados dos colegas de Patxi, en Burkina Faso, mientras grababan un documental. Los victimarios fueron los yihadistas; los mismos contra los que Martín combatía en favor del pueblo Kurdo. Frente a ello, Martín le dice a Patxi que “debe seguir el legado de David y de su otro colega, de seguir contando historias; denunciado esas atrocidades; ya que la narrativa es un arma”. Este es el valor que tiene contar una historia por medios sonoros, narrativos y estéticos, y de manera independiente, cuando estas historias -muchas de ellas “mínimas”, ocultas o desconocidas- no son contadas por las grandes plataformas y medios, y tampoco son apoyadas por financiadores.

Estos pódcast independientes destacan por su definición de producción de audio alternativo a los medios tradicionales, por las motivaciones y perfil de sus productores, por la libertad editorial y creativa, por el interés en desarrollar nuevas narrativas y formatos innovadores, por la búsqueda de un modelo de negocio -aun cuando esto último no sea su prioridad- y por la participación e interacción con la audiencia, a través de campañas de donaciones, sesiones en vivo y experimentales.

En este sentido, la guía propuesta puede ser una ruta por seguir, desde los principios fundamentales o bases que mueven a esta modalidad de pódcast hasta las distintas etapas o dimensiones que involucra una producción independiente de este tipo.

VIII. CONCLUSÕES

Depois de analisar as dimensões das narrativas sonoras, produção, estética, financiamento e monetização; publicação, distribuição e relação com as audiências dos 17 podcasts narrativos de não-ficção independentes da Ibero-América; e de conhecer a percepção dos 25 entrevistados sobre a situação atual do podcasting independente no seu país e/ou no continente, responderemos a cada um dos objectivos traçados, relacionando os principais resultados com a discussão teórica e seguindo a ordem metodológica delineada.

O primeiro dos objectivos gerais procura determinar o estado do podcasting narrativo independente em oito países ibero-americanos, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Espanha, México, Peru e Portugal; o segundo é comparar as produções seleccionadas destes países, de acordo com as cinco dimensões de análise indicadas, e finalmente propor um guia para a produção de podcasting narrativo de não-ficção.

Os oito países foram seleccionados devido ao crescimento significativo da audição de podcasts e porque são considerados países relevantes no principal relatório global sobre o assunto, o *Digital News Report* (Newman et al., 2023; 2021). Algo que foi complementado com outras fontes secundárias (Statista 2021, 2023d; IAB Peru 2021; Kantar Ibope Media, 2022 em Rivera, 2022) para validar ainda mais a seleção. Uma vez definida, foi realizada uma segunda etapa de deteção e seleção das 17 produções independentes de podcasts narrativos de não ficção na região, publicadas entre 2020 e 2023, que tiveram de seguir um rigoroso procedimento de seleção. Este foi dividido em três etapas complementares: em primeiro lugar, os podcasts tinham de ser narrativos de não-ficção independentes de empresas mediáticas e rádio, e de grandes produtoras e plataformas *de streaming* de áudio; em segundo lugar, tinham de estar incluídos no ranking dos 200 podcasts mais ouvidos no ranking Spotify do seu país, dentro do período analisado; ter sido premiados, nomeados ou finalistas num festival ou evento nacional ou internacional, na categoria de podcasts; e/ou recomendados por um especialista ou fonte autorizada na área. Depois disso, os podcasts tiveram de cumprir uma das modalidades de produção, relacionadas com temporadas e/ou séries, para serem

seleccionados para a amostra (para mais detalhes, ver capítulo 6 da Metodologia, ponto 6.3.1, correspondente à descrição geral dos critérios de seleção).

Assim foram escolhidos *La segunda muerte del dios punk* e *Fugas*, da Argentina; *Praia dos Ossos* e *Até que se prove o contrário*, do Brasil; *Cartagena federal* e *Un periódico de ayer*, da Colômbia; *Relato nacional* e *El estallido de las cosas*, do Chile; *Brazaletes negro*, *La historia es ayer* e *Si no sabéis de mí*, de Espanha; *Cuir* e *Así como suena*, do México; *Transhistorias de cuidados*, do Peru; e *Sons de Lisboa*, *Segurança privada: exército de precários* e *110 histórias, 110 objetos*, de Portugal.

Uma amostra rica e diversificada de podcasts ibero-americanos de não-ficção narrativa, que apresenta várias qualidades, tanto na seleção como na análise. Entre elas: a) 13 produções correspondem ao género narrativo documental e 4 ao *true crime* - um género que, aliás, é entendido de forma muito diferente pelos produtores, em comparação com a tradição norte-americana, como destacaremos; b) que os 17 podcasts abordam questões com enfoque social, desde a identidade cultural ao femicídio, entre outros temas (ver tabela Nº 11, no ponto 7.1.1 dos resultados), o que revela que são produtores comprometidos com a realidade social, de modo a tratá-la a partir de uma perspetiva crítica e/ou inovadora em relação ao jornalismo tradicional presente nos media. Isto valeu-lhes, para além da qualidade narrativa, técnica e sonora das produções, que c) 70% dos podcasts estudados ganharam um prémio ou reconhecimento e os restantes 30%, pelo menos, foram nomeados, recomendados ou destacados como um dos podcasts do ano, entre 2020 e 2023. Outros aspetos de interesse são: d) que as produções utilizam outros subgéneros para além da entrevista: da ficção (Gutiérrez, Sellas e Esteban, 2019) à história de vida (Lindgren, 2016), o que enriquece e renova as formas de contar histórias. As estruturas narrativas utilizadas são principalmente o mestre episódico, aproveitando a serialidade que o podcast permite, e o clássico aristotélico, que é atualizado através da utilização de outras ferramentas e técnicas narrativas, tais como o "gancho" para prender o ouvinte e que a história comece no final - *in extrema res* - para despertar a curiosidade de conhecer os antecedentes e/ou causas que levaram as personagens a esta ou aquela situação. Por fim, outro atributo que podemos destacar é e) a qualidade sonora destas produções, dando um selo de identidade ao podcast devido à forma "sonora" de contar a história.

Para encerrar esta série de qualidades gerais das 17 produções seleccionadas, devemos salientar a importância do processo de promoção, publicação, distribuição e, acima de tudo, a ligação com os ouvintes. Este aspeto em pleno desenvolvimento permite-nos compreender o grau de participação, interação e compromisso do público, que se expressa em encontros virtuais e presenciais, através de apresentações ao vivo ou eventos em torno da produção. Desta forma, constrói-se uma comunidade em torno do podcast.

Uma vez seleccionados os 17 podcasts, foram aplicadas duas técnicas de recolha de informação que se revelaram as mais adequadas para responder aos objectivos propostos: 1) a entrevista semi-estruturada, como forma de obter informação em primeira mão dos produtores, coordenadores e designers de som sobre todo o processo de produção do podcast narrativo de não-ficção, desde a conceção até à publicação e relação com a comunidade de ouvintes. Através de um questionário de 34 perguntas, foi possível falar com os produtores para conhecer toda a cadeia de produção e de valor do seu podcast. A este respeito, Hernández Sampieri et al. (2014) entende que o investigador, através da entrevista, utiliza dois instrumentos complementares: a entrevista e a observação, de forma a adaptar a entrevista ao diálogo que está a decorrer e a compreender que os dados são "filtrados" pelo ponto de vista que os produtores têm, neste caso. De facto, a maioria das 25 entrevistas durou cerca de quatro horas de conversa em duas sessões, devido à extensão do questionário. Isto permitiu que os entrevistados ganhassem confiança e deu-lhes uma pausa para refletir sobre as questões e perguntas para a segunda reunião. Por outro lado, o entrevistador pôde rever os conteúdos e avaliar a profundidade com que os temas foram tratados. Essa serenidade e confiança possibilitou que os entrevistados enviassem informações adicionais sobre o podcast, como métricas, imagens, áudios e outros recursos, que foram muito úteis para a construção de uma narrativa consistente sobre cada podcast analisado.

A entrevista semi-estruturada, como técnica de investigação, foi complementada com a audição, gravação e análise de 103 episódios seleccionados dos 17 podcasts, através de um ficheiro com 30 variáveis consideradas. Em relação às qualidades do áudio como

objeto de estudo, Rodríguez Reséndiz (2022) aponta que o áudio torna-se valioso quando é incorporado a um arquivo sonoro, tanto para a pesquisa como para torná-lo acessível, reunindo quatro características: conteúdo, estrutura, contexto e fixação num meio analógico ou digital. Piñuel (2002) destaca, nesse sentido, que esses produtos comunicacionais podem ser colocados à prova, tanto nas suas condições como na forma como foram criados e utilizados. Brennen (2017) destaca o valor da linguagem, tanto da entrevista como do áudio como objetos de estudo, na medida em que nos esforçamos "para entender as tradições, contextos, usos e significados de palavras, conceitos e ideias" (p.15).

Assim, a análise de conteúdo dos 103 episódios, com base na ficha de análise, e o tratamento das entrevistas realizadas através do programa Atlas.ti, permitiram compreender a situação atual do podcast narrativo independente de não-ficção na Ibero-América, e comparar as diferentes dimensões do processo de criação, produção e publicação deste tipo de podcast.

8.1 Narrativas sonoras

Em relação ao Objetivo Específico 1 (OE1), que procura "analisar as narrativas sonoras utilizadas neste tipo de podcast e o grau de apropriação e inovação em comparação com os géneros radiofónicos", notamos vários aspectos de interesse:

Em primeiro lugar, os temas abordados por estes podcasts narrativos de não-ficção são muito sociais, indo de uma manifestação pública virtual contra uma pessoa (*escrache* virtual) ao femicídio; do documentário ao *true crime*, entendido num sentido diferente da versão clássica norte-americana, como destacaremos em seguida; desde narrativas históricas sobre a violência de Estado na América Latina, como retratado em *Fugas*, da Argentina, e o conflito armado na Colômbia, nos podcasts *Un periódico de ayer* e *Cartagena federal*, até narrativas mais pessoais baseadas na história de vida de uma personagem significativa, como em *Relato Nacional*, do Chile, *Transhistorias de cuidados*, do Peru, e *Si no sabéis de mí*, de Espanha, entre outros.

Rodríguez Ortiz (2022), autor desta investigação, abordou o podcast social como "conteúdo áudio produzido por colectivos, associações, movimentos sociais, meios de comunicação alternativos e podcasters independentes" (p.248), que está fora dos

grandes meios de comunicação e das corporações, e mesmo em contradição com eles. Com os resultados da investigação, este conceito de podcasts sociais pode ser alargado e enriquecido, uma vez que os podcasters independentes se agruparam em empresas de produção autónomas para desenvolver este e outros projectos futuros, a fim de rentabilizar as suas produções através da produção de *podcasts de marca*, por exemplo (ver subsecção 8.4). De facto, estes podcasts narrativos de não-ficção estão agrupados em 14 produtoras independentes, dois meios de comunicação autónomos (A mensagem, de Portugal, e Panenka podcast e rádio Primavera Sound, da Espanha) e num coletivo, que produziu *Transhistorias de cuidados del Perú*. Para além de valorizarem a liberdade editorial e criativa dos seus podcasts, estas produtoras estão inseridas no ecossistema do áudio e do entretenimento, procurando financiar e rentabilizar as suas produções através de diversas estratégias. O retorno que recebem é investido nos seus podcasts originais, quando o tema, e depois a abordagem, não é rentável ou é demasiado difícil de suportar por um patrocinador. O caso mais paradigmático disso é *La segunda muerte del dios punk*, da Argentina, quando os produtores alegaram que o financiamento era zero, já que ninguém o financia, por falar de suicídio e de um músico de rua da cidade de Rosário que foi vítima de assédio virtual. Mesmo assim, alcançou um sucesso incrível e ganhou, entre outros três prémios, o Prémio Gabo 2022 na categoria de áudio.

No entanto, os temas são variados e fazem parte de uma tradição de 10 anos de podcasts narrativos de não-ficção desenvolvidos através do *true crime* e do documentário. Ambos se baseiam em acontecimentos reais, mas com tratamentos específicos, sendo que o primeiro tem a ver com um crime e as respetivas causas, enquanto no segundo o nó central gira em torno à história de vida de uma personagem ou de um acontecimento específico que vale a pena conhecer (ver mais à frente, nesta subsecção, as referências às estruturas narrativas destes podcasts). No caso específico do *true crime*, que tem tido um *revival através de séries* audiovisuais e podcasts, apesar de ser considerado um género difícil de definir (Boling, 2019), são crimes reais do passado que são examinados e recontados com uma dose não pequena de sensacionalismo (Romero, 2020). Por outro lado, Sherrill (2022) propôs uma abordagem diferente do *true crime* clássico, em consonância com o que entrevistados como

Sebastián Ortega, de *Fugas*, Argentina, e Branca Vianna, da *Praia dos Ossos*, Brasil, disseram sobre a procura de uma identidade latino-americana do *true crime*. Sherrill (2022) destaca que podcasts sucessores de *Serial*, como *Undisclosed*, que trata de condenações injustas nos Estados Unidos (2015-2022) e *Suspect Convictions*, que investigou dois crimes reais em Heartland, ou Meio-Oeste dos Estados Unidos (2017-2018) criticam o gênero e invertem a ordem de vítimas e perpetradores ao dar a pessoas negras, pobres e LGBTQIA+ o lugar de vítimas que nunca tiveram como párias da sociedade. Coincidindo com essa postura, *Fugas* dá voz aos guerrilheiros contra as ditaduras latino-americanas que foram presos por essa condição, enquanto *Praia dos Ossos* trata do feminicídio de uma mulher da alta sociedade brasileira, cujo caso foi levado duas vezes contra o assassino para obter justiça. Embora pelo menos os produtores de 10 podcasts reconheçam a cultura norte-americana como ponto de referência para a construção do guião e a estruturação da história, também é verdade que, como Sherrill salienta, invertem a ordem da história e das personagens para a contar de outro ângulo ou perspectiva.

Como segundo ponto, o conceito de "podcast narrativo de não-ficção" é muito mais rico, amplo e diverso do que tem sido entendido até agora, quer ao nível da classificação geral (Observatório Ivoox, 2023; Pedrero Esteban et al., 2023; Podcasteros, 2022; Podcasteros 2017), quer ao nível dos subgêneros que contém (Pedrero Esteban e Martínez Otón, 2023). De facto, estes autores reconhecem, tal como Santos e Peixinho (2019), que não é fácil categorizar, classificar ou sistematizar os tipos de podcasts e de podcasts narrativos de não-ficção, uma vez que as fronteiras são fluidas e porosas e, por isso, é difícil estabelecer fronteiras ou definições claras para cada uma das modalidades. Mesmo assim, entre as poucas contribuições nesse sentido, Pedrero Esteban e Martínez Otón (2023) entendem o podcast narrativo nas suas variantes de *daily*, reportagem, documentário, *true crime* e ensaio sonoro. No entanto, esta classificação é insuficiente, pois os podcasts narrativos de não ficção não correspondem a um subgênero específico, mas a vários. De acordo com a análise dos resultados, dos 13 podcasts narrativos que são documentários (76,4%) e dos quatro que são *true crime* (23,6%), os subgêneros que utilizam são variados: a entrevista é o subgênero por excelência em 93% dos casos, seguido do documentário (59%), da crónica (42%), da paisagem sonora (24%), do ensaio

sonoro (14%), da ficção (10%) e da reportagem (7%). Com exceção de quatro podcasts - *Brazalete Negro* e *Si no sabéis de mí*, ambos de Espanha, *Transhistorias de cuidados*, do Peru, e uma grande parte de *Relato Nacional*, do Chile - que utilizam a entrevista como único género, os restantes 13 podcasts utilizam dois ou mais destes subgéneros para contar a história.

Sem contar com os recursos, técnicas e ferramentas que utilizam, a análise das histórias mostra uma variedade de géneros, tanto de realidade como de ficção (López Villafranca, 2021) e experimentação, em termos de ensaio sonoro. É surpreendente que os podcasts narrativos de não-ficção não utilizem a reportagem como género, com exceção de *Segurança privada, exercício de precários*, de Portugal, cujo produtor Pedro Santos considera ser um dos géneros mais importantes utilizados neste podcast. Por outras palavras, a tradição da reportagem sonora, reconhecida tanto na tradição espanhola (Legorburu, Edo e García González, 2021) como na da Europa de Leste (Bialek, 2014), e que está relacionada com o documentário sonoro ou com a *feature*, está pouco presente nestas produções, tanto na análise dos podcasts como na classificação fornecida pelos entrevistados. Estes classificam os seus podcasts dentro do macro-género não-ficção (Pedrero Esteban et al., 2023), seja ele *true crime*, crónica ou documentário ou narrativa, o que mostra a hibridização dos podcasts narrativos independentes de não-ficção com outros géneros mais antigos de outras áreas, como a literatura, o mundo audiovisual ou o jornalismo. Algo que está em consonância com a "arte de contar histórias", cuja origem e evolução analisámos em detalhe (Santos e Peixinho, 2019), bem como com a tradição do *true crime* (Sánchez Esparza et al., 2023; Sherrill, 2022; Hardey e James, 2022; Romero, 2020), 10 anos após o sucesso do género narrativo de não-ficção com *Serial* (2014) e a sua utilização em podcasts (López Villafranca, 2021; Pedrero Esteban e Martínez Otón, 2023).

Uma das ferramentas-chave, que é parte constituinte do podcast narrativo de não-ficção atual, é o narrador da história. O narrador é utilizado nos 17 podcasts estudados, sem exceção, embora em *Cuir*, do México, tenha uma presença mínima, uma vez que dá prioridade às vozes dos protagonistas. O narrador é fundamental, pois não é apenas "escritor, intérprete e guia" (McHugh, 2022, p. 18), mas também aquele que estabelece ligação com o público, através da voz, da história, da relação com as personagens para

alcançar tanto a intimidade (Lindgren, 2023) como para incorporar o ouvinte como co-pesquisador (Spinelli e Dann, 2019). Para além do narrador, o arquivo sonoro como ferramenta é utilizado em metade dos casos, o que evidencia a importância da investigação social e jornalística que lhe está subjacente (Gutiérrez, Sellas e Esteban, 2019), bem como a verificação da informação através da *fact checking* presente em produções como *Praia dos Ossos*, do Brasil, e *Segurança privada, ejército de precários*, de Portugal. Enquanto as histórias de vida, a recriação e a dramatização, como recursos ficcionais, estão presentes em 20% dos podcasts. As histórias de vida como narrativas pessoais (Lindgren, 2016) ganharam força devido à proximidade, honestidade e intimidade alcançadas quando se conhece a história de vida deste ou daquele protagonista. Algo que proporciona veracidade, identificação com o ouvinte e maior imersão na história. Enquanto os géneros de ficção nos permitem contar não só de uma forma criativa, como é exemplar no caso de *El estallido de las cosas*, do Chile, mas também recorrer a ela quando não temos qualquer tipo de registo para contar este ou aquele facto que precisamos de integrar na história (Rodríguez e Godínez, 2020).

Em relação às estruturas narrativas, os produtores reconhecem que estas dependem da história e, acima de tudo, de manter a atenção do ouvinte. Sem estrutura, não há história que possa ser contada, como argumenta Juan Serrano, realizador de *Un periódico de ayer*, da produtora colombiana La No Ficción, para quem se não se conseguir a estrutura correcta, a história falhará. Em mais de 80% dos casos, a estrutura mestre episódica (49%) e a estrutura clássica aristotélica (32%) são as mais utilizadas pelos produtores. No primeiro caso, a serialidade do podcast é explorada para desenvolver subtramas em cada episódio, que contribuem para a trama global, enquanto a estrutura tradicional é renovada e actualizada através da utilização de recursos e técnicas narrativas complementares, dando um *novo fôlego* à narrativa. O "gancho" inicial que utilizam para cada história é misturado com as técnicas literárias do *ab ovo*, *in media res* e *in extrema res*, destacando-se esta última como elemento dinamizador para atrair o ouvinte e despertar a sua curiosidade para saber o que aconteceu para que a vida da personagem chegasse a este ponto. Outros recursos utilizados, que podem ser reconhecidos na análise da estrutura, são as técnicas narrativas do *racconto* (memória longa) e do *flashback* (memória curta), principalmente.

Essas técnicas são usadas como estratégias para contar a história de acordo com a história que está a ser contada e a estrutura que os produtores lhe querem dar, como uma amostra da relação entre podcasts e jornalismo, como afirma Eugénia Cabral, que foi vice-presidente da Associação Brasileira de Podcasters (2021-2022) (López Linares, 2022, outubro 3). Embora essas técnicas estejam presentes em alguns casos, elas não são preponderantes, ainda que tenham valor como estratégia complementar de estruturação da narrativa.

Neste sentido, podemos contribuir com uma definição mais atualizada de podcasts narrativos de não ficção: estes são entendidos como projetos jornalísticos (Gutiérrez, Sellas e Esteban, 2019) de longo alcance, graças à serialidade, ou são uma expressão de podcasts jornalísticos (Pedrero Esteban, 2022, 18 de janeiro). Pertencem ao *slow journalism* (Greenberg, 2015; Neveu, 2016; Rosique e Barranquero, 2015) ou *slow radio* (Santos e Peixinho, 2019), pois tratam de temas em profundidade, mas sem a pressa de um *daily* ou o imediatismo da rádio. Recorrem a vários géneros que vêm tanto da tradição radiofónica dos géneros de realidade e ficção, como fórmulas mais experimentais, ligadas ao ensaio sonoro e a outros géneros mais artísticos, como a *feature*. Podem usar ferramentas e técnicas, como a presença do narrador ou apresentador (Gutiérrez, Sellas e Esteban, 2019), que é um fator decisivo para o sucesso da história. Já a objetividade matizada, a que Santos e Peixinho (2019) se referiram em relação a projetos de podcast de não-ficção em que os narradores desenvolvem abordagens subjetivas e pessoais, é expressa de outra forma: 66% dos casos investigados são heterodiegéticos, ou seja, são objetivos na pesquisa e na narração da história, e 29% são homodiegéticos. Embora essa subjetividade seja dada pelo facto de se tratar de um género de autor, que escolhe o assunto de que vai falar, na abordagem com que é tratado e na relação que estabelece com o ouvinte. Nesse sentido, há um consenso entre os entrevistados em manter uma ética jornalística que respeite os testemunhos dos entrevistados e a veracidade dos factos narrados, incorporando mesmo a *fact checking* que fazem equipas especializadas em algumas produções, *Praia dos Ossos*, Brasil, e *Segurança privada, exército de precários*, Portugal. Assim, fica também salvaguardada a independência editorial e criativa, bem como a dimensão política que define alguns podcasts como o *Fugas*, do Anfibia Podcast, da Argentina.

Por fim, um podcast narrativo pode ter um potencial transmédia surpreendente que, com base nestes 17 casos, está longe de ser explorado como deveria, quer pelos custos envolvidos, quer pelo trabalho que lhe está subjacente. Isto pode ocorrer dentro do próprio projeto de podcast, bem como através da venda de direitos de produção. Uma das produções que melhor tem desenvolvido isto é a *Praia dos Ossos*, do Brasil, cujo site ganhou o prémio CLAP para melhor design em 2021, pois contém um esforço *cross e transmédia* para "expandir" a história através de mais recursos para o ouvinte, como uma galeria de imagens reais associadas ao episódio, transcrição, inserção do vídeo de Youtube de cada episódio no microsite, etc. Entretanto, em 2024, após um longo processo, a HBO Max estreará a série inspirada no podcast sobre o assassinato de Ângela Diniz, em 1976.

A construção das narrativas sonoras começa assim pelas motivações e interesses dos produtores na escolha desta ou daquela história, passando pelo arco narrativo e pelo tratamento dado aos acontecimentos reais investigados, cuja história é moldada pelo narrador que foi testemunha privilegiada da história e acompanhou de perto a vida das personagens.

8.2 Produção

Em relação ao Objetivo Específico N°2 (OE2), que procura "descrever as formas de produção destes podcasts narrativos", obtivemos as seguintes conclusões:

Como observamos na discussão teórica, embora existam diretrizes, recomendações e conselhos sobre o *audiojornalismo* (Kern, 2008) e alguns manuais que reúnem discussões e experiências profissionais sobre como fazer um podcast (Izuzquiza, 2019; Nuzum, 2019), não há uma sistematização da produção de um podcast narrativo de não ficção. Ainda mais se a prática passou da desprofissionalização (Berry, 2016) para a profissionalização, de forma mais organizada, integrada, multitarefa e especializada, o que se expressa nos 17 podcasts estudados. Este processo de institucionalização a que assistimos no podcast narrativo de não-ficção ibero-americano está bem patente nas produções brasileira e portuguesa, que superam largamente as equipas de produção mais pequenas dos outros países. Os podcasts de língua portuguesa seleccionados, com exceção do *Sons de Lisboa*, são altamente especializados e assemelham-se a equipas de

produção cinematográfica ou audiovisual, como se pode ver nas suas especificações técnicas. No *Praia dos Ossos*, por exemplo, a equipa é composta por mais de 40 pessoas, desde o apresentador, guionista, diretor executivo, transcritores, até ao apoio à produção. Os resultados desta dimensão são um bom ponto de partida para descrever e depois explicar em profundidade os processos de produção deste tipo de podcast de não-ficção.

Em conversa com produtores de documentários americanos, europeus e australianos, há quase uma década, McHugh (2016) destacou a importância da produção de um podcast, ainda mais num podcast deste género, como refere Avilés (2022).

Embora haja consenso entre vários autores, como Pagella (2018), Izuzquiza (2019), Nuzum (2019), McHugh (2022) sobre as fases de pré-produção, produção e pós-produção que compõem um podcast, tanto as evidências deste estudo quanto alguns produtores, como López (2023, 3 de abril) e Guimarães e Azoubel (2022, 2 de setembro), destacam que a divulgação do podcast é fundamental como parte do processo de produção. Essa divulgação será entendida como a promoção, publicação, distribuição e relação com os públicos do podcast, como uma fase complexa e exigente para os profissionais que assumem essa tarefa, pois envolve jornalistas, designers, ilustradores, produtores, *community managers*, etc., para garantir o sucesso do produto final.

De acordo com o estudo dos 17 podcasts narrativos independentes de não-ficção na Ibero-América, podemos reconhecer etapas, papéis e funções específicas. Embora algumas tarefas se sobreponham ou devam ser assumidas pela mesma pessoa, na prática, a produção deste tipo de podcast tornou-se mais complexa e profissionalizada, sendo entendida como um trabalho horizontal ou colaborativo entre os diferentes membros da equipa da produtora independente.

A pré-produção é fundamental para o desenvolvimento de um podcast. Inclui o tema a abordar, o público-alvo e o impacto que pode ter, a pesquisa preliminar, a definição da equipa, o arco narrativo provisório e uma maquete do design de som, bem como os prazos de pesquisa, produção, pós-produção e publicação. Por outras palavras, não é apenas o ponto de partida, mas também o ponto de chegada e de saída do podcast, de modo a ter o mapa completo da produção da série áudio.

A fase de produção propriamente dita, segundo os próprios entrevistados, também envolve trabalho árduo, desde a pesquisa - principalmente no terreno - até ao guião e à gravação de vozes, como a do narrador. Como se trata de investigar acontecimentos reais, o trabalho de pesquisa de campo torna-se muito importante, pois uma determinada história, paisagem, entrevista, ambiente e som só podem ser registados *in situ*. Por isso, alguns produtores como Branca Vianna, da *Praia dos Ossos*, no Brasil, ou Nancy Castillo, do *Relato nacional*, no Chile, sublinham que a gravação deve ser feita a todo o momento, se não antes ou depois da entrevista, como por exemplo, registar o ambiente do local onde decorre a conversa com o entrevistado, ou um som característico desse espaço, para que possa ser melhor registado e utilizado na pós-produção.

No que diz respeito ao guião, a maioria dos entrevistados referiu que este é feito depois de terem todas as fontes recolhidas (entrevistas realizadas, arquivos sonoros, documentos que necessitam de ser recriados posteriormente, etc.) e os subprodutos, quer se trate de uma crónica ou de uma paisagem sonora, devidamente gravados ou prontos a serem gravados, no caso da crónica. Por outras palavras, há um trabalho indutivo na elaboração do guião, durante o qual o arco narrativo que tinha sido provisoriamente desenhado é finalmente definido. Como resultado do trabalho colaborativo que se desenvolve no seio das produtoras independentes, o guião é socializado com parte ou com toda a equipa, com o objetivo de enriquecer o texto a partir das diferentes áreas de produção e, sobretudo, de o pensar e projetar sonoramente. Se o guião funcionar, isso garante, em grande medida, que o podcast terá um bom resultado junto do público.

Em relação à terceira fase da pós-produção, é necessário dispor de todo o material gravado, o que permitirá a edição de todas as pistas, a montagem e a masterização de todo o áudio, cujas primeiras e sucessivas versões passam por uma rigorosa revisão por parte do produtor e da equipa, conforme o caso. O roteiro será ajustado, serão incluídos novos documentos sonoros, e qualquer parte ou fragmento da narração será regravado, até que o episódio esteja perfeito para ser lançado. Este pensar e repensar das diferentes versões de um episódio é um processo que pode ser tão curto ou tão longo quanto for necessário. De facto, uma frase que não tenha sido bem expressa ou que à última hora tenha sido possível gravar um entrevistado que não quisesse falar ou cujo

testemunho não pudesse ser ouvido, pode atrasar este processo mais do que o necessário. No entanto, entende-se que esta fase de pós-produção não é apenas um aspeto técnico, mas é também a etapa em que o podcast se materializa e assume um sentido narrativo, estético e sonoro enquanto produção.

Em relação aos tempos de produção e à duração de cada podcast, estes são variáveis e diferem entre produções, mesmo dentro da própria produção, uma vez que um episódio pode demorar o dobro do tempo de produção de outro da mesma série. Alguns produtores indicaram que, nalguns casos, um episódio pode demorar duas semanas, enquanto outro pode demorar um a dois meses. Tudo depende da complexidade do tema, do acesso às fontes, dos recursos financeiros e técnicos e dos métodos de produção de cada produtora independente, uma vez que os podcasts originais podem demorar o tempo que for necessário, como refere Marcus Hurst, de *La historia es ayer*, da produtora espanhola El extraordinario. Noutros casos, a produção do podcast sobrepõe-se a outras tarefas, como é o caso da Producciones del KO, de Espanha, que, para além de podcasts, produz também séries audiovisuais. Além disso, a produção é tão complexa que, por vezes, um episódio não está pronto e o seguinte está a ser feito ao mesmo tempo, como diz o próprio Hurst. Estima-se que a produção de um podcast narrativo de não-ficção, com base nos 17 podcasts estudados, pode levar entre seis meses e dois anos, enquanto o tempo médio de duração dos episódios analisados de cada podcast varia de quase 10 minutos, no caso de *La segunda muerte del dios punk*, do Erre Podcast, Argentina, a uma hora de *Segurança privada, ejército de precários*, do Fumaça, Portugal. Mais de 40% dos episódios de podcast têm uma duração média de 30 minutos, em proporção direta com o que se espera de um podcast documental "noticioso", tal como classificado pela análise dos *news podcasts do Digital News Report de 2023* (Newman et al., 2023) e como Morton (2022) entende os podcasts narrativos de não-ficção: geralmente menos de 30 minutos.

Considerar a produção de um podcast narrativo de não ficção passa hoje pela sua promoção, publicação, distribuição e relação com os ouvintes, sob pena de o podcast não se resolver enquanto projeto. Apesar de abordarmos estas diferentes sub-etapas como uma dimensão específica, esta fase é fundamental para que um podcast se integre no ecossistema sonoro digital, mesmo que isso implique, no caso específico da

promoção, a produção de conteúdos novos ou complementares para divulgar o podcast através de redes e/ou meios de comunicação.

Vários dos podcasts optaram por atribuir a determinadas pessoas as tarefas de promoção, publicação, distribuição e *community manager* do podcast, como explica Juan Serrano, do *Un periódico de ayer*, da Colômbia. Assim, o trabalho nas redes sociais, do Facebook ao Tik Tok, tornou-se um instrumento útil de comunicação digital de massas para se abrir a potenciais audiências do podcast, bem como para gerar espaços de interação virtual com a comunidade de ouvintes. Para além da publicação em plataformas e da promoção através dos meios de comunicação social e das redes sociais, algumas equipas exploraram formatos ao vivo para divulgar o podcast, desde a transmissão ao vivo de um episódio, como fez *Brazalete Negro*, de Espanha, ou uma *performance*, no caso de *Fugas*, da Argentina.

As produtoras independentes têm caminhado no sentido de uma institucionalização da produção, com funções e tarefas cada vez mais especializadas, típicas do campo jornalístico e audiovisual, uma vez que a maioria delas são jornalistas, comunicadores sociais e/ou profissionais do audiovisual. Apesar do esforço de divisão das funções e das etapas do processo de produção, estas encontram-se muitas vezes misturadas, sobrepostas ou entrelaçadas devido à horizontalidade e ao trabalho coletivo preconizado pelos produtores autónomos. No entanto, isto deve-se também não só a uma "filosofia" de produção independente, mas também ao facto de muitos destes podcasts serem produzidos "à mão", com recursos escassos e equipas muito limitadas.

Por sua vez, a promoção do podcast implica a conceção de uma estratégia prévia, que envolve a produção de conteúdos textuais, visuais, audiovisuais, etc., tanto para a página web ou sub-página web do podcast na página web da empresa produtora, como para a plataforma principal e agregadores, redes sociais, meios de comunicação social e eventos ou encontros virtuais ou presenciais com a audiência ou comunidade do podcast.

8.3. Estética sonora

Outra dimensão para a qual este estudo contribui é a compreensão da estética sonora do podcast, termo emprestado de Godinez (2016) que melhor engloba o design de som e musical que entra em tal produção.

Em relação ao Objetivo Específico n.º 3 (OE3), que procura "examinar a estética e o design de som propostos por estes podcasts", podemos reconhecer as seguintes conclusões:

A história, o narrador, os sons, a arte, o guião, a estrutura e as personagens têm um lugar de destaque no podcast narrativo de não ficção, segundo McHugh (2022). Esta arte não é outra coisa senão a mistura do nível narrativo-textual, que certamente podemos apreciar e resgatar do teatro radiofónico (Iges, 1997), com um nível visual imagético (Balsebre, 2004) que permite a mensagem sonora. No entanto, segundo Balsebre (2004), estas possibilidades da mensagem auditiva e radiofónica foram desperdiçadas pela rádio. Assim, esta função estética e expressiva do meio radiofónico tem vindo a ser revalorizada, quer através da ficção narrativa, quer através dos podcasts de não-ficção. A partir da crítica da rádio e com a ideia de recuperar a estética criativa da mensagem radiofónica de ficção (Rodero, 2005) e da arte radiofónica como possibilidade (Camacho, 2007; Rodríguez Ortiz, 2021), podem estabelecer-se pontes com esta modalidade de podcasts, pois existem enormes possibilidades de promover a criação de uma estética sonora através da narração de não-ficção. A revitalização do género dramático radiofónico (Volpini, Ruiz e Ortiz Sobrino, 2020; Rodríguez e Godinez, 2020) suscitou uma análise que nos permite fazer cruzamentos e valorizar as ferramentas sonoras da ficção para uma utilização cuidada e consciente no podcast narrativo.

Embora as pesquisas sobre design de som no podcast, em geral, e no podcast narrativo de não-ficção, em particular, sejam escassas, os resultados permitem delinear outros estudos para aprofundar a conceção do design, a sua relação com o roteiro e com o ouvinte, o design musical e as funções que os recursos sonoros e musicais têm dentro do podcast, entre outros aspectos possíveis. Godinez (2016) é um dos que mais tem explorado essa linha, no sentido de avaliar a forma estética que a obra assume, especialmente em documentários sonoros: essa forma estética expressa-se na maneira

como o autor concebe a produção e como ela é realizada, procurando a emotividade e a criatividade do ouvinte, juntamente com sua imersão na história.

As entrevistas aos produtores e a alguns dos designers de som dos podcasts permitem-nos reconstruir o processo de criação do som e os elementos que consideram para o conceber, processo que se inicia, como vimos na dimensão da produção, a partir da definição do projeto do podcast. No entanto, o tempo e os recursos para gravar ou pós-produzir, bem como para elaborar um design musical mais diegético, em relação a um roteiro concebido para o efeito, tornam a tarefa mais difícil. De facto, as produções analisadas raramente vão nessa direção, seja de forma consciente e/ou planeada. Apenas *Así como suena*, da produtora independente Puro Contenido, do México, se empenhou recentemente neste sentido, utilizando o Dolby Atmos como ferramenta de pós-produção imersiva.

A construção sonora e estética do podcast de não-ficção corresponde a uma fase importante da produção. Vários entrevistados reconhecem que designam uma ou mais pessoas para se dedicarem quase exclusivamente a este trabalho, cujo papel é criativo e não apenas técnico, uma vez que o design sonoro é criado, produzido e executado de acordo com as necessidades da história e da forma como os produtores a concebem sonoramente. Essa dimensão, que envolve desde a qualidade do som até a forma como se procura a ligação com o ouvinte, dá sinais de amadurecimento dentro da produção de podcasts. É algo próximo da criação audiovisual cinematográfica, cujas referências estão presentes na produção norte-americana, como aponta o designer de som Bernardo Afonso, da *Segurança privada, ejército de precários*, em Portugal.

Em suma, a estética sonora, que é constituída por todos os elementos que soam no podcast, desde a voz à música, é concebida em função da relação auditiva que se pretende estabelecer com o ouvinte. Isto é conseguido através da história que está a ser contada e da forma sonora que é feita.

Embora existam décadas de estudos sobre o som, ainda não há cruzamentos específicos com o podcasting. Schaeffer (1996), Chion (1999) e Chalko (2014), como vimos na discussão teórica, são elucidativos no que diz respeito à análise do som na sua dimensão acústica e emocional. A musicalidade, especificamente, é construída a partir do que

queremos provocar no ouvinte, de acordo com um determinado contexto, tanto histórico quanto de escuta do ouvinte, a fim de estimular o código imaginativo visual (Balsebre, 2004).

A música do podcast é fundamental para o enquadramento das histórias (Cazalla, 27 de novembro de 2022), pois confere ao podcast uma identidade sonora (Méndez, 2021, 24 de agosto) e dá-lhe significado narrativo e estético. Embora nos 17 podcasts estudados a qualidade do som seja boa a muito boa em 93% dos casos e 52% tenham os seus próprios design musicais, a função da música é sobretudo incidental (79% dos 103 episódios analisados). Apesar de o orçamento, como alertam Hurts, de *La historia es ayer*, de Espanha, e Afonso, de *Segurança privada, exército de precários*, de Portugal, ser um fator determinante, para além das restrições legais e económicas de acesso a música licenciada ad hoc para os podcasts em produção, os podcasts narrativos de não-ficção estudados têm ainda um longo caminho a percorrer. O ponto de destino seria a criação de design musicais próprios, diegéticos e imersivos, de modo a conseguir um design sonoro de um podcast de não-ficção, que ecoe a experimentação, a intimidade, a interação e a cumplicidade do futuro ouvinte. É interessante, para cobrir tanto esta necessidade estética como a falta de recursos, que alguns produtores se associem a artistas amigos, emergentes e/ou independentes, pois esta é uma área em que os músicos e as empresas de produção de podcasts se podem perfeitamente retroalimentar. A integração do som e da música continua a ser um desafio, tanto em termos criativos como em termos de estudo, pois muitos produtores de podcasts narrativos de não-ficção vêm do jornalismo e da comunicação, e não da música ou do som, pelo que há um campo interessante para explorar, criar e investigar. Mais ainda se esse campo assumir um carácter próprio, pois mais do que uma banda sonora, o que os podcasts precisam é de momentos, fragmentos, acordes, sons particulares, etc., que possam estimular formas específicas de produção musical para o formato.

Um aspeto que pode ser melhorado, e que contribui para este desafio, é a qualidade do som das produções. Ainda há margem para melhorar 34% (29% boa qualidade e 6% razoável) para tornar a qualidade de audição através de auscultadores uma marca da era do podcast. Mesmo que os sons "sujos" façam sentido se a "naturalidade" for procurada numa produção concebida com sons ou ambientes naturais, ou entrevistas

"no local", existem ferramentas de gravação de alta qualidade para estes espaços e podem ser consideradas como um investimento a médio e longo prazo na empresa de produção independente.

Neste sentido, o podcast narrativo de não-ficção, que se baseia em factos reais, estabelece as suas bases sonoras na realidade investigada ou relatada: ambientes naturais, sons únicos, paisagens sonoras, cenários em que as personagens se movem (a casa, o trabalho, o campo, um lugar específico, etc.) cuja gravação adquire qualidade sonora e sentido estético na pós-produção. O design de som que tem sido uma marca de "qualidade" no podcast chileno *Las Raras* tornou-se uma referência pela estética cuidada do som que têm, com uma forte base em paisagens sonoras. Isso também tem sido expresso nos podcasts investigados, desde *Praia dos Ossos*, do Brasil, passando por *Cartagena Federal*, da Colômbia, e *Sons de Lisboa*, de Portugal, até *Relato Nacional*, do Chile, que aproveitam os momentos de produção para captar e registar os sons em "bruto", à medida que são produzidos, bem como gravá-los depois de terminada a entrevista para os ter numa única faixa e com melhor qualidade. Estes espaços de produção sonora podem ainda ser completados em estúdio, com foley, quando é necessário recriar ou inventar um determinado som, cujos recursos fazem sentido no guião e na fase de edição e *masterização*.

De acordo com os resultados, 88% dos recursos sonoros são utilizados com uma função descritiva, 40% narrativa e 5% decorativa, num universo de múltiplas respostas. Embora muito mais possa ser feito no uso narrativo do som, bem como da música diegética, os produtores reconhecem que não querem cair na obviedade, mas procuram insinuar através do design de som, como defende Aitor Lagunas, de *Brazalete negro*, ou um design de som que se torne uma experiência; uma experiência cinematográfica, como entende Juan Serrano, de *Un periódico de ayer*, da Colômbia.

O design de som confere identidade sonora ao podcast, segundo uma estética em que cada voz, música, som, silêncio é pensado desde a história guiada até à sua materialização plena na edição, montagem e masterização. Os recursos musicais e sonoros, tal como as funções que possuem, podem ainda evoluir para um estado diegético e narrativo, respetivamente. Isto é conseguido com mais recursos, com guiões ainda mais elaborados, com uma colaboração estreita entre produtores e designers de

som e com a utilização de ferramentas de gravação e pós-produção que promovem a intimidade, a ligação e a imersão do ouvinte.

8.4. Financiamento e monetização

Em relação ao Objetivo Específico N°4 (OE4), que visa "determinar as estratégias ou modelos de financiamento e de monetização destes podcasts independentes", as conclusões são as seguintes:

Como vimos na discussão teórica, a questão do financiamento em sentido geral, e da monetização em sentido específico, deve ter em conta o funcionamento do mercado e das plataformas *de streaming*, as audiências dos podcasts, as estratégias de financiamento e rentabilidade e o lugar dos ouvintes no apoio a estas produções num ecossistema em constante mudança. Os principais problemas enfrentados pelos produtores independentes de podcasts narrativos de não-ficção, neste caso, são como encontrar financiamento para temas sociais, que podem ser desconfortáveis para alguns financiadores, como o suicídio, o feminicídio, a vida das pessoas trans, as vítimas de violações dos direitos humanos, a corrupção do Estado, etc., entre outros temas abordados pelos 17 podcasts estudados.

Em segundo lugar, esta modalidade de podcasting requer um grande investimento económico para se tornar realidade, em pelo menos seis meses de trabalho, de acordo com os podcasts analisados. Isto implica várias despesas em recursos humanos, tais como investigadores, produtores, guiões, designers de som, pós-produtores de áudio, etc. Ou seja, uma longa cadeia de actores, que contribuem com o seu trabalho de forma criativa, artística, técnica, produtiva, comunicacional, etc.

Em terceiro lugar, a procura de rentabilidade através da publicidade tem sido ilusória para este tipo de podcast narrativo, uma vez que os resultados mostram que a monetização é escassa ou inexistente. Como resultado do estudo dos podcasts latino-americanos emergentes, sendo vários deles narrativos de não ficção, os produtores independentes necessitariam de capacitação financeira para empreender esse tipo de projeto, segundo Rojas Torrijos et al. (2020). Essa poderia ser uma alternativa para capacitar as produtoras, já que a maioria dos produtores são jornalistas e

comunicadores sociais e audiovisuais, sem habilidades financeiras para desenvolver um modelo de gestão sustentável.

Quarto ponto. Depois vem o processo de promoção até à relação com as audiências do podcast, que é uma fase desafiante e permanente no tempo, até que as séries ou temporadas completas estejam concluídas. É também uma fase produtiva em termos de conteúdos, que são especialmente concebidos para as redes e media sociais, e também para encontros presenciais ou virtuais com a comunidade de ouvintes. Nestas instâncias, que envolvem desde o trabalho de um ilustrador até ao de um técnico de som, no caso de se pretender fazer uma apresentação ao vivo, estão recursos humanos e de tempo, que não são necessariamente compensados pelos retornos obtidos com o pagamento de um bilhete ou com a colaboração dos ouvintes, a venda de *merchandising* e outras formas de rendimento, uma vez publicado o podcast.

Esta fase de publicação, por sua vez, confronta os produtores com duas controvérsias, tanto a indexação dos podcasts (Arense-Gómez, A.; Pedrero Esteban, LM.; Terol-Bolinches, R. (2019); Martí et al. (2019), como o sistema de métricas (Alonso-Fernández et al, 2022; Entrialgo, 2022, 1 de março; Venier, 2019). Estes problemas põem em causa a transparência, a confiança e a credibilidade das plataformas, tanto por parte dos produtores, anunciantes e ouvintes, como de uma vasta gama de actores ligados à indústria (Dosdoce.com, 2024), devido ao modelo que as sustenta (Sullivan, 2019; Srnicek, 2018) e aos algoritmos com que operam (Moreno Cazalla, 2023, 26 de março).

Perante estas questões e problemas, as respostas não são exactas e não existem fórmulas fáceis de aplicar. No entanto, os podcasters independentes evoluíram desde a forma como se organizam, através de empresas de produção autónomas, como mostram os resultados, até à diversificação e atualização das suas formas de financiamento. Estas vão desde o *merchandising*, quase inexistente ou muito marginal em comparação com há 10 anos, até à experimentação de encontros, *lives* ou espectáculos ao vivo, que lhes permitem rentabilizar -ainda que minimamente- e estabelecer uma ligação cara a cara com o público. Uma forma de financiamento que está a ganhar força, devido à penetração do podcasting como um meio de comunicação de massas, é a produção de *podcasts de marca*. Sem renunciar à sua independência editorial, criativa e económica, a produção destes podcasts de marca permite aos

produtores financiar os seus podcasts originais, que de outra forma não poderiam pagar. O que está na base desta situação é que as empresas produtoras, por muito independentes que sejam das grandes empresas de produção de rádio e meios de comunicação, não se entendem como media alternativos, contra-informativos ou fora do sistema mediático, na aceção mais tradicional de media do Terceiro Sector (Barranquero e Sáez, 2021). Pelo contrário, entendem que se inserir no ecossistema do áudio é a forma de estabelecer redes, alianças, co-produções, inclusive com grandes plataformas, como fizeram o podcast *Anfibia* e *La No ficción* com o Spotify, para se tornarem sustentáveis e reconhecidos dentro da indústria.

Isto torna ainda mais necessária a construção de um modelo de negócio em torno ao podcast narrativo independente de não-ficção, como defende Juan Serrano, diretor do colombiano *Un periódico de ayer*. Um modelo de negócio não comercial é um desafio, diz o diretor de *La No Ficción*, quando um projeto completo de podcast custa entre 1.740 dólares, como foi o caso do *Sons de Lisboa*, de Portugal, e 200.000 dólares para o *Praia dos Ossos*, do Brasil, com uma média por episódio dos 15 podcasts que forneceram essa informação de quase 4.000 dólares. Este valor -revela os elevados custos envolvidos, que merecem formas de financiamento efectivas para estas histórias de sucesso, quer narrativo, quer sonoro, quer de reconhecimento e prémios

Os mecanismos mais frequentes que encontramos correspondem ao autofinanciamento em 10 casos (58,8%) e ao *branded podcast* em nove casos (52,9%), aos subsídios ou bolsas em 23,5% dos casos, aos financiadores externos em 23,5%, e ao *crowdfunding* em três podcasts, representando 17,6%. Por outras palavras, estratégias variadas que misturam o autofinanciamento e os podcasts de marca, principalmente, com outras fontes de financiamento quase na mesma proporção, como subsídios, financiadores pontuais e campanhas de donativos.

A monetização também é rara nos podcasts narrativos independentes de não ficção, como constataram Rojas Torrijos et al. (2020). Embora não seja um objetivo desejado das empresas de produção monetizar ou ter retorno para o podcast, também é verdade que as equipas humanas e os projectos por trás dele devem ser sustentados. Por isso, um modelo híbrido, por um lado comercial, para o *podcast de marca* ou o podcasting a pedido, e por outro social, através de *crowdfunding*, bolsas e financiadores externos,

pode ser uma fórmula que pode estar a dar resultados e que deve continuar a ser explorada. As estratégias de monetização mais utilizadas são as apresentações em direto do podcast, a venda de plataformas, a publicidade, a promoção cruzada, mesmo quando a publicidade é quase inexistente. Na mesma lógica social, e ao mesmo tempo de integração com outros agentes da indústria do podcast, estabelecem-se alianças com outros produtores independentes, através da *promoção cruzada*, que não gera rendimentos monetários, mas gera um capital simbólico muito importante.

Em suma, as estratégias de financiamento e rentabilidade são diversas, embora estejam em "verde", como afirma o diretor do Anfibia Podcast, Tomás Pérez Vizzón. Por exemplo, ainda há um caminho a percorrer com os financiadores e as marcas, em termos de financiamento, e com a publicidade e as receitas provenientes da venda de direitos a plataformas, para rentabilizar os podcasts narrativos independentes de não ficção na região ibero-americana.

8.5. Publicação, distribuição e relações com os ouvintes

Em relação ao Objetivo Específico 5 (OE5), que procura "determinar os processos de promoção, publicação, distribuição do podcast e a relação estabelecida com os ouvintes", obtivemos as seguintes conclusões:

O ciclo de produção do podcast só se conclui quando ele é publicado, distribuído por plataformas e agregadores e recebe o *feedback* da audiência, através dos diferentes canais criados para o efeito. Até à data, os estudos ou discussões em torno a esta fase de produção do podcast, tal como abordado na discussão teórica, são muito preliminares. No entanto, os produtores dos podcasts analisados estão cada vez mais conscientes disso e aplicam diferentes estratégias, tanto para a sua promoção como para uma relação interactiva com os ouvintes.

A tabela N°9, proposta para esta quinta dimensão de análise, ajuda a preencher essas lacunas. Com base nas contribuições de Pagella (2018), Guimarães e Azoubel (2022) e Pedraza (2023), é desenvolvida uma abordagem passo a passo para podcasts narrativos de não-ficção, desde o conceito, ideia e pesquisa prévia, para decidir que história será produzida, até a publicação e divulgação, sendo importante a verificação e ajustes prévios, como sugerido por Pagella (2018), e a manutenção do suspense através da

antecipação, como proposto por Pedraza (2023). Dessa forma, na opinião deles, o sucesso do podcast a ser lançado é garantido.

Esta última fase subdivide-se em promoção, publicação, distribuição e relação com os ouvintes, sem descurar "uma visão holística do podcast" (Morett, 2020, dezembro 10) que considere toda a cadeia de produção. Especificamente, a promoção, difusão e/ou disseminação do podcast implica a conceção de uma estratégia de comunicação, de media e de redes sociais para cada episódio e para o podcast no seu conjunto. Isto envolve desde a promoção e publicação no sítio Web da empresa produtora, ou no microsite concebido para o podcast em questão, a imagem visual, mensagens textuais, áudio, audiovisuais, etc., até à sua difusão através dos meios de comunicação e ao contacto com o público. Isto, através das redes sociais e de outras formas de comunicação, como o correio eletrónico, as perguntas dos ouvintes no Spotify, os grupos de WhatsApp, etc.

García-Marín (2020a) alerta para a necessidade de atualizar os planos estratégicos, uma vez que os concebidos agora não funcionarão necessariamente no futuro. Para isso, é necessário ter em conta a modalidade do podcast, a história, o público-alvo, os canais de difusão disponíveis, etc. Rojas Torrijos et al. (2020) fizeram uma contribuição importante no seu estudo sobre podcasts independentes latino-americanos, pois descobriram que os produtores não tinham certeza sobre quem e por que fazem o podcast, o que é essencial para a publicação de um produto. Se não estiver claro a quem se destina o episódio ou a série, será muito difícil que a estratégia seja bem desenvolvida. O conceito de Comunidade Mínima Viável, proposto por Moreno Cazalla (2022, 13 de maio), entendido "como o menor grupo de pessoas necessário para se unir por um propósito compartilhado", pode ser uma boa alternativa, limitada e possível ao longo do tempo, para desenhar uma estratégia que forme uma comunidade mínima em torno do podcast, apelando ao sentimento de pertença e ao vínculo emocional com o ouvinte. Este conhecimento da audiência deve incluir também o seu género, grupos etários, podcasts preferidos, etc. (Podcasteros, 2022). No caso dos 11 podcasts que forneceram informação sobre o género, há uma tendência para que sejam mais ouvidos por homens, embora existam nuances. Por exemplo, o *Praia dos Ossos*, que trata do feminicídio de uma mulher da alta sociedade brasileira em meados da década de 1970,

atraiu maioritariamente ouvintes do sexo feminino (72% contra 26% de homens). Em termos de grupos etários, não há dúvida de que os ouvintes da maioria dos podcasts têm entre 28 e 44 anos. Este dado é muito relevante, pois permite desenhar uma estratégia direccionada para este grupo, com base nos seus gostos e preferências.

Para além da idade, género e preferências de podcast, importa também saber quais as plataformas mais utilizadas e como os ouvintes chegam a essas plataformas, quando 65% o fazem através das redes sociais, 55% através de recomendações de amigos e 54% através de recomendações de outros podcasters, de acordo com o inquérito ibero-americano realizado pela Podcasteros (2022). Neste sentido, todos os podcasts têm o seu próprio website - com exceção do *Transhistorias de cuidados* do Peru - enquanto as principais plataformas utilizadas para publicar os seus episódios são Spotify (100%), Apple (81%), e Google Podcast (50%), que a partir de maio de 2024 migrará para o Youtube Music. O importante aqui é que todos os podcasts estudados distribuem a sua produção em pelo menos três ou quatro plataformas, a fim de alcançar mais públicos potenciais.

Outra forma interessante de chegar a outros públicos é através de alianças com estações de rádio (*Transhistorias de cuidados*, do Peru, *La segunda muerte del dios punk*, da Argentina) e meios digitais (*El estallido de las cosas*, do Chile, e *110 histórias, 110 objetos*, de Portugal). Como complemento a estes, os sítios web, ou microsites de podcast, são uma excelente montra para acrescentar material e gerar processos *crossmedia* ou *transmedia*. É o caso de *Praia dos Ossos*, do Brasil, e *Segurança privada, exército de precários* e o mesmo *110 histórias, 110 objetos*, de Portugal, que oferecem ao ouvinte uma série de textos, áudios, links, transcrições dos episódios, entre outros. Dessa forma, o ouvinte fica sabendo tudo o que está por trás do podcast ou contribui para ampliar "a história da história" que está a ser contada.

Embora alguns podcasts tenham uma frequência irregular de publicação, a maioria opta por uma frequência semanal para manter o interesse dos ouvintes, período durante o qual podem aplicar uma estratégia de promoção e fidelização de ouvintes. Dado que os 17 podcasts gerem as redes sociais da empresa produtora ou meio de comunicação e cinco deles têm as suas próprias redes, a promoção através das redes sociais requer a produção de conteúdos específicos e complementares à publicação, como explicou

Sebastián Ortega, da *Fugas*, da Argentina. Para esta fase, a guia concebida (tabula N°10) para elaborar uma estratégia de rede e de mídia pode ajudar. Este consiste em 9 passos: ser claro sobre a história, o enredo e os ganchos; conhecer o público, definir objetivos; desenvolver a estratégia para os meios de comunicação e redes sociais; selecionar as redes sociais; conceber as mensagens favorecendo estratégias transmídia; ligar-se a plataformas, redes e outros podcasts; conceber estratégias ao vivo ou virtuais para se ligar aos ouvintes; e avaliar o desempenho (número de seguidores, interação, etc.).

Um dos objectivos finais, mais do que conseguir um maior número de ouvintes, é conseguir qualitativamente mais participação, interatividade e *engagement por parte da audiência*. Ou seja, como os produtores podem passar da participação digital (Jenkins et al., 2015) para a participação e interação específicas no podcast (García Marín e Aparicio, 2018), bem como estabelecer uma ligação afectiva (Euritt, 2023) e um maior envolvimento dos ouvintes, tanto em termos de identificação com o podcast como financeiramente, através de adesão ou donativos. Para isso, os produtores devem entender que *o engagement* está relacionado com as características do podcast, com os hábitos de consumo e com a alfabetização dos ouvintes (García-Marín, 2020a). Neste caso, um podcast narrativo de não-ficção, ouvido marginalmente mais por homens, e com ouvintes que têm maioritariamente entre 28 e 44 anos, dá algumas pistas para desenvolver experiências mais interativas com os ouvintes, de acordo com os seus perfis.

Com base em tudo isto e na importância desta dimensão para o sucesso final de um podcast desta modalidade, a difusão por si só não garante nada se a história não for valorizada e se não se criar uma comunidade em torno a ela, através de processos participativos e interactivos. Esta interação é gerada através de estratégias virtuais e presenciais, que podem levar a um maior envolvimento político, económico e comunicacional por parte dos ouvintes. Em contraste com os resultados regulares que esta dimensão produziu nos poucos estudos existentes (Carvajal, 2023; García-Marín, 2020a; Rojas Torrijos et al, 2020), os podcasts estudados mostram sinais positivos de crescimento neste aspeto, inovando com novas estratégias como sessões de escuta e performance, o uso do Tik Tok como rede social para envolver as novas gerações, e

campanhas como “Hazte cómplice”, de La No Ficción, da Colômbia, ou “Apóyanos”, do *Relato nacional*, do Chile, para gerar uma comunidade que apoie este tipo de podcast.

8.6. Estado do podcasting independente

Em relação ao Objetivo Específico N°6 (OE6), que procura "estabelecer a contribuição destas produções independentes de podcast no mercado espanhol e português de produção sonora", são apresentadas as seguintes conclusões, primeiro através das percepções dos entrevistados e, finalmente, através de um balanço das cinco dimensões acima referidas.

As motivações que todos os produtores têm para produzir as histórias que contam reafirmam o seu sentido de independência, na medida em que procuram resgatar acontecimentos do passado, tanto longínquo como recente, que outros podcasts ou produtos jornalísticos não fariam, para lhes dar um contexto histórico que permita a sua valorização no presente. *Si no sabéis de mí* (Espanha), *Un periódico de ayer* (Colômbia), *Brazalete negro* (Espanha), *Fugas* (Argentina), *El estallido de las cosas* (Chile) e *Praia dos Ossos* (Brasil), *Até que se prove o contrário* (Brasil), etc., vão nesse sentido. Enquanto isso, outros podcasts procuram narrativas pessoais na tentativa de ressaltar os temas universais que envolvem essas histórias, como *Cartagena Federal*, *Sons de Lisboa*, *Transhistorias de cuidados*, *Cuir*, etc.

Com essa mesma motivação para fazer o podcast e para continuar a fazer produções originais deste género, muitos produtores têm consciência de que produziram sem financiamento, porque acreditam no projeto e defendem-no editorialmente. Esta é uma das conclusões mais importantes da conversa com os 25 produtores, coordenadores e designers de som dos 17 podcasts narrativos de não-ficção. Neste diálogo pudemos conhecer, com base nisso e no sucesso que estas produções têm alcançado, a percepção do estado atual dos podcasts baseados em acontecimentos reais e o que o futuro lhes reserva, quando três dos podcasts estudados ainda estão a produzir novas temporadas, como *Brazalete negro*, de Espanha, *Así como suena*, do México, e *La segunda muerte del dios punk*, da Argentina, cuja informação constitui uma novidade no final desta investigação. Os restantes produtores estão a trabalhar em novos podcasts narrativos.

Três aspetos são importantes para o cenário que o podcasting narrativo de não-ficção enfrenta em 2024, que também se prevê ser um ano difícil para a indústria e para o financiamento deste tipo de histórias. Neste sentido, os entrevistados sublinham que, após o boom que ocorreu com o podcast em geral, o sector está a estabilizar. Embora existam diferenças entre os Estados Unidos e a Europa -principalmente a Espanha no nosso caso- e o resto dos países estudados, uma vez que esses países estão mais avançados como indústria em comparação com a América Latina.

Entretanto, o financiamento e a monetização são simultaneamente um problema e um desafio, pois apesar dos 10 anos de expansão do formato podcast narrativo de não-ficção, após *Serial* (2014), as produtoras independentes não conseguiram ganhar uma posição de destaque para financiar e monetizar estes podcasts. Isto envolve toda uma cadeia, como reconhecem, que vai desde os elevados custos de um podcast deste género (quase 4 mil dólares por episódio, em média), o tempo de produção de 6 meses a dois anos, a concorrência com outros produtos culturais, até à forma como as plataformas funcionam (desde o sistema de métricas, passando pelos algoritmos, até aos efeitos da venda dos direitos de um podcast). Neste cenário, um modelo de negócio sustentável é um desafio, num contexto em que os podcasters terão de "aprender a prescindir dos investimentos das grandes plataformas, redefinir a estratégia de negócio, promover a qualidade e a experimentação, e abraçar a comunidade", como alerta Heb (2024, 5 de fevereiro).

O paradoxo é que, embora vejam o financiamento como um obstáculo, não percebem a comercialização como um desafio para o futuro, mas entendem que a inovação nos formatos e a construção da marca podcast são mais relevantes nesse sentido. Os produtores destacam que a produção independente é aquela que experimenta, moderniza e produz outros tipos de conteúdo, renovando linguagens e formatos, com selo de qualidade narrativa e sonora.

Um aspeto relevante de que falamos na dimensão da produção é a institucionalização do sector do podcast independente -e da não-ficção narrativa, neste caso-. Alguns produtores destacam esse aspeto como um campo em formação e a ser nomeado de alguma forma. Esse passo da desprofissionalização (Berry, 2016) para um campo profissional, que se distancia dos primeiros produtores *amateur* do podcast, é visto

como um espaço em construção, que se dá pela forma de organização, pelas redes e alianças com outras produtoras independentes, por um modelo de negócio e pela consolidação de uma comunidade de ouvintes que valoriza, apoia e financia esse tipo de podcast.

Assim, esta pesquisa contribui para mostrar um panorama da produção independente de podcast narrativo de não-ficção em espanhol e português, a partir do qual podemos inferir vários aspectos que impactam no mercado de áudio podcast: Os temas sociais e as narrativas com que constroem as suas histórias actualizam, renovam e ultrapassam as narrativas tradicionais da rádio e dos media em geral; fazem uma produção mais consciente e sabem da importância de todo o processo, desde a concepção da ideia até chegarem diretamente aos ouvintes, através dos diferentes canais de interação que criam ou desenvolvem; a estética sonora está em processo de evolução para designs sonoros e musicais próprios, mais diegéticos, narrativos e imersivos. O financiamento e a monetização são um problema e um desafio por resolver, 10 anos após a exploração deste género; um modelo híbrido, entre comercial e social, pode ser a garantia da sua sustentabilidade futura; enquanto a fase de promoção, publicação, distribuição e relação com as audiências ganha cada vez mais força para este tipo de podcast, que procura o reconhecimento e o apoio das audiências, tanto a nível político -pelas histórias que abordam- como económico e social.

8.7. Limitações e projecções

Embora os resultados sejam auspiciosos e promissores num campo ainda pouco explorado a esta escala, o estudo é tão vasto -17 podcasts analisados de oito países, através de 25 entrevistas e 103 episódios analisados - que, por vezes, o objeto de estudo se torna difícil de gerir para uma interpretação mais aprofundada.

Em todo o caso, o objetivo deste estudo exploratório-descritivo, tanto a nível teórico como analítico nos resultados, é examinar cada uma das dimensões de toda a cadeia de produção e de valor do podcast, e aproximar-se de um nível comparativo que nos permita construir uma radiografia precisa do podcast narrativo de não-ficção feito na Ibero-América.

Nesse sentido, foi possível estabelecer bases sólidas sobre os conceitos de não-ficção narrativa e podcast independente, bem como examinar dimensões ainda não exploradas, como a estética sonora e a relação com os ouvintes, cada vez mais dinâmica e surpreendente. Abordámos também as formas de produção, sobre as quais havia mais conhecimento prático do que teórico, e pudemos atualizar as formas de financiamento e monetização dos podcasts, o que deixa muitos desafios para o sector independente e para a indústria em geral, que aposta neste tipo de histórias reais. Finalmente, contribuímos com uma análise frutuosa das narrativas sonoras e das estruturas que são utilizadas atualmente para contar uma história. Esta área mostra que o jornalismo sonoro vive um bom momento para captar novos públicos, que procuram temas contados de forma atractiva e que privilegiem a ligação emocional com os ouvintes. As estruturas narrativas actualizam a arte de contar histórias, combinando o antigo e o novo, através de meios narrativos, estéticos e sonoros.

Os resultados revelam que este tipo de podcast em espanhol e português ainda está em processo de expansão, tanto em termos de narrativa e estética, como em termos de modelo de negócio e relação com as audiências.

Este facto pode, por si só, constituir a base para novas investigações sobre o podcasting narrativo de não-ficção. Cada dimensão em si pode dar origem a um estudo mais aprofundado: as narrativas sonoras e os modelos e estratégias de financiamento, em que há maior desenvolvimento e conhecimento, e que aqui contribuímos para atualizar, podem ser alargados a outros países e produtores; enquanto as dimensões mais exploratórias, como a produção, a estética e a relação com os ouvintes, podem aproximar-nos das estruturas organizativas, da criação sonora e musical, e das formas de participação e interação, respetivamente, essenciais a esta modalidade de podcast.

8.8. Guia para a produção independente de podcasts narrativos de não-ficção

Depois de "determinar o estado atual do podcasting independente na Ibero-América com base em podcasts narrativos de não-ficção", como Objetivo Geral N°1 (OG1) e "comparar as produções de podcasts narrativos independentes em relação às suas dimensões narrativas, estéticas, de produção, financiamento e monetização, e à sua promoção, publicação, distribuição e relação com as audiências", como Objetivo Geral

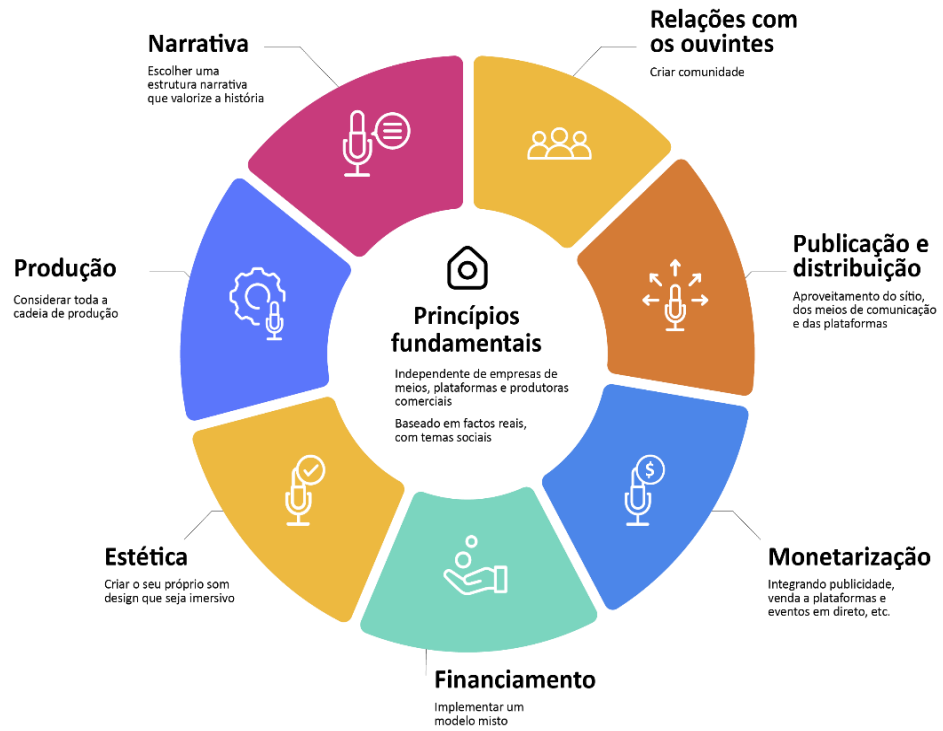
Nº2 (OG2), podemos responder ao objetivo geral 3, que procura propor um modelo ou guia para a produção de um podcast narrativo independente de não-ficção.

Esta guia, embora possa ser melhorado e seja o início de um caminho a seguir, deve partir do pressuposto de que os produtores têm certeza sobre para quem e porquê estão a fazer um podcast desta modalidade (Rojas Torrijos et al., 2020). Caso contrário, o podcast perde a bússola se não houver conexão entre a produção, a história e os ouvintes. Portanto, desde a conceção, ideia e pesquisa prévia até a sua divulgação e ações de relacionamento com os ouvintes são fundamentais para que o podcast narrativo, baseado em acontecimentos reais, cumpra um ciclo virtuoso e holístico (Morett, 2020, dezembro 10).

Assim, esta guia pretende ser um quadro de referência para a compreensão e produção do podcast narrativo de não-ficção, com as suas particularidades e a forma como pode ser concebido e executado.

Infografia N°2

Síntese dos principais princípios e dimensões da produção de podcasts narrativos independentes de não-ficção



Fonte: elaboração própria



Princípios fundamentais

Aspectos gerais

Independência em relação à propriedade dos media, às plataformas e às empresas de produção comercial.

.....

Narração baseada em factos reais que podem ser investigados em profundidade por diferentes meios jornalísticos, sociais, artísticos, sonoros, estéticos, etc.

.....

Temas sociais que pretendem ser transformadores.

Características específicas

- Independência editorial para que o podcast possa assumir a abordagem autoral que caracteriza estes podcasts.
- Independência criativa para que o podcast assuma a forma que os produtores desejarem, através de diferentes meios e línguas.
- Manter a autonomia produtiva para garantir a concentração e a qualidade narrativa e sonora.
- Independência económica para que o podcast e a produtora se possam sustentar ao longo do tempo, através de várias estratégias de financiamento e comercialização com agentes públicos, privados ou sociais.
- Estabelecer relações com os vários intervenientes na indústria digital e de podcasts para promover a criação de redes e o valor da marca, desde a produção à publicação e distribuição.



Dimensão

Narrativa

Aspectos gerais

Construir uma narrativa sonora com base na história e na ligação com o ouvinte.

Características específicas

- Selecionar temas sociais, quer sejam narrações históricas ou pessoais, que tenham um significado universal.
- Explorar outras estruturas narrativas, acrescentando outros recursos, técnicas e ferramentas para melhorar a história.
- Utilização da estrutura clássica com uma série de recursos, técnicas e ferramentas que actualizam esta ordem e valorizam a história.
- Utilização de géneros jornalísticos radiofónicos, artísticos e experimentais.
- A história deve ser construída de acordo com a narrativa e a imersão sonora do ouvinte.
- O narrador como guia da história, por mais objetivo que seja na maioria dos casos, com base na ética jornalística e na veracidade dos factos investigados.
- Utilização de arquivos, especialmente do som, e da história de vida para estabelecer uma ligação com o público.



Dimensão

Produção

Aspectos gerais

Considerar toda a cadeia de produção, desde a pré-produção até à relação com o público.

Características específicas

- As questões sociais, seja através de narrativas históricas ou pessoais, são o ponto de partida que caracteriza os podcasts narrativos independentes de não-ficção, cujo tema e abordagem os distingue dos meios de comunicação social e podcasts tradicionais.
- Equipas profissionais e especializadas, que tendem a ser horizontais.
- Entrevistas, documentários e crónicas são os géneros mais utilizados.
- O ensaio paisagístico e sonoro e a ficção, como géneros secundários mas significativos.
- A qualidade do som é a imagem de marca do podcast, embora a naturalidade, a atualidade e os meios de produção disponíveis sejam também privilegiados.
- A serialidade caracteriza estas produções, de modo a manter um público cativo.
- A duração média de cada episódio é de cerca de 30 minutos.



Dimensão

Estética

Aspectos gerais

Desenvolver o seu próprio som e design musical

Características específicas

- A estética ou a forma sonora que a história assume é um eixo fundamental da receção do podcast.
- Recursos sonoros que exploram funções descritivas e narrativas.
- Música que tira partido das suas funções incidentais ou extradiegéticas, mas sobretudo diegéticas, para conseguir uma narrativa imersiva.
- O designer de som desempenha um papel criativo no podcast.
- Explorar recursos de gravação e pós-produção para aumentar a imersão do ouvinte, como binaural e atmos, respetivamente.
- A narração, as vozes, a conceção musical e todos os recursos e efeitos sonoros conferem ao podcast a sua identidade sonora e estética.
- Apoio cinematográfico e audiovisual para a inspiração e criação de design de som imersivo.



Dimensão

Financiamento

Aspectos gerais

Diversificação das fontes de financiamento e utilização de estratégias diferenciadas

Características específicas

- Ao procurar financiamento, não esquecer as motivações, objetivos e interesses tanto do podcast como da empresa produtora.
- Preparar um argumento de venda, um dossier e/ou um trailer para procurar financiamento, uma vez definidos a história, as fontes e o arco narrativo provisório.
- Financiamento público e/ou privado, através de bolsas de estudo ou subsídios.
- Financiamento privado através da produção de *podcasts de marca*.
- Financiamento através de plataformas ou meios de comunicação social.
- Campanhas de *crowdfunding* ou de donativos da comunidade de ouvintes ou de outros actores estratégicos.



Dimensão

Monetização

Aspectos gerais

**Procurar retornos económicos
através de relações com actores
e ouvintes estratégicos.**

Características específicas

- Procurar publicidade com actores-chave ou actores relacionados com o tema e o tratamento do podcast.
- Apresentações ao vivo, em diferentes formatos, como um programa de episódios ou uma sessão experimental ou performativa do podcast.
- Venda do produto a plataformas ou a outros intervenientes no sector do entretenimento, embora devam ser considerados os efeitos da venda de direitos de autor.
- Como monetização intangível, a promoção cruzada com outros podcasts narrativos independentes de não-ficção para criar uma rede e aumentar as audiências.



Dimensão

Publicação e distribuição

Aspectos gerais

Envolver o público

.....

**Explorar os meios de difusão,
de publicação e de distribuição.**

Características específicas

- Esta última fase considera a promoção, a publicação, a distribuição e as relações com os ouvintes.
.....
- Conceber uma estratégia de promoção do site, dos meios de comunicação social e das redes sociais, centrada no público-alvo do podcast, principalmente.
- Estabelecer alianças estratégicas com os meios de comunicação social radiofónicos e/ou digitais para promoção e difusão e/ou publicação.
.....
- Manter uma frequência regular de publicação.
.....
- Ter uma plataforma principal e outros agregadores, para abranger mais públicos de interesse.



Dimensão

Relação com os ouvintes

Aspectos gerais

Criar uma comunidade de ouvintes através de estratégias online e offline

Características específicas

Online

- Interação em plataformas e redes de redes sociais.
- Interação através de correio eletrónico ou formulários de contacto.
- Interação através de reuniões ou sessões virtuais.

Offline

- Sessões de audição ou clubes.
- Espectáculos ou apresentações ao vivo.
- Participação em festivais ou produção de eventos.
- Sessões de experimentação transmédia baseadas no podcast.

Fonte: elaboração própria

Concluimos assim uma longa viagem, na qual pudemos analisar toda a cadeia de produção e valor dos podcasts narrativos de não-ficção, através de 17 podcasts ibero-

americanos, comparar as suas produções em cinco dimensões e conhecer a perceção dos produtores sobre o cenário atual e futuro.

Estes podcasts narrativos de não-ficção com temas sociais, sejam eles narrativas históricas ou pessoais com vocação universal, procuram transformar a realidade através destas histórias. Isto reflete-se de uma forma muito forte e significativa no quinto e último episódio do podcast espanhol *Si no sabéis de mí*, de España, quando ocorre um acontecimento inesperado, após um ano de gravação do podcast e depois de o produtor e narrador, Patxi Beldeu, não ver o protagonista da história, Martín, um combatente espanhol no Curdistão iraquiano, durante oito meses: há algumas semanas, dois colegas de Patxi foram assassinados no Burkina Faso enquanto gravavam um documentário. Os autores do crime eram jihadistas, os mesmos contra os quais Martin estava a lutar em nome do povo curdo. Perante esta situação, Martin diz a Patxi que "deve seguir o legado de David e do seu outro colega, continuar a contar histórias; denunciar estas atrocidades; porque a narrativa é uma arma". Este é o valor de contar uma história através de meios sonoros, narrativos e estéticos, e de uma forma independente, quando estas histórias -muitas delas "mínimas", escondidas ou desconhecidas- não são contadas pelas grandes plataformas e meios de comunicação social, nem são apoiadas por financiadores.

Estes podcasts independentes destacam-se pela definição de uma produção áudio alternativa aos media tradicionais, pelas motivações e perfil dos seus produtores, pela liberdade editorial e criativa, pelo interesse em desenvolver novas narrativas e formatos inovadores, pela procura de um modelo de negócio -mesmo que este não seja a sua prioridade- e pela participação e interação com a audiência através de campanhas de donativos, sessões ao vivo e experimentais.

Neste sentido, a guia proposta pode ser um percurso a seguir, desde os princípios ou bases fundamentais que movem esta modalidade de podcasting até às diferentes etapas ou dimensões envolvidas numa produção deste tipo.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Adler, F. (2022). Podcasting about yourself and challenging norms: An investigation of independent women podcasters in Denmark. *Nordicom Review*, 43(1), 94–110. <https://doi.org/10.2478/nor-2022-0006>

Adler, F. (2021). The tension between podcasters and platforms: Independent podcasters' experiences of the paid subscription model. *Creative Industries Journal*, 15 (1), 58-78. <https://doi.org/10.1080/17510694.2021.1890417>

Aguilera, M. y Arquero, I. (2017). La ficción sonora y la realización en directo: el reto de RNE. *Área Abierta*, 17(1), 117-146. <https://doi.org/10.5209/ARAB.54404>

AIMC (2023). *Marco general de los medios en España*. https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2023/02/Marco_General_Medios_2023.pdf

AIMC (2022). *Marco general de los medios en España*. <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2022/01/marco2022.pdf>

Alexander, B. (2011). *The new digital storytelling: creating narratives with new media*. Praeger.

Alonso-Fernández, J.A., Rodríguez-Luque, C. y Legorburu-Hortelano, J.M. (2022). Radio does not die on the air: Podcasting and on-demand broadcast strategies among speech-based radio stations. *Profesional de la información*, 31(5), e310508. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.08>

Álvarez, R. (2017, febrero 14). *Sobre las estructuras narrativas en el relato cinematográfico*. <https://bit.ly/49u9RF6>

Amoedo, A. (2023). *La escucha de podcast se consolida en España*. <https://bit.ly/4aJEwPW>

Antunes, M. J., y Salaverría, R. (2020). Examining independent podcasts in Portuguese iTunes. En Stephanidis, C. y Antona, M. (eds.). *Communications in Computer and Information Science* (pp. 149-153). Springer International.

Antunes, M. y Salaverría, R. (2018). PodcastSpain: análisis de los podcasts de audio más populares en iTunes de España. En: Antunes, M. y Salaverría, R. (coords.). *Actas del VI Congreso internacional de la AE-IC, comunicación y conocimiento* (pp. 1753-1770). Asociación Española de Investigación de la Comunicación.

Arense-Gómez, P., Terol-Bolinches, R. y Pedrero-Esteban, L. (2019). La indexación del podcast en las plataformas de audio digital: criterios y estrategias de categorización. *Textual & Visual Media*, (12), 1-15.

Avilés, C. (2022). De la radio al podcast: tipologías, dimensión estructural, géneros y formatos en la producción de podcasts de las principales radios argentinas. *Austral Comunicación*, XI (2), 1-35. <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.avi>

Audiogen.es (2024, mayo 12). *Lo que el boom del audio nos dejó*. <https://bit.ly/4arAbA4>

Audiogen.es (2024, enero 28). *¿Suben o bajan las escuchas de podcasts?* <https://bit.ly/4bHqLBC>

Auxier, B.; Matheson, B.; Stewart, D. y Westcott, K. (2024, enero 19). *Shuffle, subscribe, stream: Consumer audio market is expected to amass listeners in 2024, but revenues could remain modest*. <https://bit.ly/4ayhbAN>

Bachura-Wojtasik, J. (2018). New communication practices on the radio and in the audiosphere. *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica*, 43(5), 51–66. <https://doi.org/10.18778/1505-9057.43.04>

Balsebre, A., Ortiz-Sobrino, M. Á. y Soengas-Pérez, X. (2023). Radio crossmedia y radio híbrida: la nueva forma de informarse y entretenerse en el escenario digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 17-39. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1848>

Balsebre, A. (2004). *El lenguaje radiofónico*. Cátedra.

Balsebre, A., Mateu, M. y Vidal, D. (1998). *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Cátedra.

Banqueri-Barra, R. (2020). *El podcasting en España: principales métodos de monetización*. Trabajo de fin de grado. Universidad de Zaragoza. <https://zaguan.unizar.es/record/95262/files/TAZ-TFG-2020-2244.pdf>

Barranquero, A. y Sáez, Ch. (coords). *La comunicación desde abajo. Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España*. Gedisa.

Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Akal Ediciones.

Batista, J. (2020, diciembre 21). *Podcast narrativo de não-ficção: a experiência de 3 produtores independentes no Brasil*. <https://bit.ly/4awTWao>

Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015: nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Universidad Nacional de Quilmes y Observacom.

Benjamin, W. (1991). *El narrador*. Taurus.

Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio.' *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7–22. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1

Berry, R. (2006). Will the iPod kill radio star? Profiling podcasting as radio. *Convergence*, 12(2), 143-162.

Bialek, M, (2014). Radio documentary in times of media convergence. En Oliveira, Madalena, Stachyra, Grażyna y Starkey, Guy (Eds.). *Radio: The Resilient Medium, Centre for Research in Media and Cultural Studies* (pp. 257-265). University of Sunderland,

Biewen, J. (2010). Introduction. En Biewen, J. y Dilworth, A. (eds.). *Reality radio: Telling true stories in sound* (pp.1-14). Center for Documentary Studies at Duke University.

Blanco Hernández, M., José López Rivero, A., Rodero Antón, E., y Corredera de Colsa, L. E. (2013). Evolución del conocimiento y consumo de podcasts en España e Iberoamérica. *Trípodos* (33), 53-72.

Bonini, T. (2015). "La 'segunda era' del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital". *Quaderns del CAC*, 18(41), 21-30. https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q41_Bonini_ES.pdf

- Boling, K. S. (2019). 'True crime podcasting: Journalism, justice or entertainment?'. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 17(2), 161–78, https://doi.org/10.1386/rjao_00003_1
- Bonixe, L. (2006). *Um olhar sobre o podcasting português*. <https://bit.ly/4aRdcPx>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. G. Richardson (Ed.). *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (2000). Las formas del capital: capital económico, capital cultural y capital social. En P. Bourdieu (coord.). *Poder, derecho y clases sociales* (pp. 131-164). Editorial Desclée de Brouwer.
- Brennen, B. (2017). *Qualitative Research Methods for Media Studies*. Routledge.
- Bridge Ratings and Research (2006). *Podcasting to Hit Critical Mass in 2010*.
- Bruzzi, S. (2022). La creación de un género, *laFuga*, 26. <https://bit.ly/43Zg0l0>
- Bulow, M. (2022, diciembre 7). *Principais modelos de estrutura do podcast narrativo*. <https://bit.ly/3JncVIh>
- Caballero-Escusol, A., Nicolas-Sans, R. y Bustos Díaz, J. (2021). El impacto de las plataformas de podcast en redes sociales: Estudio de caso en las cuentas oficiales de iVoox y Anchor en Instagram, Facebook y Twitter. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, 25(25), 92-105. <https://doi.org/10.7263/adresic-025-05>
- Camacho, L. (2007). *El radioarte*. Trillas.
- Carles, J.L. (2009). *El paisaje sonoro, una herramienta interdisciplinar: análisis, creación y pedagogía con el sonido*. Centro Virtual Cervantes. <https://bit.ly/3VPVRSW>
- Carvajal, J. (2023). *Marketing digital para podcasts. El caso de Relato Nacional (Chile)*. Trabajo final de Máster. Universitat de Barcelona. <https://bit.ly/49y01Cc>
- Cea, N. (2017). Modelo comunicativo de la ciberradio: estudio de las principales emisoras europeas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(2), 953-968. <https://doi.org/10.5209/ESMP.54245>

- Cebrián Herreros, M. (2008). *La radio en Internet*. Editorial La Crujía.
- Chalkho, R. J. (2019). Diseño sonoro y producción de sentido: la significación de los sonidos en los lenguajes audiovisuales. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación* (50), 127-252. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi50.1372>
- Chan-Olmsted, S. y Wang, R. (2022). Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. *New Media & Society*, 24(3), 684-704. <https://doi-org.bucm.idm.oclc.org/10.1177/1461444820963776>
- Chion, M. (1999). *El sonido. Música, cine, literatura...* Paidós.
- Cinco días (2023, septiembre 11). *Nace WePod, el proyecto europeo liderado por PRISA Audio que creará 24 podcasts transfronterizos*. <https://bit.ly/3JhLzDC>
- Contreras, L. M., García-Marín, D., y Ardini, C. G. (2022). Anatomía del transpodcaster: Un nuevo perfil de productor en el podcast independiente. *Austral Comunicación*, 11(2), 1-31. <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.con>
- Comscore (2023). *Informe global sobre el consumo digital*. <https://bit.ly/48uxE8p>
- Comscore (2022). *South Cone/Central America Media Study*. <https://bit.ly/3PRoLys>
- Comscore (2021). *Cambios del consumo digital en América Latina durante 2020/21*. <https://bit.ly/3PS7eWY>
- Cordeiro, P. (2022). Podcast, vodcast ou podmedia: o vídeo enquanto podcast e o podcast que também é vídeo. Precisamos de uma nova designação para o podcast?. En Santos, S. y Miranda, J. (coords.). *O Podcast e as novas dinâmicas dos conteúdos sonoros no ambiente digital* (pp. 95-117). Universidade de Coimbra.
- Cordeiro, P., y Paulo, N. (2014). A rádio numa app: convergência multimédia e os conteúdos da rádio. *Media & jornalismo* 24 (13), 117-133.
- Cordeiro, P. (2012). Radio becoming r@dio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective. *Participations, Journal of audience and reception studies*, 9(2), 492-510.

Cornejo Montibeller, A. (2018). Paisaje sonoro y documental. En Beauvoir, Ch. *Historias, terrenos y aulas: la narrativa sonora en español desde dentro* (pp. 75-93). Ediciones Uniandes.

Cruz, S. (2022, noviembre 14). 'Podcasts' periodísticos en un mundo lleno de ruido. <https://bit.ly/3JhLCPO>

Dann, L. (2014). Only half the story: radio drama, online audio and transmedia storytelling. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 12(1-2), 141-154.

Da Silva, F. y Núñez, G. (2021). *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia*. CEPAL.

De Beauvoir, Ch. (2015). El documental radiofónico en la era digital: nuevas tendencias en los mundos anglófono y francófono. *Revista Razón y Palabra*, 90, 1-27.

Diário de Notícias (2024, marzo 21). Consumo de 'podcasts' em Portugal cresce 33% em seis meses. <https://bit.ly/3UOaOCL>

Díaz, S. (2023, julio 1). “Gran parte del mejor periodismo narrativo actualmente se está contando a través del sonido”: María Jesús Espinosa”. <https://bit.ly/3JieYgW>

Dirconfidencial (2023, septiembre 5). Sonora aplica un ERE y despide a la mayoría de su plantilla. <https://bit.ly/3VRIwti>

Dosdoce.com (2024, enero 25). La industria del audio en español crece un 75% en un año. <https://bit.ly/49HZygU>

Dosdoce.com (2023, marzo 23). Mapa de la industria del audio en español. <https://bit.ly/3vRUys8>

Dwyer, P. (2012). Online Radio: A Social Media Business?. En Friedrichsen, M. y Muhl-Benninghaus, W. (eds.). *Handbook of Social Media Management* (pp. 1-36). Springer-Verlag.

Edison research (2023). *The podcast consumer 2023*. <https://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2023/03/The-Podcast-Consumer-2023-1.pdf>

El cañonazo (2017). «*Le llamaban padre*» : el premio a un documental sonoro sobre pederastia. <https://bit.ly/3Q1Uih3> (recuperado el 8 de enero de 2024).

El Espectador (2022, abril 27). *Spotify crece en usuarios e ingresos en el primer trimestre de 2022*. <https://bit.ly/3TQm2Gq>

El País (2017, abril 6). *El Periódico de Catalunya, Univisión Noticias, Yander Zamora y Alma Guillermoprieto, Ortega y Gasset 2017*. <https://bit.ly/3TV4bOG>

Entrialgo, D. (2022, marzo 1). *Cuando el podcast suena, ¿dinero lleva?*. <https://bit.ly/3Q4Anhl>

Escobar, S. (2019, noviembre 15). *Truman Capote y el inicio del 'true crime': 60 años del caso que destapó 'A sangre fría'*. <https://bit.ly/3TV6xNA>

Espinosa de los Monteros, M. J. (2020, septiembre 30). *El diseño sonoro: una joya invisible*. <https://bit.ly/49yEF7E>

Espinosa de los Monteros, M.J. (2020, octubre 17). *El imparable auge del podcast*. <https://bit.ly/3ML0vLJ>

Estación Podcast (s/f). *Nace el Circuito Iberoamericano de Podcast*. <https://bit.ly/3xscQ3q>

Euritt, A. (2023). *Podcasting as an Intimate Medium*. Routledge.

Faus, Á. (1974). *La radio: introducción al estudio de un medio desconocido*. Guadiana de Publicación.

Fernández Sande, M. (2015). Radio Ambulante: Narrative radio journalism in the age of crowdfunding. En Bonini, T. y Monclús, B. *Radio audiences and participation in the age of network society* (pp. 176-194). Routledge.

Fernández Sande, M. y Rodríguez Pallares, M. (2022). Big data in radio broadcasting companies: applications and evolution. *Profesional De La información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.16>

Fernández Sande, M. y Peinado Miguel, F. (2012). La empresa radiofónica actual. En Gallego Pérez, J. y García Leiva, T. (coords.). *Sintonizando el futuro: radio y producción sonora en el siglo XXI* (pp. 29-59). Instituto RTVE.

- Field, S. (2005). *Screenplay. The foundations of screenwriting*. Delta.
- Fitó-Carreras, M., Méndiz Noguero, A., y Vidal-Mestre, M. (2023). The podcast as a sound experimentation tool for brands: The immersive narrative in Endesa's Sonidos que nos transforman. *Cuadernos.Info*, (56), 293–312. <https://doi.org/10.7764/cdi.56.62819>
- Fundación Gabo (2017, septiembre 15). *¿Cuál es la diferencia entre sensacionalismo, amarillismo, crónica roja y prensa popular?* <https://bit.ly/3xvykfT>
- Gago, S. (2014). *¿Cuáles son los formatos de audio digital?* <https://bit.ly/43WUq7a>
- Galán, R., Herrero, F., Vergara, M. y Martínez, C. (2018). Estudios sobre el podcast radiofónico: revisión sistemática bibliográfica en WOS y Scopus que denota una escasa producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1398-1411.
- Gallego, J. (2021). The value of sound: Datafication of the sound industries in the age of surveillance and platform capitalism. *First Monday*, 26 (7). <https://doi.org/10.5210/fm.v26i7.10302>
- Gallego, J.I. (2012). Podcasting in Spain: A new business model or a reflection of traditional radio?. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 10(1), 23-34. https://doi.org/10.1386/rjao.10.1.23_1
- Gallego, J (2010). *Podcasting. Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. UOC.
- Gamir-Ríos, J. y Cano-Orón, L. (2022). Characteristics of the Spanish podcast sphere. Between democratization and commercial logic. *Profesional de la información*, 31(5), e310505. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.05>
- García Lastra, J.M. y Pedrero Esteban, L. (2019). La era de la gran transformación de la radio. En Pedrero Esteban, L. y García Lastra, J.M. (eds). *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp. 21-38). Tirant lo Blanch.

García-Marín, D., Terol-Bolinches, R. y Oliveira, M. (2023). Estudios sobre pódcast: evolución, temas y perspectivas en la publicación científica en España y Portugal (Dialnet y RCAAP). *Ámbitos*, 62, 11-30.

García-Marín, D. (2020). Del zine al podcast. Repensar la cultura de la participación desde un análisis comparativo de los medios alternativos. *Doxa Comunicación*, 30, 107-125.

García-Marín, D. (2020a). Mapping the factors that determine engagement in podcasting: design from the users and podcasters' experience. *Communication & Society*, 33(2), 49-63.

García-Marín, D. y Aparici, R. (2020). Voces domesticadas y falsa participación: Anatomía de la interacción en el podcasting transmedia. *Comunicar*, 63, XXVIII, 97-107. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-09>

García-Marín, D. y Aparici, R. (2018). Nueva comunicación sonora. Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting. *El profesional de la información*, (27) 5, 1071-1081. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.11>

García-Marín, D. (2017). La nueva comunicación sonora. Del podcast al transcasting. En Aparici, R. y García Marín, D. (coords.). *¡Sonríe, te están puntuando! Narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror*. (pp. 145-163). Gedisa.

Genette, G. (1989). *Figuras III*. Lumen.

Glass, I. (2020, diciembre 16). The Best of 'This American Life': 25th Anniversary Episodes. <https://bit.ly/3JifYBI>

Gobierno de España (2023). Un espacio audio. Para dinamizar e impulsar la industria del audio en España. https://planderecuperacion.gob.es/sites/default/files/2023-06/20062023_espacio_audio_0.pdf

Godinez Galay, F. (2019, marzo 27). *Documental sonoro. Una alternativa estética para contar la realidad*. <https://bit.ly/3TYOfep>

Godinez Galay, F. (2016, noviembre 9). *La estética en el documental sonoro*. <https://bit.ly/49EYutY>

- Godinez Galay, F. (2015). Movimiento podcaster: la nueva concreción de la radio libre. *Question/Cuestión*, 1(46), 135–150.
- Godinez Galay, F. (2010). *El radiodrama en la comunicación de mensajes sociales*. Ediciones Jinete Insomne.
- Goethe Institute Chile (s/f). *El estallido de las cosas*. <https://bit.ly/3JxZPYM>
- Goldstein, J. (2024, enero 21). *The Truth About Podcasting's Measurement Makeover*. <https://bit.ly/3xGIHgO>
- González, D. (2024, febrero 13). *La Industria del Podcast en América Latina*. <https://bit.ly/4amGdIC>
- González, F. (2023, octubre 6). *Amazon está cerrando Amp, su aplicación de audio en vivo*. <https://bit.ly/3xJz6pu>
- González-Conde, M.J. y Salgado, C. (2012). Los podcasting, distribuidores automatizados de contenidos sonoros. Orígenes, práctica y significado radiofónico. *TecCom Studies: Estudios de Tecnología y Comunicación*, (4), 416-424.
- Gore, S. (2019). Immersion Is 'Hear': A Practitioners' Perspective on Immersive Podcasts. *Journal of Content, Community & Communication Amity School of Communication*, 9, 68-74.
- Goujard, C. (2018, octubre 30). *Técnicas narrativas para podcasting*. <https://bit.ly/3JBluzH>
- Greenberg, S. (2015). Editing, Fast and Slow. *Journalism Practice*, 10(4), 555-567.
- Guarinos, V. (2019). El arco de la investigación científica actual de los mundos sonoros en comunicación: del silencio al grito. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 12(2), 9-19. <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6844>
- Guimarães, B. (2022, noviembre 11). *Roteiro de podcast narrativo: três modelos para te ajudar*. <https://bit.ly/4aTb9KM>

Guimarães, B. y Azoubel, S. (2022, septiembre 2). *Como organizar o processo de produção do seu podcast*. <https://bit.ly/4axVAbR>

Gutiérrez, M., Sellas, T., y Esteban, J.A. (2019). Periodismo radiofónico en el entorno online: el podcast narrativo. En Pedrero Esteban, L y García Lastra, J.M. (Eds.). *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp. 131-150). Tirant lo Blanch.

Hammersley, B. (2004, febrero 12). *Audible Revolution*. <https://bit.ly/3UfFu0D>

Hansen, E. y Goligoski, E. (2018). *Guide to Audience Revenue and Engagement*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. <https://doi.org/10.7916/D8BG410W>

Hardey, M. y Simon, J. (2022) Digital seriality and narrative branching: the podcast Serial, Season One. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 19(1), 74-90, <https://doi.org/10.1080/14791420.2022.2029513>

Haye, R. (2003). *Otro siglo de radio. Noticias de un medio cautivante*. La Crujía.

Heb, A. (2024, febrero 5). *Los cuatro pilares de las “series en audio”, el nuevo producto de Radio Ambulante Studios*. <https://bit.ly/3VRJMg0>

Herrera Damas, S., Amoedo, A. y Domingo, R. (2019). Audiencias y métricas emergentes en el consumo on/off line. En Pedrero Esteban, L. y García Lastra, J.M. (eds). *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp.217-242). Tirant lo Blanch.

Herrera Damas, S. (2007). El reportaje en radio, anatomía de un género. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 16, 91-105.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.

Herrscher, R. (2012). *Periodismo narrativo: cómo contar la realidad con las armas de la literatura*. Edicions Universitat Barcelona.

Hoelck, K. y Ballon, P. (2015). Competitive Dynamics in the ICT Sector: Strategic Decisions in Platform Ecosystems. *Communication & Strategies*, 99, 51-71.

IAB Europe (2023). *The Evolution of Digital Audio Advertising in Europe*. IAB Europe y GroupM Nexus. <https://iabeurope.eu/wp-content/uploads/2023/07/GroupM-IAB-Audio-Report-2023.pdf>

IAB Europe (2020). *The buyer's guide to digital audio*. IAB Europe. <https://iabeurope.eu/wp-content/uploads/2020/11/Buyers-Guide-to-Digital-Audio-IAB-Europe-Nov-2020.pdf>

IAB Spain (2023). *Estudio de Audio Digital 2023*. <https://bit.ly/43Vdy5y>

IAB Perú (2021). *Estudio sobre el consumo de audio digital 2021 Perú*. <https://iabperu.com/wp-content/uploads/2021/02/ESTUDIO-CONSUMO-DE-AUDIO-PERU-2021.pdf>

IAB United States (2023). *U.S. Podcast Advertising Revenue Study*. IAB U.S. https://www.iab.com/wp-content/uploads/2023/05/IAB_2022_Podcast_Advertising_Revenue_Report_2023.pdf

Iges, J. (1997). *Arte Radiofónico. Un arte sonoro para el espacio electrónico de la radiodifusión*. Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid.

Iges, J. (s/f). *Soundscapes: una aproximación histórica*. <https://bit.ly/3xx7Z19> (recuperado el 3 de febrero de 2024).

Irigaray, F., y Lovato, A. (2015). *Producciones transmedia de no ficción. Análisis, experiencias y tecnologías*. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Izuzquiza, F. (2019). *El gran cuaderno del podcasting*. Kailas.

Jędrzejewski, S. (2014). Radio in the new media environment. En Oliveira, M., Stachyra, G. y Starkey, G. (eds.). *Radio: The Resilient Medium* (pp. 17-26). Centre for Research in Media and Cultural Studies, University of Sunderland.

Jenkins, H., Ford, S. y Green, J. (2015). *Cultura transmedia*. Gedisa

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

Jiménez, M. (2022, septiembre 20). 'Serial', último capítulo: el 'podcast' que ha logrado anular una condena a cadena perpetua. <https://bit.ly/3TTlu2B>

Jorgensen, B. (2021). The "Cultural Entrepreneurship" of Independent Podcast Production in Australia. *Journal of radio & Audio Media*, 28(1), 144–161. <https://doi.org/10.1080/19376529.2020.1853126>

Kern, J. (2008). *Sound Reporting: The NPR Guide to Audio Journalism and Production*. University of Chicago Press.

Kischinhevsky, M. (2018). *Radio y medios sociales. Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. UOC.

Kischinhevsky, M. (2018a). Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 5(10), 73-80. <https://doi.org/10.24137/raeic.5.10.24>

Laguna-Platero, A. y Martínez-Gallego, F. (2022). Orígenes y primer desarrollo del periodismo sensacionalista de sucesos en España (1883-1917). *Cuadernos.info* (52), 226-245. <https://doi.org/10.7764/cdi.52.28599>

Lechuga, K. (2015). *El documental sonoro: una mirada desde América Latina*. Ediciones Jinete Insomne.

Lee, W. (2020, noviembre 10). *Spotify to buy podcast ad platform Megaphone for \$235 million*. <https://bit.ly/3TZlwG6>

Legorburu, J. M., Edo, C., y García González, A. (2021). Reportaje sonoro y podcasting, el despertar de un género durmiente en España. El caso de Podium Podcast. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 519-529. <https://doi.org/10.5209/esmp.71204>

Legorburu, J.M., Edo, C. y García-González, A. (2021). Podcasting as an opportunity to recover and renew the audio feature genre in Spanish. A case study of Cuonda and Podium Podcast. *Radio journal, International studies in broadcast & audio media*, 19 (2), 311-326. https://doi.org/10.1386/rjao_00046_1

Legorburu, J.M., García-González, A., y Dorado, J.V. (2019). Condicionantes de la programación radiofónica digital. En Pedrero Esteban, L. y García-Lastra, J.M (Eds.). *La*

transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión académica y profesional (pp. 59-82). Tirant lo Blanch.

Linares de Palomar, R. y Neira Borrajo, E. (2017). Serial, El Programa Radiofónico Que Resucitó El Podcasting, *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria* 17 (1), 73-82. <http://dx.doi.org/10.5209/ARAB.5335>

Llinares, D., Fox, N. y Berry, R. (2018). Introduction: Podcasting and Podcasts-Parameters of a New Aural Culture". En Llinares, D., Fox, N. y Berry, R. (eds.). *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media* (pp. 1-13). Palgrave Macmillan.

Lindgren, M. (2023). Intimacy and Emotions in Podcast Journalism: A Study of Award-Winning Australian and British Podcasts. *Journalism practice*, 17(4), 704-719. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1943497>

Lindgren, M. (2016). Personal narrative journalism and podcasting, *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 23-41. www.doi.org/10.1386/rjao.14.1.23_1

Lindgren, M. (2016a). 'This Australian life': the americanisation of radio storytelling in Australia. *Australian Journal Review*, 36(2), 63-75.

Lopes de Oliveira, D., Pavan, R., y Assunção da Silva, J. D. (2023). A função social dos podcasts independentes: os exemplos Redes da Maré e Cirandeiras. *ALCEU*, 23(50), 92-110. <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.370>

López, A. (2023, abril 3). *Pasos para crear un pódcast narrativo*. <https://bit.ly/3PZv8Q4>

López Linares, C. (2022, octubre 3). *El podcast documental y narrativo ofrece grandes oportunidades para el periodismo de investigación, dicen expertos*. <https://bit.ly/4cQU1XT>

López Villafranca, P. (2023). Documental sonoro, la alternativa para contar la realidad con mirada de género. *VISUAL Review*, 15(4), 2-12. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4636>

López Villafranca, P. (2021). *Formatos sonoros radiofónicos*. Comunicación social.

López Villafranca, P. y Olmedo Salar, S. (coords.) (2020). *El Radioteatro. Olvido, renacimiento y su consumo en otras plataformas*. Comunicación Social.

Luana, V. (2020). O uso do storytelling no radiojornalismo narrativo: um debate inicial sobre podcasting. *Rumores*, 14(27), 286-305. www.doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2020.167321

Madsen, V. (2013). “Your ears are a portal to another world”. The new radio documentary imagi-nation and the digital domain. En Loviglio, J. y Hilmes, M. (eds.). *Radio’s new wave: Globalsound in the digital era* (pp. 126-144). Taylor & Francis.

Madsen, V. (2010). A call to listen: The new documentary in radio – encountering ‘wild sound’ and the ‘filme sonore’, *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 30(3), 391–410. <https://doi.org/10.1080/01439685.2010.505039>

Madsen, V. (2005). Radio and the documentary imagination: thirty years of experiment, innovation, and revelation. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media*, 3(3), 189–198.

Markman, K. (2011). Doing radio, making friends and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters. *New Media & Society*, 14(4), 547-565. <https://doi.org/10.1177/1461444811420848>

Martí, J., Martínez-Costa, M. y Escobedo, E. (2019). El horizonte de las ondas digitales. En Pedrero Esteban, L. y García Lastra, J.M. (eds.). *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp. 269-290). Tirant Humanidades.

Martí, J.M., Monclús, B., Gutiérrez, M. y Ribes, X. (2015). Radio, a business model in transition: supply and sales strategies in the digital context. *Quaderns del CAC*, 18(41), 11-19.

Martín-Morán, A. y Martín-Nieto, R. (2022). Qualitative approach to the formalization of a professional podcasting culture. Evolution and trends. *Profesional de la información*, 31 (5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.17>

Martínez-Costa, P. y Legorburu, J.M. (2021). Audio digital e interfaces de voz: una nueva era para la sonosfera. En Pedrero-Esteban, L., y Pérez-Escoda, A. *Cartografía de la comunicación postdigital: medios y audiencias en la sociedad de la Covid-19* (pp. 303-329). Thomson Reuters Aranzadi.

Martínez Costa, M.P. y Herrera Damas, S. (2008). *La crónica radiofónica*. Instituto RTVE.

Martínez-Costa, M. P. y Herrera, S. (2005). Qué son los géneros radiofónicos y por qué deberían importarnos, *Global Media Journal* 2(3), 1-10.

Martínez-Costa, M. P. (1998). Tipología y funciones del narrador en los relatos radiofónicos. *Comunicación y Cultura* 5/6, 97-104.

Martínez-Costa, M. P. (1989). *Actualización de las teorías de los géneros periodísticos desde las aportaciones de las categorías literarias*. Master of Arts en Periodismo, Universidad de Navarra.

Martínez Otón, L., Castillo Lozano, E., Martín Nieto, R., Pedrero Esteban, L. y Pérez Escoda, A. (2023). La producción de branded podcast en España: análisis de la oferta original en las plataformas de audio digital en 2022. *Ámbitos*, 62, 49-68.

Martínez Otón, L. (2022, junio 20). *Cómo se hace un podcast narrativo, periodístico, para jóvenes o independiente*. <https://bit.ly/3VVZCX2>

Martínez-Otón, L.; Rodríguez-Luque, C. y Alcudia-Borreguero, M. (2019). El reportaje de historias de vida como punto de partida de la radio dramatizada y el podcast de no ficción en el ecosistema digital. *Index.comunicación*, 9(2), 135-162. <https://doi.org/10.33732/ixc/09/02Elrepo>

Martínez, P. (2023, septiembre 27). *El podcast en español sigue imparables: aumentan las escuchas y los oyentes están más dispuestos a pagar*. <https://bit.ly/3Q45j0D>

Martínez, P. (2023, julio 18). *El podcast se populariza impulsado por la creación de contenidos para la Gen Z y el aumento de la inversión publicitaria*. <https://bit.ly/4cOiPQt>

Martins, R. (2021). *Novas expressões do áudio: o podcast no ecossistema mediático português*. Tesis de doutoramento em Ciências da Comunicação. Instituto Universitário de Lisboa.

- Martins, R. y Vieira, J. (2021). Novos produtores de média? O perfil do produtor de podcasts português. *Observatorio (OBS*)*, 15(4), 144-162. <https://doi.org/10.15847/obsOBS15420211735>
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 1(2). <https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089>
- McClung, S. y Johnson, K. (2010). Examining the Motives of Podcast Users. *Journal of Radio & Audio Media*, 17(1), 82-95. www.doi.org/10.1080/19376521003719391
- McCracken, E. (ed.) (2017). *The Serial Podcast and Storytelling in the Digital Age*. Routledge.
- McHugh, S. (2022). Sounding Out Stories: A Critical Analysis of The Prince, How To Become A Dictator, The King of Kowloon, Three Narrative Podcasts on Contemporary China. *RadioDoc Review*, 8(1), 1-22.
- McHugh, S. (2021). The Narrative Podcast as Digital Literary Journalism: Conceptualizing S-Town. *Literary Journalism Studies*, 13 (1-2), 101-128.
- McHugh, S. (2016). How podcast is changing the audio storytelling genre. *The Audio Journal –International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14 (1), 65-82.
- McHugh, S. (2012). Oral history and the radio documentary/feature: Introducing the 'COHRD' form. *The Radio Journal International Studies in Broadcast & Audio Media*, 10(1), 35-51.
- Mead, R. (2018, noviembre 12). *How Podcasts Became a Seductive—and Sometimes Slippery—Mode of Storytelling*. <https://bit.ly/3xx9aO7>
- Méndez, A. (2021, agosto 24). *Identidad sonora: el valor de la música original para podcast*. <https://bit.ly/3JgUB3H>
- Merayo, A., y Pérez Álvarez, C. (2001). *La magia radiofónica de las palabras. Aproximación a la lingüística en el mensaje de la radio*. Cervantes.
- Millette, M. (2011). Independent podcasting as a specific online participative culture: A case of study of Montreal's podcasters. *IR 12.0: Performance and Participation, the annual conference of the Association of Internet Researchers*, Seattle, 1-13.

Montero, L. (2022, febrero 20). *La industria del podcast entra en la conversación de la rentabilidad*. <https://bit.ly/3Q18pTw>

Morais, R. y Paiva, A. (2019). E tudo o podcast levou: uma reflexão sobre a programação radiofónica e a produção de podcasts pelas principais rádios portuguesas. En Santos, S. y Miranda, J. (coords.) (2022). *O Podcast e as novas dinâmicas dos conteúdos sonoros no ambiente digital* (pp. 69-93). Universidade de Coimbra.

Moller, H. (1992). Fundamentals of binaural technology. *Applied Acoustics*, 36, 171-218.

Moreno Cazalla, L. (2023, marzo 26). *Intentando descifrar los algoritmos para la recomendación en el podcasting*. <https://bit.ly/3UfYYT2>

Moreno Cazalla, L. (2022, noviembre 27). *Podcasts y música: ¿podemos conciliar un sistema basado en el tiempo con un sistema basado en la atención?* <https://bit.ly/3Jh5Itj>

Moreno Cazalla, L. (2022, junio 23). *Cómo construir una Comunidad Mínima Viable con un podcast: El caso con Arsénico Caviar de Podium Podcast*. <https://bit.ly/4cXU9F1>

Moreno Cazalla, L. (2022, mayo 13). Sobre la Comunidad Mínima Viable (MVC) y el podcasting. <https://bit.ly/3PZZDVW>

Moreno Cazalla, L. (2017). Podium Podcast, cuando el podcasting tiene acento español. *Prisma social*, (18), 334-364. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1418>

Morett, M. (2021, mayo 14). *Estructuras narrativas de podcast en español*. <https://bit.ly/3PZ1mLg>

Morett, M. (2020, diciembre 10). *Consejos para distribuir tu podcast en redes sociales*. <https://bit.ly/3Q1Z266>

Morton, H. (2021, septiembre 11). *Cómo crear podcasts narrativos: Escribir espectáculos de historias*. <https://bit.ly/3TOjsAM>

Narrative podcast (s/f). *How do I create a narrative podcast?*. <https://bit.ly/3JBnWpT>

Negredo, S., Amoedo, A., Vara, A., Moreno, E., y Kaufmann, J. (2021). Capítulo España. En Newman et. al. *Digital News Report 2022*. Reuters Institute and University of Oxford. <https://bit.ly/4aOpuZ1>

Neveu, E. (2016). On not going too fast with slow journalism. *Journalism Practice*, 10(4), 448-460.

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., y Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Reuters Institute and University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

Newman, N. (2023, junio 21). *Resumen ejecutivo y hallazgos clave del informe de 2023*. <https://bit.ly/4aUarNE>

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., y Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute and University of Oxford.

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. y Nielsen, R.K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Reuters Institute and University of Oxford.

Newman, N. (2021, junio 23). *Resumen ejecutivo y hallazgos clave del informe de 2021*. <https://bit.ly/3Ug3OQ0>

Nuzum, E. (2019). *Make Noise: A Creator's Guide to Podcasting and Great Audio Storytelling*. Workman Adult.

Observatorio Ivoox (2023). *Datos del consumo de podcasts en Español*. Para acceder a descargar el informe completo aquí <https://bit.ly/400Ndkw>

Observatorio Ivoox (2022). *Informe sobre el consumo de podcast en español*. Observatorio iVoox 2022. <https://bit.ly/3TOp2mw>

OEI (2021, junio 11). *Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica, un pilar fundamental en el desarrollo sostenible de la región*. <https://bit.ly/4cWAVzw>

Ortiz, G., y Moreno, E. (2023). Motivaciones de los podcasters independientes de Puerto Rico: entre el emprendimiento del creador amateur y del productor formalizado. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 15(1), 1-16. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.25074>

Ortiz Sobrino, M.A., Castillo Lozano, E. y Carrazoni Trujillo, L. (2019). Estrategias de comercialización radiofónica en el entorno online. En Pedrero Esteban, L.M. y García

Lastra-Núñez, J. M. (eds.). *La transformación digital de la radio* (pp. 83-107). Tirant lo Blanch.

Ortiz Sobrino, M.A. y Volpini, F. (2017). Realización, lenguaje y elecciones narrativas de radioteatro: tres aproximaciones a la creación de espacios sonoros en el tiempo. *Área abierta*, 17(1), 13-36. <https://doi.org/10.5209/ARAB.53496>

Ortiz Sobrino, M. (2012). Radio y post-radio en España: una cohabitación necesaria y posible. *Área abierta*, 12(2), 1-16.

Pagella, M. (2018, abril 14). *Cómo diseñar un podcast narrativo y concretarlo!*. <https://bit.ly/4anJTnX>

Paisana, M., y Martins, R. (2021). Podcasting e pandemia. Da portabilidade e mobilidade ao confinamento e universos pessoais interconectados. *Observatorio (OBS*)*, número especial, 56-75. <https://doi.org/10.15847/obsOBS0020211932>

Palazón, A. (2024, diciembre 1). *Carles Porta, el rey del 'true crime': "No hay guionista que pueda superar a la realidad"*. <https://bit.ly/4cTzYrW>

Pedraza, E. (2023, noviembre 15). *Ocho consejos para estructurar un pódcast narrativo*. <https://bit.ly/49yGi9s>

Pedrero Esteban, L., Martínez Otón, L., Castillo Lozano, E. y Martín Nieto, R. (2023). *Cómo suenan los podcasts en España. Radiografía de la producción original en las plataformas de audio digital en 2022*. Fundación Antonio de Nebrija. <https://www.nebrija.com/catedras/observatorio-nebrija-espanol/pdf/tendencias-produccion-mercado-del-podcasting.pdf>

Pedrero Esteban, L., y Martínez Otón, L. (2023). Los podcasts narrativos de no ficción. En Herrera Damas, S. y Rojas Torrijos, J. (eds.). *Manual de nuevos formatos y narrativas para el periodismo y la no ficción* (pp. 151-174). Tirant Humanidades.

Pedrero Esteban, L. (2022, enero 18). *La renovación digital del relato informativo sonoro: el auge del podcast narrativo*. <https://bit.ly/4cXp984>

Pedrero Esteban, L. (2021, abril 23). *El potencial del podcast para la expansión narrativa de las series de no ficción*. <https://bit.ly/3Ue6Jsx>

Pedrero Esteban, L., Barrios Rubio, A., y Medina Ávila, V. (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. *Revista Comunicar* 27(60), 103-112.

Pedrero Esteban, L. y Contreras Pulido, P. (2019). La radio en el entorno digital: los nuevos canales de las ondas hertzianas. En Romero-Rodríguez, L., y Rivera-Rogel, D. (coords.). *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas* (pp. 349-377). Pearson educación de Perú.

Pérez-Alaejos, M., Terol-Bolinches, R. y Barrios-Rubio, A. (2022). Podcast production and marketing strategies on the main platforms in Europe, North America, and Latin America. Situation and perspectives. *Profesional de la información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.22>

Pérez-Alaejos, M., Pedrero-Esteban, L., y Leoz-Aizpuru, A. (2018). La oferta nativa de podcast en la radio comercial española: contenidos, géneros y tendencias. *Fonseca, Journal of Communication* 17, 91-106. <https://doi.org/10.14201/fjc20181791106>

Perks, L.G., Turner, J.S., y Tollison, A.C. (2019). Podcast uses and gratifications scale development. *Journal of broadcasting & electronic media*, 63(4), 617-634

Perona-Páez, J.J., Barbeito-Veloso, M. y Fajula-Payet, A. (2014). Young people in the digital sonosphere: Media digital, media devices and audio consumption habits. *Communication & Society*, 27(1), 205-224.

Piñeiro-Naval, V. (2020). The content analysis methodology. Uses and applications in communication research on Spanish-speaking countries. *Communication & society*, 33 (3), 1-15. <http://dx.doi.org/10.15581/003.33.3.1-15>

Piñeiro Otero, T. y Pedrero Esteban, L.M. (2022). Audio communication in the face of the renaissance of digital audio. *Profesional de la información*, 31(5), e310507. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.07>

Piñeiro-Otero, T. (2015). Del jingle a las radios corporativas: Una aproximación al concepto de audiobranding. *Prisma social*, 14, 663-668.

Piñuel Raigada, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística* 3(1), 1-42.

Podcasteros (2022). *EncuestaPod 2022*. <https://bit.ly/3xvNPVg>

Podcasteros (2021). *EncuestaPod 2021*. <https://bit.ly/4anKwON>

Podcasteros (2017). *EncuestaPod 2017*. <https://bit.ly/3JiV993>

Podsights (2023). Podsights Podcast Advertising Benchmark Report – Q1 2023. En Carreras, R. (2023, marzo 1). *Publicidad en Podcast: un crecimiento exponencial en 2023*. <https://bit.ly/3Ufwl2M>

Poell, T., Nieborg, D. y van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). www.doi.org/10.14763/2019.4.1425

Ponce Capdeville, B. y Rodero, E. (2017). Un nuevo lenguaje para un nuevo formato. Análisis del lenguaje sonoro en el podcasting de ficción mexicano. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 4(7), 6-13. <https://doi.org/10.24137/raeic.4.7.2>

Premio Roche (2022, noviembre 2). “La refugiada” gana en la categoría Periodismo Sonoro del Premio Roche 2022. <https://bit.ly/3xAYMF1>

Prósper Ribes, J. (2013). Frecuencia y punto de vista: procedimientos narrativos para estructurar el relato. *Icono 14*, 11(1), 281-302. www.doi.org/10.7195/ri14.v11i1.192

Pujadas, J.J. (1992). *El método biográfico: El uso de las historias de vida en ciencias sociales*. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Radcliffe, D. (2020, diciembre 17). *Why podcasting is on the rise: 8 trends publishers cannot ignore*. <https://bit.ly/3Ug0g0k>

Respers, L. (2022, septiembre 2020). *El podcast "Serial" emite un nuevo episodio luego de la liberación de Adnan Syed*. <https://bit.ly/4av28YM>

Ribes, X., Pérez-Alaejos, M. y Porta, C. (2019). Producción para el consumo bajo demanda: el podcast nativo. En Pedrero Esteban, L. y García Lastra, J. (eds.) *La transformación digital de la radio* (pp. 175-194). Tirant lo Blanch.

Ries, E. (2012). Método de Lean Startup. Deusto.

Rime, J., Pike, C., y Collins, T. (2022). What is a podcast? Considering innovation in podcasting through the sixtensions framework. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*, 28(5), 1260-1282. <https://doi.org/10.1177/13548565221104444>

Rivera, A. (2023, marzo 17). *Carles Porta, el capo del 'true crime': "¿Por qué matamos? Porque somos personas"*. <https://bit.ly/3TUPwTB>

Rivera, A. y Rivera, M. (2022, febrero 22). *Revelan datos del uso de la radio y los pódcast en el Perú*. <https://bit.ly/4aUdK7w>

Rodero, E. (2005). Recuperar la creatividad radiofónica. *Anàlisi*, 32, 133-146.

Rodríguez Ortiz, R. (2022). Una propuesta teórico metodológica para el análisis del podcast social. En Barranquero, A. y Rodríguez, E. (coords.). *De lo viejo a lo nuevo. Teorías, métodos e instituciones de la investigación en comunicación* (pp.247-256). Dykinson.

Rodríguez Ortiz, R. (2021). Documental sonoro y arte radiofónico. *Historia y Comunicación Social*, 26(2), 441-451. <https://doi.org/10.5209/hics.79152>

Rodríguez Ortiz, R. y Godinez Galay, F. (2020). La contribución del género documental a proyectos de radioteatro en América Latina. En López Villafranca, P. y Olmedo Salar, S. (coords.). *El Radioteatro: Olvido, renacimiento y su consumo en otras plataformas* (pp.47-64). Comunicación Social.

Rodríguez Reséndiz, P. (2022). Aproximaciones al estudio del pódcast como documento sonoro de origen digital. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*, 36(90), 151-164. <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2022.90.58512>

Rojas-Torrijos, J.L., Caro-González, F.J. y González-Alba, J.A. (2020). The Emergence of Native Podcasts in Journalism: Editorial Strategies and Business Opportunities in Latin America. *Media and Communication*, 8(2), 159-170. www.doi.org/10.17645/mac.v8i2.2699

- Romero Domínguez, L. R. (2020). Narrativas del crimen en los documentales de no ficción: éxito del true crime en las plataformas VOD. *RPC* (2), 11–20. <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i2.2332>
- Rosique-Cedillo, G., y Barranquero-Carretero, A. (2015). Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. *Profesional de La información*, 24(4), 451-462. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.12>
- Rost, A., Bernardi, M. T., y Bergero, F. (2016). *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. Publifadecs.
- Rowles, D. y Rogers, C. (2019). *Podcasting Marketing Strategy*. Kogan Page.
- RTVC (2020, noviembre 6). ¿Cómo crear una comunidad sostenible en torno a tu podcast? <https://bit.ly/43W49dP>
- Ruiz Gómez, S., Alcudia Borreguero, M., y Legorburu Hortelano, J. M. (2022). Radio y podcast: la nueva vida de la ficción sonora en España (2012-2021). *Austral Comunicación*, 11(2), 1-30. <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.gom>
- Ruiz, S. y Legorburu, J. M. (2023). Pódcast y ficción sonora en España: una relación simbiótica para recuperar un género olvidado (2013-2022). *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, 62, 69-87.
- Ruiz, A., y Salgado, C. (2022). El podcast narrativo de no ficción: la crónica sonora y sus posibles variables. En Curto, R., López, E. y Torres, R. (coords.) *Investigaciones de nuevo cuño en la academia* (pp. 465-482). Aranzadi (Thomson Reuters).
- Sanabria, R. (2023, mayo 12). *La difusión de podcast en redes sociales: ¿seguidores u oyentes?*. <https://bit.ly/43ZwSyl>
- Sánchez Balaguer, J.J., Arroyo Serrano, A., Parra Azor, J., y Verdú Jover, A. (2018). *Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica: evolución y perspectivas*. Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad Miguel Hernández de Elche – Fundación Iberoamericana de las Industrias Culturales y Creativas.

Sánchez-Esparza, M., Méndiz-Noguero, A., y Berlanga-Fernández, I. (2023). La narrativa transmedia en los true crime: del relato periodístico a las pantallas. *Literatura y lingüística*, 48, 19-46. www.doi.org/10.29344/0717621X.48.3255

Sánchez Gutiérrez, V. (2023, septiembre 8). *Planes de Spotify luego de invertir US\$1.000 millones en podcast que no dieron frutos*. <https://bit.ly/3VXAHcm>

Sánchez-Hernández, J. (2018). La metarradio como un nuevo paradigma radiofónico conformado por la convergencia con internet y la telefonía móvil. En Camarero, E., Mut, M., y Flores, C. *Nuevos tratamientos informativos y persuasivos* (pp. 351-362). Editorial Tecnos.

Santos, S. y Miranda, J. (coords.) (2022). O Podcast e as novas dinâmicas dos conteúdos sonoros no ambiente digital. Universidade de Coimbra.

Santos, S. y Peixinho, A. (2019). A redescoberta do storytelling: o sucesso dos podcasts não ficcionais como reflexo da viragem. *Estudos em Comunicação* 29, 147-158. <https://doi.org/10.25768/fal.ec.n29.a09>

Schaeffer, P. (1966). *Traité des objets musicaux*. Le Seuil.

Schafer, M. (1977). *The Tuning of the World*. McClelland and Stewart.

Sellas, T. y Bonet, M. (2023). Independent podcast networks in Spain: A grassroots cultural production facing cultural industry practices. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 29 (4), 801–817.

Sellas, T., Martínez-Otón, L., y Ortega-Seguí, J.M. (2021). El branded podcast como estrategia corporativa y de marca: sentido de pertenencia, pedagogía social y posicionamiento. En Olivares, J. y Gago-Gelado, R. (Coords.). *El branded content en la comunicación posdigital: estructuras, aplicaciones y casos de éxito* (pp. 147–168). Tirant lo Blanch.

Sellas, T. y Solà, Sergi (2019). Podium Podcast and the freedom of podcasting: Beyond the limits of radio programming and production constraints. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 17(1), 63-81. www.doi.org/10.1386/rjao.17.1.63_1.

- Sellas, T. (2012). A two-dimensional approach to the study of podcasting in Spanish talk radio stations. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 10(1), 7-22. www.doi.org/10.1386/rjao.10.1.7_1
- Sherrill, L. (2022). The “Serial Effect” and the True Crime Podcast Ecosystem. *Journalism Practice*, 16(7), 1473-1494. www.doi.org/10.1080/17512786.2020.1852884
- Shewale, R. (2024, marzo 24). *Podcast Statistics 2024 (Listeners, Growth & Trends)*. <https://bit.ly/3UcP6JE>
- Shewale, R. (2023, septiembre 8). *Podcast Statistics: Listeners, Growth & Trends (2023)*.
- Silva, J. y Oliveira, D. (2020). Audiodocumentário no cenário podcasting: por um rádio independente e de caráter social. *Radiofonias, Revista de Estudos em Mídia Sonora*, 11 (1), 182-199.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra Editora.
- Spinelli, M. y Dann, L. (2019). *Podcasting: The Audio Media Revolution*. Bloomsbury.
- Sounds Profitable (2023). *The podcast landscape in America*. <https://soundsprofitable.com/wp-content/uploads/2023/08/Podcast-Landscape-Downloadable-Deck-Final.pdf>
- Statista (2024). *Número de individuos que escuchó podcasts en el mundo entre 2017 y 2028*. <https://es.statista.com/estadisticas/626499 oyentes-de-podcast-a-nivel-mundial/>
- Statista (2023). *Tamaño del mercado del podcast a nivel mundial entre 2022 y 2032*. <https://es.statista.com/estadisticas/1267647/tamano-del-mercado-global-del-podcast/>
- Statista (2023a). *Número de individuos que escuchó podcasts en el mundo entre 2017 y 2027*. <https://bit.ly/3Ue9yK9> (recuperado el 12 de abril de 2024).
- Statista (2023b). *Tamaño del mercado del podcast a nivel mundial entre 2023 y 2032*. <https://bit.ly/3UfyvF7> (recuperado el 12 de abril de 2024)

- Statista (2023c). *Inversión en investigación y desarrollo (I+D) de Spotify a nivel mundial entre 2015 y 2022*. <https://es.statista.com/estadisticas/1118285/inversion-en-investigacion-y-desarrollo-de-spotify-en-el-mundo/>
- Statista (2023d). Statista Consumer Insight 2023. <https://bit.ly/43YXvn5> (recuperado el 8 de noviembre de 2023).
- Statista (2023, julio 3). *La industria del podcast a nivel mundial - Datos estadísticos*. <https://bit.ly/3Q2pz3f> (recuperado el 27 de octubre de 2023).
- Statista (2021, septiembre 30). *Statista Global Consumer Survey 2021*. <https://bit.ly/4cVSPCx> (recuperado el 8 de noviembre de 2023).
- Steinberg, M. (2019). *The Platform Economy. How Japan Transformed the Consumer Internet*. University of Minnesota Press.
- Sullivan, J. (2020). *Market information regimes in podcasting: formalization and audience metrics*. Panel presented at AoIR 2020: The 21th Annual Conference of the Association of Internet Researchers.
- Sullivan, J. (2019). The platforms of podcasting: Past and present. *SocialMedia + Society*, 5(4), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305119880002>
- Sullivan, J. L. (2018). Podcast Movement: Aspirational Labour and the Formalisation of Podcasting as a Cultural Industry. En Llinares, D., Fox, N. y Berry, R. (eds.). *Podcasting: New aural cultures and digital media* (pp. 35–56). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8_3
- Tadeo, M. (2022, noviembre 26). *Ver la escena a través de los oídos: la magia del diseño sonoro en los podcasts de ficción*. <https://bit.ly/4aMGfo1>
- Tamayo, G. (2000). Diseños muestrales de investigación. *Semana económica*, 4 (7), 1-14.
- The Core (s/f). *La postproducción de sonido en la industria audiovisual*. <https://bit.ly/4atLs3V>
- Tennant, L. (2023). Podcasting and ethics: Independent podcast production in New Zealand. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 29(4), 854–870.

Terol-Bolinches, R., Pedrero-Esteban, L.M., y Pérez-Alaejos, M. (2021). De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante. *Historia y Comunicación Social*, 26(2), 475-485. <https://doi.org/10.5209/hics.77110>

Trinidad, A., Carrero, V., y Soriano, R. (2006). *Teoría fundamentada "Grounded Theory". La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*. Centro de Investigaciones Sociológicas.

UIT (2016). *Métodos de evaluación objetiva y subjetiva de la calidad vocal y de video*. UIT.

UNESCO (2022). *Re-pensar las políticas para la creatividad*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380479/PDF/380479spa.pdf.multi>

UNESCO (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. [https://oibc.oei.es/uploads/attachments/93/Pol%C3%ADticas para la Creatividad - Gu%C3%ADa para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.pdf](https://oibc.oei.es/uploads/attachments/93/Pol%C3%ADticas_para_la_Creatividad_-_Gu%C3%ADa_para_el_desarrollo_de_las_industrias_culturales_y_creativas.pdf)

UNESCO (2005). *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. <https://bit.ly/3xxgh93>

Valles, M. (2002). *Entrevistas cualitativas*. Colección Cuadernos Metodológicos N.º 32. Centro de investigaciones sociológicas.

Videla, J. y Piñeiro-Otero, T. (2017). La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. Hacia un consumo híbrido. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23 (2), 1437-1455.

Visa, M. y Serés, T. (2018). Narrativas transmedia de no ficción: estudio de caso del podcast *Le llamaban padre*, de Carles Porta. *Zer* 23 (44), 107-119. <https://doi.org/10.1387/zer.18722>

Velasco, L. (2023, diciembre 4). *Spotify despedirá a 1.500 trabajadores, un 17% de la plantilla, para ahorrar costes*. <https://bit.ly/49uumBD>

Venier, E. (2019). La comunicación radiofónica en la economía de plataformas. El caso del podcasting. *Revista Argentina de Comunicación*, 7(10), 64-84.

Vicente, E. (2024). Podcasts narrativos de não ficção: um olhar sobre a produção brasileira. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 11(21), raeic112101. <https://doi.org/10.24137/raeic.11.21.1>

Vicente, E. y De Lima, R. (2021). Radio Ambulante e a tradição do podcast narrativo no radiojornalismo norte-americano. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 18(1), 257-269.

Vicente, P. y Pérez-Seijo, S. (2022). Spatial audio and immersive journalism: production, narrative design, and sense of presence. *Profesional de la información*, 31(5), e310519. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.19>

Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor. Las estructuras míticas para escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas*. Ma Non Troppo.

Voikers (2023). ¿Qué es un podcast narrativo? <https://bit.ly/3UgNtug> (recuperado el 6 de enero de 2024).

Volpini, F., Ruiz, I. y Ortiz Sobrino, M.A. (2020). Un espacio en el tiempo: sonido, profundidad y paisaje. En López Villafranca, P. y Olmedo Salar, S. *El radioteatro. Olvido, renacimiento y consumo en otras plataformas* (pp.79-89). Comunicación social.

Waldmann, E. (2020). From Storytelling to Storylistening: How the Hit Podcast S-Town Reconfigured the Production and Reception of Narrative Nonfiction. *Ex-centric Narratives: Journal of Anglophone Literature, Culture and Media*, (4), 28-42- <https://doi.org/10.26262/exna.v0i4.7913>

We are social y Hootsuite (2022). *Digital Report 2022*. <https://bit.ly/3vPDPFL>

Westphal, S. (2022). *Much More Than a Mic: Assessing Processes and Practices of Independent German Podcast Production Through Qualitative Interviews*. Thesis for Master of Science in Journalism, Ohio University, and Master of Arts in Global Mass Communication Leipzig University.

Young (2022). *Global Media Outlook Report 2022*. <https://bit.ly/3RBVTMc>

Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Akal.

Zini, P. (2020). *Estrategias de difusión y monetización de pódcast*. Cultura 360.
https://www.rosario.gob.ar/web/sites/default/files/cultura360_podcast_estrategias_difusion_monetizacion.pdf

X. ANEXOS

- Incluye la ficha de análisis
- 103 fichas de análisis de los 103 episodios de pódcast registrados y analizados de los 17 pódcast estudiados. Están ordenados alfabéticamente por país.
- Incluye la pauta de entrevistas
- 25 consentimientos informados de los 25 personajes clave consultados en 23 entrevistas (21 individuales y 2 colectivas).

Ficha de registro, descripción y análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	
2. Nombre del episodio	
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	
4. Año	
5. Duración	
6. Productora	
7. Realizador/es/ productores	
8. Equipo	
9. Descripción del pódcast (en caso de que haya)	
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	
11. Criterio de selección del pódcast	
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular,	
13. Y si este corresponde a historias personales o historias históricas)	
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	

15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: Narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal.	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	

23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, o no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de pódcast, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y las plataformas (caratula propia, para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Contenido u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga del episodio, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30. Otros comentarios o anotaciones.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Fugas / Argentina
2. Nombre del episodio	La Fortaleza en el desierto, parte 1
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada 1
4. Año	2020 / junio
5. Duración	20' 46''
6. Productora	Anfibia podcast, en coproducción con Lunfa
7. Realizador/a	Sebastián Ortega
8. Equipo:	Producción General: Tomás Pérez Vizzón. Host: Sebastián Ortega. Investigación y guion: Emilia Erbetta y Sebastián Ortega. Grabación, mezcla y diseño de sonido: Mariano Pagella, Román Frontini y Nicolás Sosa. Música principal: Nicolás Pagella.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Desde el momento en que una persona cae presa tiene un objetivo: escapar. Pero solo algunas lo logran. Presentamos nuestro primer podcast narrativo de no ficción sobre las fugas de cárceles más emocionantes de Argentina y Uruguay, contadas por sus protagonistas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“En medio de la dictadura militar, las tres organizaciones armadas más importantes de Argentina diseñan un plan para fugar 120 presos políticos del penal de máxima seguridad de la Patagonia: la Unidad Penal 6 de Rawson. Tres protagonistas cuentan todos los detalles de la estrategia de escape”.
11. Criterio de selección del pódcast	Finalista, con la primera temporada, del premio pódcast en el festival internacional de nuevas narrativas de no ficción 2021 (ARG). http://finnof.org/edicion-2021 Recomendado la segunda temporada, en El País de España, por Eugenio Viñas editor creativo de Prisa Media. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html Nominado a mejor episodio de pódcast, 38 luciérnagas, en II premios Ondas Globales del podcast.

	Como nota, participó en el I Festival Estación Podcast de Madrid 2022 y en el Festival Anfibia en la Ciudad Cultural Konex de Buenos Aires 2022
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Fugas de Cárceles de Argentina. En este episodio se cuenta el contexto político de la Argentina de fines de los sesenta e inicios de los setenta en dictadura, y cómo son apresados militantes y líderes de izquierda revolucionaria y montoneros peronistas que estaban proscritos en ese tiempo. Estos son llevados a varias cárceles, entre ellas la de Rawson, en la Patagonia. Desde allí estos presos arman el plan de fuga. Este episodio es la preparación del plan
13. Historias personales, historias históricas)	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Maestra episódica La Introducción es el contexto político de la historia, y el desarrollo es la preparación del plan desde esta cárcel de la Patagonia. En específico la historia se resume así: en el minuto 2' de la introducción, se da el contexto político argentino de esa época y cómo comienza el plan interno de fuga del penal de la unidad 6 de Rawson, en la Patagonia Argentina. Desarrollo: se da cuando los presos políticos son llevados a Rawson durante la dictadura (fortaleza en medio del desierto patagónico), cerca de Trelew, a 20 km de Rawson. Se organiza un plan de fuga en tres grupos, 6 líderes, 19 militantes, por rango y preparación militar, y otros 85 presos, quienes deberán afrontar además el cómo escapar de la Patagonia. El desenlace se da con los preparativos del plan y en el próximo capítulo la fuga. Cierre con créditos.

15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo (comienza por el inicio) True Crime Entrevistas Narrador (el periodista es el narrador del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo y narrador homodiegético, o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador toma distancia de la historia en la búsqueda de la “verdad” de la historia. Narrador muy presente. Narrador heterodiegético.
Estética sonora	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Muy buena calidad sonora de todos los audios, con efectos de sonido que potencian las escenas. Descriptivos

23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Diseño sonoro propio basado en la música original
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función diegética e incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No tiene
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de pódcast principal https://bit.ly/3Wurlv7 Este primer episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3C737Pq y también en el sitio de la productora https://podcast.revistaanfibia.com/fugas-el-plan-perfecto-no-existe/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube (Revista Anfibia - YouTube), Deezer, Podimo.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula para la serie, para cada episodio, etc.)	cuentan con carátula propia de la serie y episodios
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: anfibia.podcast Tw: @anfibiapodcast Han hecho <i>lives</i>.
29. Contenido u otras opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga, etc.)	Trailer 2'30" https://bit.ly/3hWeJhB
Otros	
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Fugas / Argentina
2. Nombre del episodio	La Fortaleza en el desierto, parte 2
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada 1
4. Año	2020 / junio
5. Duración	18' 30''
6. Productora	Anfibia podcast, en coproducción con Lunfa
7. Realizador/a	Sebastián Ortega
8. Equipo:	Producción General: Tomás Pérez Vizzón. Host: Sebastián Ortega. Investigación y guion: Emilia Erbetta y Sebastián Ortega. Grabación, mezcla y diseño de sonido: Mariano Pagella, Román Frontini y Nicolás Sosa. Música principal: Nicolás Pagella.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Desde el momento en que una persona cae presa tiene un objetivo: escapar. Pero solo algunas lo logran. Presentamos nuestro primer podcast narrativo de no ficción sobre las fugas de cárceles más emocionantes de Argentina y Uruguay, contadas por sus protagonistas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“En medio de la dictadura militar, las tres organizaciones armadas más importantes de Argentina diseñan un plan para fugar 120 presos políticos del penal de máxima seguridad de la Patagonia: la Unidad Penal 6 de Rawson. Tres protagonistas cuentan todos los detalles de la estrategia de escape”.
11. Criterio de selección del pódcast	Finalista, con la primera temporada, del premio pódcast en el festival internacional de nuevas narrativas de no ficción 2021 (ARG). http://finnof.org/edicion-2021 Recomendado la segunda temporada, en El País de España, por Eugenio Viñas editor creativo de Prisa Media. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html Como nota, participan del Festival Estación Podcast de Madrid en 2022 y en el Festival Anfibio en la Ciudad Cultural Konex de Buenos Aires.

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	Fugas de Cárceles de Argentina. En este episodio, que es la segunda parte de la historia, se cuenta de la fuga desde Rawson y cómo resultó el plan el 15 de agosto de 1972. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Maestra episódica Introducción, con la puesta en marcha del plan, y el desarrollo con la fuga misma y su resultado. En específico la historia se resume así: en la introducción de 1'20 con la activación del plan dentro del penal, y más al final ponen la marca de presentación del pódcast. Se pone el plan en marcha y se cuenta de la falsa inspección militar, después de una falsa pelea, que permitió interceptar a un guardiacárcel e iniciar la operación. Recreación con uno de los protagonistas y todas las etapas hasta que salen del penal. Sin embargo, algo falla. Solo estaba afuera un Ford Falcon, porque los dos camiones entendieron mal la señal y se fueron de allí. Los 19 que no pudieron subir a la Ford llaman a remixes, luego de que los 6 líderes se fueran en el Falcon. 6 líderes llegan al aeropuerto y se suben al avión; mientras el segundo grupo no alcanza a llegar y se atrincheran en el aeropuerto. Son 14 y 5 mujeres, quienes, días después, 16 de ellos son fusilados y 3 sobreviven, pero pasan a ser desaparecidos durante la dictadura de Videla. Desenlace: Los otros 6 llegan a Puerto Montt en Chile y consiguen asilo del gobierno de Salvador Allende Termina la historia con aquellos que sobrevivieron e hicieron posible esta historia de Fugas.

	Cierre con créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo (comienza por el inicio cuando se activa el plan) True Crime Entrevistas y pequeñas recreaciones con uno de los protagonistas. Narrador (el periodista es el narrador del podcast) y archivo de audio de la época (con la conferencia de prensa de los 19, que no alcanzaron a subirse al avión en Trelew)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador toma distancia de la historia en la búsqueda de la “verdad” de la historia. Narrador muy presente. Narrador heterodiegético.
Estética sonora	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos Efectos de sonido descriptivos, como pasos, fusiles, que potencian las escenas.

23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Música original
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función diegética e incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal https://bit.ly/3Wurlv7 Este segundo episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3laz2CE y también en el sitio de la productora https://podcast.revistaanfibia.com/fugas-el-plan-perfecto-no-existe/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube (Revista Anfibia - YouTube), Deezer, Podimo.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (audio, texto, carátula para la serie, cada episodio, etc.)	Audio, texto descripción del podcast y cuenta con carátula propia de la serie y de cada episodio.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: anfibia.podcast Tw: @anfibiapodcast Han hecho <i>lives</i>
29. Contenido y otras opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga, etc).	No
Otros	
Observaciones, comentarios, etc.	
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Fugas / Argentina
2. Nombre del episodio	Los 111
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / temporada 1
4. Año	2020 / julio
5. Duración	31' 51"
6. Productora	Anfibia podcast, en coproducción con Lunfa
7. Realizador/a	Sebastián Ortega
8. Equipo:	Producción General: Tomás Pérez Vizzón. Host: Sebastián Ortega. Investigación y guion: Emilia Erbetta y Sebastián Ortega. Grabación, mezcla y diseño de sonido: Mariano Pagella, Román Frontini y Nicolás Sosa. Música principal: Nicolás Pagella.
9. Descripción (Si es que la hay)	"Desde el momento en que una persona cae presa tiene un objetivo: escapar. Pero solo algunas lo logran. Presentamos nuestro primer podcast narrativo de no ficción sobre las fugas de cárceles más emocionantes de Argentina y Uruguay, contadas por sus protagonistas".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Cuando todos los planes de fuga fracasaron, a uno de los presos políticos de la organización Tupamaros se le ocurrió una idea: agujerear casi todo el penal de Punta Carretas, la cárcel de máxima seguridad de Uruguay. El resultado fue una cifra de fugados que entró en el Récord Guinness y, casi medio siglo después, nadie pudo superar".
11. Criterio de selección del pódcast	Finalista, con la primera temporada, del premio pódcast en el festival internacional de nuevas narrativas de no ficción 2021 (ARG). http://finnof.org/edicion-2021 Recomendado la segunda temporada, en El País de España, por Eugenio Viñas editor creativo de Prisa Media. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html Como nota, participó en el I Festival Estación Podcast de Madrid 2022 y en el Festival Anfibio en la Ciudad Cultural Konex de Buenos Aires 2022

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. historias personales, historias históricas	Fugas de Cárceles de Argentina y Uruguay En este episodio se cuenta la fuga de 111 presos, 105 políticos y 6 comunes del penal punta carretas en 1971, en Uruguay. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Sigue una estructura maestra de replay. La historia se resume así: Introducción del podcast con el día de la fuga del penal. Viene la presentación del podcast y comienza la historia Se contextualiza brevemente con la historia política del Uruguay de los años '70 y la captura de José Pepe Mujica, quien estaba prófugo. Desde allí en adelante se cuenta la historia cronológicamente hasta la fuga sobre la base de 3 testimonios entrevistas a cuatro tupamaros, más un audio de archivo de Pepe Mujica, quien cuenta a la TV alemana qué significa el movimiento. Termina la historia con qué fue de estos 4 presos políticos hasta el día de hoy, siendo esta fuga, 5 décadas después, la más grande la historia. Créditos al cierre.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje)	In extrema res (comienza con la fuga, para después contar la historia desde el inicio) True Crime Entrevistas

sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	
18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrador y un archivo de audio de Pepe Mujica a la TV alemana.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador toma distancia de la historia en la búsqueda de la “verdad” de la historia; no emite juicios.
20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético; narrador heterodiegético o investigador testigo y narrador homodiegético, o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre y (excelente, muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Efectos de sonido que potencian las escenas. Muy importante la música empleada y los recursos sonoros (palas, serrucho, etc.)
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Música original
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función diegética e incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o	No tiene

publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y las plataformas (texto, audio carátula propia, para cada episodio, etc. 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Contenido u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga del episodio, etc.).	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal https://bit.ly/3Wurlv7 Este episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3WNpHo2 y también en el sitio de la productora https://podcast.revistaanfibia.com/fugas-el-plan-perfecto-no-existe/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube (Revista Anfibia - YouTube), Deezer, Podimo. cuentan con carátula propia de la serie En RRSS: ig: anfibia.podcast Tw: @anfibiapodcast Han hecho <i>lives</i>. No.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Fugas / Argentina
2. Nombre del episodio	La alcatraz del altiplano
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada 2
4. Año	2022 / mayo
5. Duración	38' 31"
6. Productora	Anfibia podcast
7. Realizadores / productores	Sebastián Ortega
8. Equipo:	Dirección: Tomás Pérez Vizzón Guion: Florencia Alcaraz y Sebastián Ortega Investigación en este episodio: Lezak Shallat Producción General: Sebastián Grandi Diseño de sonido: Mateo Corrá Arte y visuales: Federico Mercante Producción artística: Sol Dinerstein Comunicación: Vera Ferrari Supervisión: Camilo Genoud Canción de apertura: Nicolás Pagella
9. Descripción (Si es que la hay)	“Desde el momento en que una persona cae presa tiene un objetivo: escapar. Pero solo algunas lo logran. Presentamos nuestro primer podcast narrativo de no ficción sobre las fugas de cárceles más emocionantes de Argentina y Uruguay, contadas por sus protagonistas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Con apenas una pelota y un cuchillo los presos lograron copar el penal de Coati, una cárcel construida en una isla a más de cuatro mil metros de altura a la que algunos llamaban “La Alcatraz del Altiplano””.
11. Criterio de selección del podcast	Finalista, con la primera temporada, del premio podcast en el festival internacional de nuevas narrativas de no ficción 2021 (ARG). http://finnof.org/edicion-2021 Recomendado la segunda temporada, en El País de España, por Eugenio Viñas editor creativo de Prisa Media. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html Como nota, participó en el I Festival Estación Podcast de Madrid 2022 y en el Festival Anfibio en la Ciudad Cultural Konex de Buenos Aires 2022

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	Fugas de Cárceles en América Latina En este episodio se cuenta la fuga de 72 presos políticos bolivianos el 2 de noviembre de 1972. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra de replay. Introducción del pódcast con el día de la fuga del penal, que fue a partir de un partido de fútbol entre los presos y los guardias del penal. La pelota fue tirada por Caldera, de 22 años, ex jugador de segunda división, quien tiró la pelota sobre el arco para que llegase dentro del penal. Allí comienza la fuga, el 2 de noviembre de 1972. Viene la presentación del pódcast y comienza la historia. Se contextualiza brevemente con la historia política de Bolivia a inicios de los '70. Desde allí en adelante se cuenta la historia cronológicamente hasta la fuga, que se armó gracias a que conocían todos los detalles logísticos del penal. Estos fueron entregados por el teniente Trujillo, afín a los grupos de izquierda. El preso Camacho les propuso un partido de futbol, mientras los familiares venían de otras islas a ver a sus difuntos al cementerio de la isla, ya que las otras cercanas no tenían. Este plan, una vez tirada la pelota sobre el arco, implicó capturar al gobernador del penal, rendir a los guardias y encerrar a los buzos o soplones que había, quienes eran militares encubiertos. Se escapan en 7 grupos en 7 lanchas y se fugan hacia el Perú. 67 lograron la hazaña y se fueron a Cuba desde Lima, 4 fueron recapturados y uno se entregó, quien era un agente encubierto.

	Esta historia se narra sobre la base de 3 testimonios y la historia de Camacho, quien murió en 2020. Termina la historia con qué fue de estos 4 presos políticos hasta el día de hoy (Epifanio, Francisco, Alfonso Camacho y Alejandro Torrejón) Créditos al cierre.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res (con el día de la fuga, para después contar la historia desde el inicio) True Crime Entrevistas Narrador y un archivo de audio del golpista y expresidente Hugo Banzer.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador toma distancia de la historia en la búsqueda de la “verdad” de la historia; no emite juicios. Narrador heterodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos

cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Efectos de sonido descriptivos, que potencian las escenas (sonidos de metralletas, gritos, pasos, agua, aves, una pelota y jugadores corriendo, etc.).
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Original. Muy importante la música empleada y los recursos sonoros en este episodio la música que tiene, en algunos momentos, varios picos “sensacionalistas” acorde al True Crime.
24. Función de la música: incidental o extradiegética, diegética, sin música	Función diegética e incidental.
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No tienen
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de pódcast principal https://bit.ly/3Wurlv7 Este episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3Y5PKYs y también en el sitio de la productora https://podcast.revistaanfibia.com/fugas-el-plan-perfecto-no-existe/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube (Revista Anfibia - YouTube), Deezer, Podimo.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia, para cada episodio, etc.).	Descripción, créditos, audio y cuentan con carátula propia de la serie y de cada episodio.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: anfibia.podcast Tw: @anfibiapodcast Han hecho <i>lives</i>. Hicieron live de este episodio. No.

29. Contenidos u otras opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga del episodio, etc.).	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Fugas / Argentina
2. Nombre del episodio	Receta para una fuga
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / temporada 2
4. Año	2022 / julio
5. Duración	38' 01"
6. Productora	Anfibia podcast
7. Realizador:	Sebastián Ortega
8. Equipo:	Dirección: Tomás Pérez Vizzón Guion: Florencia Alcaraz y Sebastián Ortega Investigación, producción y guion en este episodio: Mitzi Pineda Producción General: Sebastián Grandi Diseño de sonido: Mateo Corrá Arte y visuales: Federico Mercante Comunicación: Vera Ferrari Canción de apertura: Nicolás Pagella
9. Descripción (Si es que la hay)	"Desde el momento en que una persona cae presa tiene un objetivo: escapar. Pero solo algunas lo logran. Presentamos nuestro primer podcast narrativo de no ficción sobre las fugas de cárceles más emocionantes de Argentina y Uruguay, contadas por sus protagonistas".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Con la ayuda de sus madres y una receta de cocina ancestral, un grupo de presos políticos mexicanos logra conseguir las armas para poner en marcha un ingenioso plan para escapar de una fortaleza inexpugnable"
11. Criterio de selección del pódcast	Finalista, con la primera temporada, del premio podcast en el festival internacional de nuevas narrativas de no ficción 2021 (ARG). http://finnof.org/edicion-2021 Recomendado la segunda temporada, en El País de España, por Eugenio Viñas editor creativo de Prisa Media. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html Recomendada la segunda temporada, especialmente Receta para una fuga y 38 luciérnagas por Pablo Fisher, para Escucha podcast, sitio dedicado a la

	reseña de podcasts en español https://www.escuchapodcast.com.ar/2022/10/fugas-segunda-temporada.html Como nota, participó en el I Festival Estación Podcast de Madrid 2022 y en el Festival Anfibia en la Ciudad Cultural Konex de Buenos Aires 2022
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Fugas de Cárceles en América Latina En este episodio se cuenta la fuga de un grupo de presos mexicanos quienes logran escapar gracias a que sus madres y mujeres lograron esconder armas dentro de un plato típico ancestral mexicano.
13. historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra de replay La historia se resume así: Introducción con música y testimonio de mujer cocinera del pozole (Se escucha cómo se hace este plato típico). Luego se escucha testimonio de hombre, quien cuenta cómo lograron, gracias a ellas, tener las armas para la fuga. Pres del pódcast. Comienza con paisaje del mercado y contexto político, a partir del testimonio de Antonio Orozco, comerciante del mercado de la colonia de san Andrés al Oriente de Guadalajara, con puesto de pollo y derivados, de 66 años. Esta tierra es cuna de los vikingos, que se metió en política de finales de los 60 y 70 del siglo pasado. El frente estudiantil y otros grupos formaron la liga comunista del 23 de septiembre (en 1973) para hacer oposición al PRI. Esta fue calificada de Organización terrorista radical y se buscó disolverla, y cayeron presos y asesinados varios de ellos. En febrero de 1974, los cercaron varios policías y fueron interrogados y torturados.

	Se fueron al penal de oblatos, periferia de Guadalajara, 11 torres de vigilancia, donde vivían más de 2500 presos. Quedaron con medidas extremas en el penal. Creció tanto el penal, que quedó cerca de barriadas, entre ellas, la de san Andrés, donde vivía la familia de Antonio. Fueron 20 detenidos de su agrupación que llegaron a estar allí. Entre 20 y 40 años de condena recibieron, pero nunca renunciaron al objetivo de escaparse para reintegrarse a la actividad revolucionaria. Después de un año de encierro conocieron toda la logística del penal y cómo estaba construido. Guillermo Pérez Mora descubrió que una parte del muro del baño del segundo piso no estaba reforzado. Por allí comenzó el plan y de ahí cavaron un túnel a la vereda del penal donde lograron escapar 7. Enrique llamo a Antonio para hablar con sus madres y hacer meter las armas al fondo de las ollas del pozole. En diciembre de 1975, dos meses después de iniciado el plan, comienzan a llegar al otro lado. Perforaron la pared y el torreón estaba hueco por dentro, y con sogas pudieron bajar hacia el otro lado porque no había que hacer un túnel. El 22 de enero se fugan, solo 6 de los 7 y provocan un corte de luz. La fuga duró dos minutos, en el tiempo pactado. Pese al fuego cruzado afuera del penal logran escapar. Termina la historia con qué es de ellos después de la fuga. Antonio vive cerca de donde se escapó hace 40 años. Créditos al cierre.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back)	In extrema res

16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	True Crime Entrevistas y bastante ambientes/paisajes sonoros Narrador
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador toma distancia de la historia en la búsqueda de la “verdad” de la historia; no emite juicios. Narrador heterodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos Descriptivo y narrativo en este caso, con efectos de sonido que potencian las escenas. Música original Función diegética e incidental

Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No tienen
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de pódcast principal https://bit.ly/3Wurlv7 Este episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3Hq5DCi y también en el sitio de la productora https://podcast.revistaanfibia.com/fugas-el-plan-perfecto-no-existe/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube (Revista Anfibia - YouTube), Deezer, Podimo.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (audio, texto, carátula para la serie, para cada episodio, etc.)	cuentan con carátula propia de la serie y de cada episodio.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: anfibia.podcast Tw: @anfibiapodcast Han hecho <i>lives</i> de Fugas
29. Contenidos u otras opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga del episodio, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La segunda muerte del dios punk / Argentina
2. Nombre del episodio	Viral
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada única
4. Año	2021 / octubre
5. Duración	8' 10"
6. Productora	Nicolás Maggi y Erre Podcast
7. Realizador/a	Nicolás Maggi
8. Equipo:	Producción original: Nicolás Maggi Dirección artística: Martín Parodi Edición sonora: Juan Ignacio Isern Temas musicales: Sueños Punk Rock Música original: Santiago Sietecase Diseño gráfico: Yemina Paz Menis
9. Descripción (Si es que la hay)	"Octubre de 2018. Se viraliza el audio de una chica desde un hospital de Rosario, luego de sufrir un intento de secuestro en un colectivo con burundanga. La viralización desata una cadena de hechos que tienen consecuencias fatales. Este es el intento por reconstruir esa historia"
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"La noticia de un suicidio dispara la investigación sobre un escrache virtual".
11. Criterio de selección del pódcast	9 episodios consecutivos de una temporada única Premio al mejor podcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/# Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia	Razones del suicidio de un músico de Rosario, Argentina, supuestamente culpable de haber drogado a una chica en un autobús con burundanga. En este episodio, se sitúa la historia que se va a contar con el audio viralizado y las noticias que se dieron esos días a partir de éste. Después, el productor cuenta por qué se decidió contar la historia: cuando se enteró un año después de ese audio: el dios punk, Javier Mesina, se suicidó. A partir de allí se decide investigar este hecho, que

13. Historias personales, historias históricas	tiene su foco en el escrache y la lentitud de la justicia. Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Introducción, con un audio de WhatsApp en que la protagonista cuenta que fue drogada y se hace viral. Después viene la presentación de la historia a cargo de Maggi cuando se entera que se mató el dios punk. Concluye con las razones por la que se decidió a investigar el caso.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res (si bien el gancho es el audio viralizado, la historia comienza cuando Maggi se entera por RRSS se entera que se mató el dios punk) y después largo racconto desde el audio viralizado. True Crime Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), algunos ambientes
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador, en este caso, parte de lo subjetivo, del impacto que le produjo el suicidio del dios punk y se decide a investigar objetivamente. Se busca conocer la verdad del suicidio.

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador protagonista en este episodio
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	La música del dios punk y Track: “Un poquito de punk rock”, de Sueños Punk Rock. Propio y licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Diegética e incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No tiene
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de pódcast principal https://bit.ly/3YYjpnV Este primer episodio se puede escuchar en Spotify https://spoti.fi/3jpM8ld y también en el sitio de la productora https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia, para cada episodio, etc.	Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube, Google podcast. Trasmitió la serie la radio de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Descripción, audio y carátula propia de la serie y para cada episodio
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	https://twitter.com/ErrePodcast ig @errepodcast hicieron <i>live</i> en noviembre de 2023.
29. Contenido u otras opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga, etc.)	Bonus track en Spotify de cómo hicieron la serie. Tráiler.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La segunda muerte del dios punk / Argentina
2. Nombre del episodio	12 de octubre
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	8' 18"
6. Productora	Nicolás Maggi y Erre Podcast
7. Realizador/a	Nicolás Maggi
8. Equipo:	Producción original: Nicolás Maggi Dirección artística: Martín Parodi Edición sonora: Juan Ignacio Isern Temas musicales: Sueños Punk Rock Música original: Santiago Sietecase Diseño gráfico: Yemina Paz Menis
9. Descripción (Si es que la hay)	"Octubre de 2018. Se viraliza el audio de una chica desde un hospital de Rosario, luego de sufrir un intento de secuestro en un colectivo con burundanga. La viralización desata una cadena de hechos que tienen consecuencias fatales. Este es el intento por reconstruir esa historia"
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	Un audio que se viraliza por redes pone la mira sobre un músico callejero.
11. Criterio de selección del pódcast	9 episodios consecutivos de una temporada única Premio al mejor podcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/# Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia	Razones del suicidio de un músico, de Rosario, de Argentina, supuestamente culpable de haber drogado con burundanga a una chica en un autobús. En este episodio, se centra en el audio viralizado y que nadie se dio el trabajo de chequear la veracidad del audio. Mientras el informe toxicológico no encontró nada y solo un diario, en una nota muy secundaria y breve, dio el desmentido. Ninguno más.

13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Introducción y desarrollo y cierre, con el recuento y pormenores de la historia del audio liberado y qué pasó ese 12 de octubre cuando ocurrió el hecho.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res True Crime Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), Narrador muy presente. Algunos ambientes.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o	El periodista / narrador toma distancia de la historia en la búsqueda de la “verdad” del caso. Narrador heterodiegético.

investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo y narrativo, basado en ambientes, la música del dios punk y música original de sueños punk rock, track “Cuando el mundo acabe”.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio y licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Esta serie está disponible en Spotify como plataforma de podcast principal https://bit.ly/3YYjpnV Este segundo episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3C2Jpo1 y también en el sitio de la productora https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube y Google podcast. Transmitió la Radio UNR.

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula serie, carátula para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula propia de la serie y para cada episodio.
28. Redes sociales y otras formas de vinculación	https://twitter.com/ErrePodcast ig @errepodcast hicieron <i>live</i> en noviembre de 2023.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga, etc.).	Bonus track en Spotify de cómo hicieron la serie.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La segunda muerte del dios punk / Argentina
2. Nombre del episodio	Luciana
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	8' 17"
6. Productora	Nicolás Maggi y Erre Podcast
7. Realizador/a	Nicolás Maggi
8. Equipo:	Producción original: Nicolás Maggi Dirección artística: Martín Parodi Edición sonora: Juan Ignacio Isern Temas musicales: Sueños Punk Rock Música original: Santiago Sietecase Diseño gráfico: Yemina Paz Menis
9. Descripción (Si es que la hay)	"Octubre de 2018. Se viraliza el audio de una chica desde un hospital de Rosario, luego de sufrir un intento de secuestro en un colectivo con burundanga. La viralización desata una cadena de hechos que tienen consecuencias fatales. Este es el intento por reconstruir esa historia"
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	Una víctima declara ante una fiscal que fue drogada en un colectivo.
11. Criterio de selección del pódcast	9 episodios consecutivos de una temporada única Premio al mejor podcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/# Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia	Razones del suicidio de un músico, de Rosario, Argentina, supuestamente culpable de haber drogado con burundanga a una chica en un autobús. En este episodio se centra en la historia de Luciana, desde que salió de un examen de la Universidad hasta encontrarse con Javier en el autobús y supuestamente haber sido drogada por él. Después cuando llegó al hospital y grabó el audio que se hizo viral. Finalmente, el testimonio de la Fiscal quien

13. Historias personales, historias históricas	recuerda todo ese trayecto que habría vivido Luciana, la doctora que iba en el colectivo, y el policía que la asistió. Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Introducción, desarrollo y cierre dedicado a las pruebas con las que se contarían y qué contó Luciana, para culpar a Javier Mesina.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res True Crime Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), algunos ambientes
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador toma distancia de la historia en la búsqueda de la “verdad” del caso.

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo, basado en los ambientes y el Track: "Ladrón de sueños", de Sueños Punk Rock.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio y licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Esta serie está disponible en Spotify como plataforma de pódcast principal https://bit.ly/3YYjpnV Este primer episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3l1Fxr7 y también en el sitio de la productora Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube y Google podcast.

27. Cómo se publica en la web y en las plataformas (texto, audio, carátula de la serie, para cada episodio, etc.)	Se transmitió en Radio UNR
28. Redes sociales y uso de otras formas de vinculación	Descripción, texto y cuentan con carátula propia de la serie y para cada episodio https://twitter.com/ErrePodcast ig @errepodcast hicieron <i>live</i> en noviembre de 2023.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga, etc.)	Bonus track en Spotify de cómo hicieron la serie.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	La segunda muerte del dios punk / Argentina
2. Nombre del episodio	Burundanga
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	8' 03"
6. Productora	Nicolás Maggi y Erre Podcast
7. Realizador/a	Nicolás Maggi
8. Equipo:	Producción original: Nicolás Maggi Dirección artística: Martín Parodi Edición sonora: Juan Ignacio Isern Temas musicales: Sueños Punk Rock Música original: Santiago Sietecase Diseño gráfico: Yemina Paz Menis
9. Descripción (Si es que la hay)	"Octubre de 2018. Se viraliza el audio de una chica desde un hospital de Rosario, luego de sufrir un intento de secuestro en un colectivo con burundanga. La viralización desata una cadena de hechos que tienen consecuencias fatales. Este es el intento por reconstruir esa historia"
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	Una especialista analiza la veracidad de la denuncia sobre intoxicación.
11. Criterio de selección del podcast	9 episodios consecutivos de una temporada única Premio al mejor podcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/# Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia	Razones del suicidio de un músico, de Rosario, Argentina, supuestamente culpable de haber drogado con burundanga a una chica en un autobús. En este episodio, se entrevista a una especialista, al padre de Javier y se reproducen varios audios de noticias de los medios, que están relacionados con otros casos de supuesta burundanga.

13. Historias personales, historias históricas	Lo concreto es que no se encontró nada en el cuerpo de Luciana en la primera prueba toxicológica. Tampoco en los cuatro casos descritos en Rosario, después de Luciana. Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Introducción, desarrollo y cierre dedicado a las pruebas con las que se contarían para culpar a Javier Mesina.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flashback) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res True Crime Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), algunos ambientes
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador se hace parte de la historia en la búsqueda de la "verdad".

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional. En este caso dos cuñas por teléfono: con una especialista y el padre de Javier.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo, basado en la música de Sietecase, los ambientes y el Track: “La muerte”, de Sueños Punk Rock.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio y licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	La serie está disponible en Spotify como plataforma de podcast principal https://bit.ly/3YYjpnV Este cuarto episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3hTzb2G y también en el sitio de la productora https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast y youtube, Google podcast.

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia serie, carátula para cada episodio, etc.)	Se transmitió en Radio UNR.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Texto, audio y con carátula propia de la serie y para episodio. https://twitter.com/ErrePodcast ig @errepodcast hicieron <i>live</i> en noviembre de 2023.
29. Otros contenidos u otras opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga, etc.).	Bonus track en Spotify de cómo hicieron la serie.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La segunda muerte del dios punk / Argentina
2. Nombre del episodio	Javier
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	11' 59''
6. Productora	Nicolás Maggi y Erre Podcast
7. Realizador/a	Nicolás Maggi
8. Equipo:	Producción original: Nicolás Maggi Dirección artística: Martín Parodi Edición sonora: Juan Ignacio Isern Temas musicales: Sueños Punk Rock Música original: Santiago Sietecase Diseño gráfico: Yemina Paz Menis
9. Descripción (Si es que la hay)	“Octubre de 2018. Se viraliza el audio de una chica desde un hospital de Rosario, luego de sufrir un intento de secuestro en un colectivo con burundanga. La viralización desata una cadena de hechos que tienen consecuencias fatales. Este es el intento por reconstruir esa historia”
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	Un chico tímido inventa un personaje para subirse a los escenarios.
11. Criterio de selección del pódcast	9 episodios consecutivos de una temporada única Premio al mejor podcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/# Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia	Razones del suicidio de un músico, de Rosario, Argentina, supuestamente culpable de haber drogado con burundanga a una chica en un autobús. Cómo es Javier y su historia, lo conocemos en este episodio, a través de su padre, compañeros de la banda, la voz de Javier en un programa de TV rosarino, y en la calle cuando tocaba, y un periodista especializado en rock.

13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Introducción, desarrollo y cierre dedicado a las pruebas con las que se contarían para culpar a Javier Mesina. En este caso conoceremos la historia de vida de Javier hasta llegar al desenlace que fue su muerte.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res True Crime Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), algunos ambientes
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o	El periodista / narrador se hace parte de la historia en la búsqueda de la “verdad” Narrador heterodiegético.

investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional. En este caso dos cuñas por teléfono, como la del padre de Javier y cuñas extraídas de medios donde estuvo Javier.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo y narrativo, basado en la música de Sietecase, los ambientes y los Tracks: "Nunca te rindas", de Sueños Punk Rock; "Más que diez" (En vivo Cosquin Rock 2008), de Bulldog. Agradecimiento Pinhead Records.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio y licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	La serie está disponible en Spotify como plataforma de podcast principal https://bit.ly/3YYjpnV Este quinto episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3PZWKU7 y también en el sitio de la productora https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube y Google podcast.

27. Cómo se publica en la web y las plataformas (texto, audio, carátula propia, para cada episodio, etc.)	Transmitió Radio UNR
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Descripción, audio y carátula propia de la serie y para cada episodio. https://twitter.com/ErrePodcast ig @errepodcast hicieron <i>live</i> en noviembre de 2023.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga del episodio, etc.)	Bonus track en Spotify de cómo hicieron la serie.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La segunda muerte del dios punk / Argentina
2. Nombre del episodio	Laberinto
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	6 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	11' 08"
6. Productora	Nicolás Maggi y Erre Podcast
7. Realizador/a	Nicolás Maggi
8. Equipo:	Producción original: Nicolás Maggi Dirección artística: Martín Parodi Edición sonora: Juan Ignacio Isern Temas musicales: Sueños Punk Rock Música original: Santiago Sietecase Diseño gráfico: Yemina Paz Menis
9. Descripción (Si es que la hay)	"Octubre de 2018. Se viraliza el audio de una chica desde un hospital de Rosario, luego de sufrir un intento de secuestro en un colectivo con burundanga. La viralización desata una cadena de hechos que tienen consecuencias fatales. Este es el intento por reconstruir esa historia"
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	Una causa judicial se convierte en una herida que nunca cierra.
11. Criterio de selección del pódcast	9 episodios consecutivos de una temporada única Premio al mejor podcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/# Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia	Razones del suicidio de un músico de Rosario, Argentina, supuestamente culpable de haber drogado con burundanga a una chica en un autobús. Se reconstruye la historia judicial, desde que se filtra el testimonio de WhatsApp que llega a compañeros de la banda. La detención de Javier, su paso al centro de salud mental, y las evidencias que busca recoger la fiscal, pero que no existen. Sin embargo, ella decidió esperar el informe oficial toxicológico,

13. Historias personales, historias históricas	que llegó solo días antes de la muerte de Javier. La declaración oficial de la justicia, sin embargo, se hizo post mortem. Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Introducción, desarrollo y cierre dedicado a las pruebas con las que se contarían para culpar a Javier Mesina. En este caso las pruebas judiciales que llegaron tardíamente y se publicaron después de la muerte de Javier.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res No ficción / True Crime Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), algunos ambientes
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador se hace parte de la historia en la búsqueda de la “verdad”.

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador heterodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional. En este caso cuñas por teléfono, como la del padre y las entrevistas a la fiscal y un compañero de banda. A veces no hay buena calidad, con ruidos o mini cortes.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo. Diseño sonoro propio, basado en la música de Sietecase, los ambientes y el Track: "Sentimientos", de Sueños Punk Rock.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio y licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	La serie está disponible en Spotify como plataforma de podcast principal https://bit.ly/3YYjpnV Este sexto episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3l6LtiC y también en el sitio de la productora https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube y Google podcast.

27. Cómo se publica en la web y en las plataformas (texto, audio, carátula propia, para cada episodio, etc.)	Se transmitió en radio UNR
28. Redes sociales y otras formas de vinculación	Descripción, audio y cuentan con carátula propia de la serie y para cada episodio https://twitter.com/ErrePodcast ig @errepodcast hicieron <i>live</i> en noviembre de 2023.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga del episodio, etc.)	Bonus track en Spotify de cómo hicieron la serie.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La segunda muerte del dios punk / Argentina
2. Nombre del episodio	Persecución
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	7 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	10' 45''
6. Productora	Nicolás Maggi y Erre Podcast
7. Realizador/a	Nicolás Maggi
8. Equipo:	Producción original: Nicolás Maggi Dirección artística: Martín Parodi Edición sonora: Juan Ignacio Isern Temas musicales: Sueños Punk Rock Música original: Santiago Sietecase Diseño gráfico: Yemina Paz Menis
9. Descripción (Si es que la hay)	“Octubre de 2018. Se viraliza el audio de una chica desde un hospital de Rosario, luego de sufrir un intento de secuestro en un colectivo con burundanga. La viralización desata una cadena de hechos que tienen consecuencias fatales. Este es el intento por reconstruir esa historia”
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	Agresiones sin fin comienzan a acelerar la espiral de la locura.
11. Criterio de selección del pódcast	9 episodios consecutivos de una temporada única Premio al mejor podcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/# Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia	Razones del suicidio de un músico de Rosario, Argentina, supuestamente culpable de haber drogado con burundanga a una chica en un autobús. En este episodio, cómo el estigma y el escrache virtual o violencia en las redes sociales llevaron a la muerte de Javier. Este episodio se cuenta a través de un compañero de banda, el padre de Javier, la fiscal y la misma música de Javier en el último tiempo.

13. historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Introducción, desarrollo y cierre dedicado a las pruebas con las que se contarían para culpar a Javier Mesina. En este caso el escrache virtual y real que sufrió Javier.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res True Crime Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), algunos ambientes
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o	El periodista / narrador se hace parte de la historia en la búsqueda de la “verdad”. Narrador heterodiegético

investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional. En este caso, cuñas por teléfono como la del padre y entrevistas a fiscal y compañero de banda.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo y narrativo, basado en la música de Sietecase, los ambientes y Track: “Mi propia verdad”, de Sueños Punk Rock.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio y licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	La serie está disponible en Spotify como plataforma de podcast principal https://bit.ly/3YYjpnV Este séptimo episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3lbLSjV y también en el sitio de la productora https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/ Plataformas disponibles: Spotify, apple podcast, youtube y Google podcast.
27. Cómo se publica en la web y en plataformas (texto,	Descripción, audio y cuentan con carátula propia de la serie, y para cada episodio

audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	https://twitter.com/ErrePodcast ig @errepodcast hicieron <i>live</i> en noviembre de 2023.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción del episodio, descarga, etc.)	Bonus track en Spotify de cómo hicieron la serie.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La segunda muerte del dios punk / Argentina
2. Nombre del episodio	Punitivismo
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	8 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	14' 14"
6. Productora	Nicolás Maggi y Erre Podcast
7. Realizador/a	Nicolás Maggi
8. Equipo:	Producción original: Nicolás Maggi Dirección artística: Martín Parodi Edición sonora: Juan Ignacio Isern Temas musicales: Sueños Punk Rock Música original: Santiago Sietecase Diseño gráfico: Yemina Paz Menis
9. Descripción (Si es que la hay)	"Octubre de 2018. Se viraliza el audio de una chica desde un hospital de Rosario, luego de sufrir un intento de secuestro en un colectivo con burundanga. La viralización desata una cadena de hechos que tienen consecuencias fatales. Este es el intento por reconstruir esa historia"
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	La psicoanalista Alexandra Kohan explica cómo las redes pueden destruir a una persona.
11. Criterio de selección del pódcast	9 episodios consecutivos de una temporada única Premio al mejor podcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/# Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular.	Razones del suicidio de un músico de Rosario, Argentina, supuestamente culpable de haber drogado con burundanga a una chica en un autobús. En este episodio, la especialista explica el escrache virtual que busca eludir o actuar en nombre de la justicia a través de las redes. "Es enloquecedor", dice, sin tener que ser culpable o tener antecedentes de salud mental. "Sin víctima no hay escrache" y "Cuándo el escrachado puede volver a

13. Historias personales, historias históricas)	recuperar su vida en sociedad, nunca”, sentencia la profesional. Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Introducción, desarrollo y cierre dedicado a las pruebas con las que se contarían para culpar a Javier Mesina. En este caso una especialista que da cuenta cómo opera el escrache y las consecuencias para la vida de la “víctima”.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res True Crime Crónica, entrevista, ensayo Narrador (el periodista es el narrador del pódcast), algunos ambientes
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o	El periodista / narrador toma distancia de la historia en la búsqueda de la “verdad” del caso. Narrador heterodiegético.

autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional. En este caso, la entrevista a la psicoanalista y cuñas extraídas de medios de casos afines. Descriptivo, basado en la música de Sietecase, los ambientes y Track: “Melodías”, de Sueños Punk Rock. Propio y licenciado Función incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	La serie está disponible en Spotify como plataforma de pódcast principal https://bit.ly/3YYjpnV Este octavo episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3PZPVBF y también en el sitio de la productora https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/ Plataformas disponibles: Spotify, Apple podcast, YouTube y Google podcast. Transmisión en Radio UNR

27. cómo se publica en la web y en las plataformas (texto, audio, carátula propia, para cada episodio, etc.).	Descripción, audio y cuentan con carátula propia de la serie y para cada episodio.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	https://twitter.com/ErrePodcast ig @errepodcast hicieron <i>live</i> en noviembre de 2023.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descargas, etc.).	Bonus track en Spotify de cómo hicieron la serie.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	La segunda muerte del dios punk / Argentina
2. Nombre del episodio	Escape
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	9 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	6' 31"
6. Productora / productores	Nicolás Maggi y Erre Podcast
7. Realizador/a	Nicolás Maggi
8. Equipo:	Producción original: Nicolás Maggi / Dirección artística: Martín Parodi / Edición sonora: Juan Ignacio Isern / Temas musicales: Sueños Punk Rock / Música original: Santiago Sietecase / Diseño gráfico: Yemina Paz Menis
9. Descripción (Si es que la hay)	"Octubre de 2018. Se viraliza el audio de una chica desde un hospital de Rosario, luego de sufrir un intento de secuestro en un colectivo con burundanga. La viralización desata una cadena de hechos que tienen consecuencias fatales. Este es el intento por reconstruir esa historia"
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	Un sueño que se termina en un vuelo final hacia el infinito.
11. Criterio de selección del podcast	9 episodios consecutivos de una temporada única Premio al mejor podcast y del jurado en Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2022 (ARG) http://finnof.org/# Premio Gabo 2022 en la categoría de audio (COL) https://premioggm.org/premio-gabo/edicion/2022/nominados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Razones del suicidio de un músico rosarino de Argentina supuestamente culpable de haber drogado a una chica en un autobús. En este episodio, el suicidio de Javier el 10 de noviembre de 2019, que comienza con cuña de compañero de banda y luego se habla del suicidio en la música y en el punk, para llegar a las últimas horas de Javier.

13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Introducción, desarrollo y cierre dedicado a las pruebas con las que se contarían para culpar a Javier Mesina.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res True Crime Crónica, entrevista, ensayo Narrador (el periodista es el narrador del podcast), algunos ambientes
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o	El periodista / narrador toma distancia de la historia en la búsqueda de la “verdad” del caso. Narrador heterodiegético

investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal.	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional. En este caso compañero de banda y el padre de Javier.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo y narrativo, basado en la música de Sietecase, los ambientes y Tracks: “A veces” y “Volver a soñar”, de Sueños Punk Rock.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio y licenciado.
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	La serie está disponible en Spotify como plataforma de podcast principal https://bit.ly/3YYjpnV Este noveno episodio se puede escuchar en Spotify https://bit.ly/3GylIH7 y también en el sitio de la productora https://www.errepodcast.com/show/dios-punk/ Plataformas disponibles: Spotify, Apple podcast y YouTube. Además transmisión por radio UNR

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula propia de la serie y para cada episodio.
28. Redes sociales y otras formas de vinculación	https://twitter.com/ErrePodcast ig @errepodcast hicieron <i>live</i> en noviembre de 2023.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga del episodio, etc.)	Bonus track en Spotify de cómo hicieron la serie.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Créditos al cierre Bonus track (que cuenta cómo se hizo el podcast) 19'59". Que se conozca la historia de Javier era el objetivo principal del podcast, que nació como una idea para una tesis de grado de la UNR. Este episodio del backstage del podcast fue hecho con fragmentos de entrevistas dadas en varias radios de Argentina. La historia fue elegida por Maggi por la importancia del punk en la vida del realizador y la historia de Javier, de una persona inocente que fue objeto de escarnio público, aunque con un pasado de salud mental. 6 meses tomó la producción entre guion y elaboración del podcast. Pidió autorización al padre para hacer el podcast.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Até que se prove o contrário / Brasil
2. Nombre del episodio	O que os olhos nao veem
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	41' 33''
6. Productora	Agencia Pública
7. Realizador/a	Ciro Barros, José Cícero y Ricardo Terto
8. Equipo y créditos:	Supervisão geral: Natália Viana Produção, roteiro e locução de apoio: Ricardo Terto Mixagem, finalização e trilha tema original: Ricardo Terto Reportagem, entrevistas e locuções: Ciro Barros e José Cícero Captação de áudio externo: José Cícero Artes: Alexandre De Maio Divulgação - Marina Dias, Ravi Spreizner e Tainah Ramos Locução recado: Clarissa Levy
9. Descripción (Si es que la hay)	“Até Que Se Prove O Contrário é um podcast em formato minissérie documental de 6 episódios que vai ao ar toda quinta-feira. Uma produção da Agência Pública e que faz parte da Rede Guarda Chuva de podcasts. Conduzido por Ciro Barros, José Cícero e Ricardo Terto, o podcast conta no detalhe a história de inocentes que foram encarcerados e revela, ao longo dos episódios, problemas estruturais de injustiça no Brasil. Vamos conhecer a luta dos familiares para conduzirem investigações por conta própria, ouvir relatos de pessoas que sofreram impactos físicos e psicológicos, e buscar respostas para perguntas cruciais como qual o papel da imprensa, da polícia e da sociedade nesse ciclo? Por que o peso falho da lei sempre pesa sobre jovens e negros? Ao longo de mais de um ano, Ciro e José conheceram, conversaram, e escutaram pessoas que convivem com a injustiça: ex-detentos, especialistas, juristas e pesquisadores. O resultado é um entrelaçamento de histórias urgentes e temas necessários sobre este que é um dos maiores problemas do Brasil atual”.

10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Na estreia da série, Ciro Barros e José Cícero investigam falhas no processo de reconhecimento e o que memórias falsas e estereótipos têm a ver com isso. Para isso, contamos a história de quatro jovens, Fabrício, Leandro, Pedro e Washington, presos injustamente após um reconhecimento mal feito, além de retratar a luta dos familiares em provar a inocência dos rapazes. Com participações especiais do delegado Leonardo Marcondes Machado da Polícia Civil de Santa Catarina, mestre em Direito pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e especialista em Direito Penal e Criminologia, e da psicóloga Lilian Stein, referência na pesquisa de memórias falsas e pioneira no país nos estudos da Psicologia do Testemunho”.
11. Criterio de selección del pódcast	Premio 44º Vladimir Herzog, Anistia e direitos humanos 2022, Produção Jornalística em Áudio, por el episodio 1 “O que os olhos não veem” de la serie documental “Ate que se prove o contrario” Finalista premio gabo 2017, categoría cobertura, por la serie “Amazonía en disputa”.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	A través de cuatro historias de cuatro jóvenes encarcelados injustamente y la lucha de sus familiares se revela las fallas de la justicia brasileira.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen de la historia es: Comienza con sonidos de sirena policial y música. Varias voces dicen que las personas piensan que la gente llega a la cárcel por hacer algo errado, pero no es así ya que la policía está entrenada para agarrar gente negra y pobre. Presentación de la serie y del episodio. Ricardo Terto Se presentan los reporteros: Ciro y José. Cuenta José que estaba haciendo un reportaje de un caso policial y esto lo llevó a hablar con mucha gente, vinculada al

	movimiento de derechos humanos y le llegaron muchos casos. Así supo de 4 chicos que fueron detenidos y presos en Sao Paulo. Se escucha la voz de la madre de uno de ellos. Ella estaba haciendo una investigación por su cuenta, cámaras, testimonios, etc., para lograr la liberación de su hijo. Después retomó el contacto con ella, cuando decidieron hacer este podcast de investigación. Fabrizio y Pedro, hijos de ella, hablaron con José. Describen la escena, junto con Leandro, otro de los detenidos, cuando fueron apresados. Les dice la policía que habían robado un carro y llega un motorista, quien dijo que ellos habían robado su carro. Fueron tras especialistas en estos casos. Voz de la psicología Lina, quien trabaja sobre falsas memorias, es decir, cómo se guarda la memoria sobre casos violentos, como un asalto y estupro, pero no funciona como cámara fotográfica, se va modificando la memoria. Marca de podcast Agencia Pública y Guardachuva. Promo de radio escafandro. Sigue la especialista quien habla del reconocimiento falso y de todos los componentes que dificultan ese reconocimiento. Ese motorista fue víctima de un asalto en la noche, con poca luminosidad, etc., que impiden la identificación. Después se aborda cómo la experiencia traumática cambió sus vidas. Pedro y Fabrizio, negros, y Leandro, blanco, quedaron con deficiencia visual. Ella dice que varios están en la cárcel por crímenes que no cometieron en Brasil. Además cómo se entrevistan a los testificantes, que muchas veces se inducen sus respuestas, dicen los reporteros, lo que confirman ambos especialistas.

	Es una cadena, desde el abordamiento hasta llegar al presidio, dicen los reporteros. La justicia decretó la detención preventiva. Cuenta la madre cómo reconstruyó los hechos y consiguió una chica, que vive hace 6 años por el barrio, que vio todo. Por qué ese patrón selectivo de punir personas se repite en las periferias de Brasil, se preguntan. Los chicos hablan de cómo quedaron traumatizados y de cómo afectó su vida y su futuro. Fabrizio, Leandro, Washington y Pedro estuvieron 96 días encarcelados, concluye Ricardo. Invitación a seguir el próximo episodio del podcast y créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Ab ovo Narrativo Entrevistas, crónica Narrador, archivos de audio
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador	El periodista / narrador guía la historia y se pregunta o cuestiona varias cosas durante las entrevistas que permite a los entrevistados responder sus conjeturas. Narrador homodiegético

heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora, aunque no excelente cuando son entrevistas colectivas y telefónicas.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Diseño sonoro propio con uso de música original
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Se incluyen menciones del podcast Agencia Pública y de la red Guardachuva, de la cual el podcast es parte. Mención a radio escafandro.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Agencia Pública https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/ Este primer episodio se puede escuchar en https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/o-que-os-olhos-nao-veem/ y en Spotify https://bit.ly/3VoIVBm Plataformas disponibles: En Spotify, Deezer, Spreaker, Google podcasts y Amazon Music.

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://instagram.com/agenciapublica Tw: https://twitter.com/agenciapublica Youtube: https://youtube.com/apublica Facebook: https://www.facebook.com/agenciapublica LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/agenciapublica/ Grupo de whatsapp: https://agen.pub/grupo2 Grupo de Telegram: https://t.me/listadapublica Cada episodio se puede compartir desde el sitio en LinkedIn, email, WhatsApp, Twitter, Facebook y Reddit.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Tiene tráiler (o teaser como le llamaron a esta promoción del pódcast desde Agencia Publica). https://bit.ly/40T6oLS Se pueden descargar los episodios en formato mp3
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Até Que Se Prove O Contrário é uma produção da Agência Pública e faz parte da Rádio Guarda-Chuva de pódcast Tienen campaña de crowdfunding, donde invitar a apoyar el periodismo independiente que hace Agencia Publica, a través de 10, 30, 50 o 100 reales mensuales. Se definen como agencia pública, de investigación periodística sin fines lucrativos, fundada en 2011 por reporteras mujeres. Entre sus valores promocionan los derechos humanos, la independencia editorial y la construcción de la igualdad de género.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Até que se prove o contrário
2. Nombre del episodio	O peso da palavra
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	29' 16''
6. Productora	Agencia Pública
7. Realizador/a	Ciro Barros, José Cícero y Ricardo Terto
8. Equipo y créditos:	Supervisão geral: Natália Viana Produção, roteiro e locução de apoio: Ricardo Terto Mixagem, finalização e trilha tema original: Ricardo Terto Reportagem, entrevistas e locuções: Ciro Barros e José Cícero Captação de áudio externo: José Cícero Artes: Alexandre De Maio Divulgação - Marina Dias, Ravi Spreizner e Tainah Ramos Locução recado: Clarissa Levy
9. Descripción (Si es que la hay)	“Até Que Se Prove O Contrário é um podcast em formato minissérie documental de 6 episódios que vai ao ar toda quinta-feira. Uma produção da Agência Pública e que faz parte da Rede Guarda Chuva de podcasts. Conduzido por Ciro Barros, José Cícero e Ricardo Terto, o podcast conta no detalhe a história de inocentes que foram encarcerados e revela, ao longo dos episódios, problemas estruturais de injustiça no Brasil. Vamos conhecer a luta dos familiares para conduzirem investigações por conta própria, ouvir relatos de pessoas que sofreram impactos físicos e psicológicos, e buscar respostas para perguntas cruciais como qual o papel da imprensa, da polícia e da sociedade nesse ciclo? Por que o peso falho da lei sempre pesa sobre jovens e negros? Ao longo de mais de um ano, Ciro e José conheceram, conversaram, e escutaram pessoas que convivem com a injustiça: ex-detentos, especialistas, juristas e pesquisadores. O resultado é um entrelaçamento de histórias urgentes e temas necessários sobre este que é um dos maiores problemas do Brasil atual”

10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Você já ouviu falar na expressão "Fé Pública"? Esse é um conceito que está por trás da maioria das prisões no Brasil. É o entendimento da justiça que a palavra do policial é sempre a verdade - e o peso dessa palavra é maior que a de qualquer cidadão e de qualquer prova. Neste episódio, para entender de onde vem esse conceito e como isso afeta o sistema de justiça no Brasil, Ciro Barros, José Cícero e Ricardo Terto contam como Alexsandro, Érick, Kelvin e Rafael, jovens da periferia de São Paulo, acabaram presos mesmo com todas as provas de sua inocência. Acompanhamos os atos da comunidade pedindo a liberdade, a investigação das famílias e as consequências na vida dos jovens acusados. O episódio ainda conta com as participações especiais de Ricardo André de Souza - coordenador da Área Criminal da Defensoria Pública do Rio de Janeiro e Thiago de Luna Cury - coordenador do Núcleo Especializado em Situação Carcerária da Defensoria Pública de São Paulo”.
11. Criterio de selección del pódcast	Premio 44º Vladimir Herzog, Anistia e direitos humanos 2022, Produção Jornalística em Áudio, por el episodio 1 “O que os olhos não veem” de la serie documental “Ate que se prove o contrario” Finalista premio gabo 2017, categoría cobertura, por la serie “Amazonía en disputa”.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	En este episodio se cuenta la historia de Alexsandro, Érick, Kelvin e Rafael, jóvenes de la periferia de Sao Paulo, quien acabaron presos pese a las pruebas que demostraban su inocencia.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos	Estructura maestra episódica, aun cuando puede entenderse cada episodio como maestra de replay donde entregan distintos puntos de vista en torno al caso que ocupa la historia, en el marco de la macro historia que están contando en los seis episodios: las fallas de la justicia brasilera. El resumen de la historia es así:

-Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Música y protesta en la calle. Alguien con megáfono diciendo los motivos de la protesta por la libertad de algunos chicos. Varias fuentes hablan de la palabra de la policía para inculpar a personas inocentes Breve resumen del episodio anterior y cómo se condena e investiga a personas en Brasil. Esta es la historia de Alexsandro, Erick, Kelvin e Rafael, con el único testimonio de dos policías que los acusan de un robo de carga, cerca de una escuela, que no hicieron En la protesta se cuenta cómo el padre de Alexsandro le cuenta la historia a un especialista que se interesa por el caso y también otros familiares que inician la lucha. Presentación del episodio Recapitula el caso Ricardo y los problemas de salud que tuvo Rafael, cuenta la madre de ella. Hablaron con los padres de todos. Cuentan sobre las imágenes de cámara y vídeos que los familiares consiguieron que son pruebas de que no participaron. Igualmente fueron llevados a prisión valiendo más la palabra de la policía. El concepto que está detrás es la fe pública. Marca de Agencia Pública y mención a Disidentes. La fe publica, cuenta Ciro, se ha convertido en un abuso, utilizado en tribunales por el ministerio público. Se da un peso mayor al testimonio policial por sobre la presunción de inocencia. Que está más bien pensado para grandes casos criminales, tráfico, etc. Hablan con dos especialistas, quienes hablan de la presunción de inocencia que no se aplica, dice uno de los defensores.

	2 meses estuvieron encarcelados y después consiguieron la libertad provisional y cuatros meses después la absolución. Las marcas permanecen, dice Ricardo, y lo confirman los afectados. Se pregunta a Ciro por qué funciona así. Los afectados y las pruebas no tienen peso en comparación con la versión policial. Audio de la protesta. Cierra Ricardo con resumen del tiempo preso en el que estuvieron. Invitación a seguir el próximo episodio del podcast y créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas, crónica Narrador, archivos de audio (mezclan narración con la voz de los periodistas quienes cuentan de la investigación y hacen las entrevistas (periodista como personaje de la historia).
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la	El periodista / narrador guía la historia y se preguntan o cuestionan varias cosas durante las entrevistas que permite a los entrevistados responder sus conjeturas Narrador homodiegético.

historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Buena calidad sonora. Solo las entrevistas telefónicas de menor calidad. Desde este segundo episodio y hasta el último, el diseño sonoro es más cuidado Descriptivos Propio Incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Mención de Agencia Pública y mención a podcast Disidentes.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Disponible en el sitio de Agencia pública https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/ Este primer episodio se puede escuchar en https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/o-peso-da-palavra/ y en Spotify https://spoti.fi/4a8LOx9 Plataformas disponibles: En Spotify, Deezer, Spreaker, Google podcasts y Amazon Music. Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie.

28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://instagram.com/agenciapublica Tw: https://twitter.com/agenciapublica Youtube: https://youtube.com/apublica Facebook: https://www.facebook.com/agenciapublica LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/agenciapublica/ Grupo de whatsapp: https://agen.pub/grupo2 Grupo de Telegram: https://t.me/listadapublica Cada episodio se puede compartir desde el sitio en LinkedIn, email, WhatsApp, Twitter, Facebook y Reddit. Se pueden descargar los episodios en formato mp3
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Até que se prove o contrário
2. Nombre del episodio	O enquadro da mídia
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	38' 10''
6. Productora	Agencia Pública
7. Realizador/a	Ciro Barros, José Cícero y Ricardo Terto
8. Equipo y créditos:	Supervisão geral: Natália Viana Produção, roteiro e locução de apoio: Ricardo Terto Mixagem, finalização e trilha tema original: Ricardo Terto Reportagem, entrevistas e locuções: Ciro Barros e José Cícero Captação de áudio externo: José Cícero Artes: Alexandre De Maio Divulgação - Marina Dias, Ravi Spreizner e Tainah Ramos Locução recado: Clarissa Levy Até Que Se Prove O Contrário é uma produção original da Agência Pública e faz parte da Rádio Guarda-Chuva de podcasts.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Até Que Se Prove O Contrário é um podcast em formato minissérie documental de 6 episódios que vai ao ar toda quinta-feira. Uma produção da Agência Pública e que faz parte da Rede Guarda Chuva de podcasts. Conduzido por Ciro Barros, José Cícero e Ricardo Terto, o podcast conta no detalhe a história de inocentes que foram encarcerados e revela, ao longo dos episódios, problemas estruturais de injustiça no Brasil. Vamos conhecer a luta dos familiares para conduzirem investigações por conta própria, ouvir relatos de pessoas que sofreram impactos físicos e psicológicos, e buscar respostas para perguntas cruciais como qual o papel da imprensa, da polícia e da sociedade nesse ciclo? Por que o peso falho da lei sempre pesa sobre jovens e negros? Ao longo de mais de um ano, Ciro e José conheceram, conversaram, e escutaram pessoas que convivem com a injustiça: ex-detentos, especialistas, juristas e

	pesquisadores. O resultado é um entrelaçamento de histórias urgentes e temas necessários sobre este que é um dos maiores problemas do Brasil atual”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Quem define o que é um perfil "suspeito"? Qual é o perigo de alguns jornais apenas escutarem a versão das autoridades em um caso de segurança pública? Qual o papel do jornalismo na chamada cultura do medo? Quais tipos de crimes mobilizam a imprensa e como isso nos afeta? Nesse episódio, com as participações especiais dos jornalistas Caco Barcellos, do Profissão Repórter, e de Fausto Salvador, um dos criadores da Ponte Jornalismo, Ciro Barros e José Cícero investigam como a mídia influencia a construção de um imaginário social que condena previamente jovens pretos e periféricos, além de criar a figura do herói “linha dura”. E, por outro lado, como a visibilidade dada pela imprensa ajuda a levar certos casos a serem devidamente investigados. A história da prisão do ativista social Marcelo Dias revela como o jornalismo funciona para criar injustiça e também para fazer justiça”.
11. Criterio de selección del pódcast	Premio 44º Vladimir Herzog, Anistia e direitos humanos 2022, Produção Jornalística em Áudio, por el episodio 1 “O que os olhos não veem” de la serie documental “Ate que se prove o contrario” Finalista premio gabo 2017, categoría cobertura, por la serie “Amazonía en disputa”.
Narrativa y estética sonora	Descripción
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	En este episodio se centra en el rol de la prensa, de cómo ayuda o influencia la construcción de imaginarios sociales que llevan a “condenar” a personas inocentes.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos	Estructura maestra episódica El resumen de la historia es: Se escuchan sirenas y motos. Habla el reportero que cuenta que la policía estaría cogiendo a un asaltante Los actores que intervienen en este proceso son las policías, la justicia, el ministerio público, etc.

-Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Presentación de la serie Presentación del episodio En éste se discutirá sobre el papel de los medios en estos procesos. Se suman audios de programas de televisión de los años 90, que se presentan como un suceso, como un show, al acompañar los operativos policiales en barrios de Brasil. Hablan con distintos profesionales: un periodista de un medio independiente que explica cómo se construyen los estereotipos, un educador social que vivió en carne propia en la inauguración de una sede social, etc. Este fue arrestado y llevado al día siguiente a la audiencia de custodia, de la cual sabemos que vale solo la versión policial. Fue internado provisoriamente durante 6 meses hasta lograr su liberación. Marca pódcast de Guardachava y mención a pódcast de literatura Põe Na Estante La cobertura de los medios, el miedo que tiene la gente y los policías y la milicia que se vuelven héroes, como salvadores de los barrios supuestamente, son factores que influyen en este proceso. Cierre del pódcast. Créditos e invita a escuchar el próximo episodio.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas, crónica

18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Narrador (mezcla narración con la voz de los periodistas, quienes cuentan de la investigación y hacen las entrevistas, es decir, los periodistas como personajes de la historia) y archivos de audios
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador guía la historia y se preguntan o cuestionan varias cosas durante las entrevistas que permite a los entrevistados responder sus conjeturas. Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Buena calidad sonora. Solo las entrevistas telefónicas de menor calidad. Diseño sonoro más cuidado desde el episodio anterior número 2. Descriptivos Propio Incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Se incluye marca de red de podcast de Guardachava y mención de podcast de literatura Põe Na Estante

Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de Agencia Publica https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/ Este tercer episodio se puede escuchar en https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/o-enquadro-da-midia/ y en Spotify https://bit.ly/44Mzu2M Plataformas disponibles: En Spotify, Deezer, Spreaker, Google podcasts y Amazon Music. Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie. En RRSS: ig: https://instagram.com/agenciapublica Tw: https://twitter.com/agenciapublica Youtube: https://youtube.com/apublica Facebook: https://www.facebook.com/agenciapublica LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/agenciapublica/ Grupo de whatsapp: https://agen.pub/grupo2 Grupo de Telegram: https://t.me/listadapublica Cada episodio se puede compartir desde el sitio en LinkedIn, email, WhatsApp, Twitter, Facebook y Reddit. Se pueden descargar los episodios en formato mp3
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Até que se prove o contrário / Brasil
2. Nombre del episodio	O que se prova na pele
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / temporada única
4. Año	2021 / noviembre
5. Duración	33' 20''
6. Productora	Agencia Pública
7. Realizador/a	Ciro Barros, José Cícero y Ricardo Terto
8. Equipo y créditos:	Supervisão geral: Natália Viana Produção, roteiro e locução de apoio: Ricardo Terto Mixagem, finalização e trilha tema original: Ricardo Terto Reportagem, entrevistas e locuções: Ciro Barros e José Cícero Captação de áudio externo: José Cícero Artes: Alexandre De Maio Divulgação - Marina Dias, Ravi Spreizner e Tainah Ramos Locução recado: Clarissa Levy Até Que Se Prove O Contrário é uma produção original da Agência Pública e faz parte da Rádio Guarda-Chuva de podcasts. Esse episódio usa clipe de áudio da TV Band e SBT Parceria Rádio Guarda-chuva
9. Descripción (Si es que la hay)	“Até Que Se Prove O Contrário é um podcast em formato minissérie documental de 6 episódios que vai ao ar toda quinta-feira. Uma produção da Agência Pública e que faz parte da Rede Guarda Chuva de podcasts. Conduzido por Ciro Barros, José Cícero e Ricardo Terto, o podcast conta no detalhe a história de inocentes que foram encarcerados e revela, ao longo dos episódios, problemas estruturais de injustiça no Brasil. Vamos conhecer a luta dos familiares para conduzirem investigações por conta própria, ouvir relatos de pessoas que sofreram impactos físicos e psicológicos, e buscar respostas para perguntas cruciais como qual o papel da imprensa, da polícia e da sociedade nesse ciclo? Por que o peso falho da lei sempre pesa sobre jovens e negros? Ao longo de mais de um ano, Ciro e José conheceram,

	conversaram, e escutaram pessoas que convivem com a injustiça: ex-detentos, especialistas, juristas e pesquisadores. O resultado é um entrelaçamento de histórias urgentes e temas necessários sobre este que é um dos maiores problemas do Brasil atual”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“A modelo e dançarina Bárbara Querino, conhecida como Babi, tem uma história que se tornou símbolo de como o racismo atravessa a justiça brasileira. Reconhecida pelo cabelo, mesmo com vídeos e testemunhas de sua inocência, foi condenada por um crime que não cometeu. No quarto episódio da série, com participações especiais da escritora e pesquisadora Juliana Borges, e do advogado criminal Joel Luiz Costa, José Cícero e Ricardo Terto contam os processos e sutilezas que colocam pessoas pretas e pardas como principais vítimas da injustiça no Brasil”.
11. Criterio de selección del pódcast	Premio 44º Vladimir Herzog, Anistia e direitos humanos 2022, Produção Jornalística em Áudio, por el episodio 1 “O que os olhos não veem” de la serie documental “Ate que se prove o contrario” Finalista premio gabo 2017, categoría cobertura, por la serie “Amazonía en disputa”.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	En este episodio se cuenta cómo las personas negras y pardas son las que sufren discriminación y son acusadas injustamente de delitos que no cometieron.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto	Estructura maestra episódica El resumen de la historia es: Introducción con voces cuestionándose si una persona negra puede ser tratada diferente. Se escucha la voz de la escritora Juliana Borges, quien ha liderado proyectos y estudios de violencia de seguridad pública.

-Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Juliana dice que Brasil no tiene una ley segregacionista, pero hay sutilezas que demuestran la penalización racial. José, periodista de Agencia Pública, habla del caso de la bailarina negra, Bárbara, quien es acusada de haber participado en un caso de un robo de un vehículo. Se escuchan voces que reclaman por el racismo Presentación del episodio. Testimonio de Bárbara, quien cuenta cómo cambió su vida, cuando en 2017 policías militares se acercan a ella cuando estaba en la calle hablando con una amiga. Bárbara y su amiga fueron liberadas, no así su primo y sus amigos. Aun así, en la delegación les tomaron fotos a ellas que aparecen después en el diario. Sus fotos comenzaron a circular por WhatsApp y Facebook. Las mismas fotos que les sacaron la policía, con datos de ella y de su madre, etc. Y luego el hombre casado, afectado por el robo del auto, fue a la delegación con su mujer donde le mostraron la foto de ella, dos meses después del robo. El dice que participó ella, con 100 por ciento de certeza, aun cuando ella estaba trabajando a 90 km donde ocurrió el asalto. Fue acusada dos veces, por este hombre y por otro caso después. 8 de cada 10 personas que son encarceladas injustamente son negras, según datos oficiales. Las RRSS, la nota en los medios, las técnicas de reconocimiento marcan mucho el destino de las personas negras, dice Terto, en base a lo investigado hasta aquí. Marca de radio Guarda chuva y mención con recomendación de otro podcast. Habla Bárbara y un abogado quien cuenta cómo opera este sistema de opresión contra las personas negras.

	“Baby” pasó por varias audiencias que la hicieron sentir muy mal. Fue condenada a 5 años y 4 meses por doble robo, solo por el reconocimiento por fotos, por su “pelo” que habría visto la víctima. Sus amigos y familia reunieron las pruebas de que estaba trabajando en el litoral de Sao Paulo. Esto movilizó a activistas en búsqueda de justicia. Cumplió un sexto de la pena (un año y unos meses) y salió libre. El 13 de mayo salió libre, día que coincide con el fin de la esclavitud en 1888. Se hizo un tatuaje con la palabra “yo existo”. Cierra el podcast, tanto con la escritora como con Barbara, quien armó un colectivo de ayuda a personas que pasan por lo mismo. Créditos e invita a escuchar el próximo episodio.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas, crónica Narrador, archivos de audios
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador guía la historia y se preguntan o cuestionan varias cosas durante las entrevistas que permite a los entrevistados responder sus conjeturas.

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre. (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora. Solo las entrevistas telefónicas de menor calidad.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Marca de red de radio y podcast Guardachuva y mención de recomendación de otro podcast.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Agencia Publica https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/ Este cuarto episodio se puede escuchar en https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/o-que-se-prova-na-pele/ y en Spotify https://bit.ly/3I2fGOW Plataformas disponibles:

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	En Spotify, Deezer, Spreaker, Google podcasts y Amazon Music. Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie. En RRSS: ig: https://instagram.com/agenciapublica Tw: https://twitter.com/agenciapublica Youtube: https://youtube.com/apublica Facebook: https://www.facebook.com/agenciapublica LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/agenciapublica/ Grupo de whatsapp: https://agen.pub/grupo2 Grupo de Telegram: https://t.me/listadapublica Cada episodio se puede compartir desde el sitio en LinkedIn, email, WhatsApp, Twitter, Facebook y Reddit. Se pueden descargar los episodios en formato mp3
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Até que se prove o contrário / Brasil
2. Nombre del episodio	o escudo da farda
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / temporada única
4. Año	2021 / diciembre
5. Duración	33' 58''
6. Productora	Agencia Pública
7. Realizador/a	Ciro Barros, José Cícero y Ricardo Terto
8. Equipo y créditos:	Supervisão geral: Natália Viana Produção, roteiro e locução de apoio: Ricardo Terto Mixagem, finalização e trilha tema original: Ricardo Terto Reportagem, entrevistas e locuções: Ciro Barros e José Cícero Captação de áudio externo: José Cícero Artes: Alexandre De Maio Divulgação - Marina Dias, Ravi Spreizner e Tainah Ramos Locução recado: Clarissa Levy; Até Que Se Prove O Contrário é uma produção original da Agência Pública e faz parte da Rádio Guarda-Chuva de podcasts. Esse episódio usa clipe de áudio da TV Globo
9. Descripción (Si es que la hay)	“Até Que Se Prove O Contrário é um podcast em formato minissérie documental de 6 episódios que vai ao ar toda quinta-feira. Uma produção da Agência Pública e que faz parte da Rede Guarda Chuva de podcasts. Conduzido por Ciro Barros, José Cícero e Ricardo Terto, o podcast conta no detalhe a história de inocentes que foram encarcerados e revela, ao longo dos episódios, problemas estruturais de injustiça no Brasil. Vamos conhecer a luta dos familiares para conduzirem investigações por conta própria, ouvir relatos de pessoas que sofreram impactos físicos e psicológicos, e buscar respostas para perguntas cruciais como qual o papel da imprensa, da polícia e da sociedade nesse ciclo? Por que o peso falho da lei sempre pesa sobre jovens e negros? Ao longo de mais de um ano, Ciro e José conheceram, conversaram, e escutaram pessoas que convivem

	com a injustiça: ex-detentos, especialistas, juristas e pesquisadores. O resultado é um entrelaçamento de histórias urgentes e temas necessários sobre este que é um dos maiores problemas do Brasil atual”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Cristiano tomou um tiro enquanto conversava perto de casa e acordou algemado em um hospital. Tudo o que viveu a partir daí só foi possível por causa da convivência da sociedade e da falta de responsabilização das forças policiais. Uma pesquisa realizada no RJ mostrou que em 2016 o Ministério Público pediu arquivamento de 90% dos casos de mortes causadas pela polícia. O quinto episódio da série, Ciro Barros, José Cícero e Ricardo Terto contam como isso influencia a justiça brasileira e gera casos terríveis como o do Cristiano. O episódio ainda conta com as participações especiais de: César Muñoz, pesquisador sênior da Human Right Watch. Orlando Zaccone, ex-delegado da Polícia Civil do RJ e autor do livro “Indignos de vida: A Forma Jurídica da Política de Extermínio de Inimigos na Cidade do Rio de Janeiro”. Arthur Pinto de Lemos Junior, Promotor de Justiça do Ministério Público do Trabalho”.
11. Criterio de selección del pódcast	Premio 44º Vladimir Herzog, Anistia e direitos humanos 2022, Produção Jornalística em Áudio, por el episodio 1 “O que os olhos não veem” de la serie documental “Ate que se prove o contrario” Finalista premio gabo 2017, categoría cobertura, por la serie “Amazonía en disputa”.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	En este episodio se cuenta la historia de Cristiano, quien debió vivir un largo proceso para lograr justicia, aunque sin reparación.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático	Estructura maestra episódica El resumen de la historia es: Voces que hablan sobre personas que son victimizadas por el sistema. Cuenta José la historia de Cristiano, de 24 años, padre de 2 hijos, quien vivió “un filme de terror”. En

-Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	mayo de 2019 estaba en una calle, cerca de casa, en una moto que usaba para trabajar. Le llegó un disparo y se cayó de la moto al suelo y se tomó la cara. Llegaron tres policías civiles quienes le dijeron que estaban investigando un caso por la zona. El disparo le llegó en la pierna Presentación del pódcast y del episodio a los 4'' Una de las dimensiones de la justicia es el apresamiento injusto y el involucramiento de la policía, dice Ciro Barros. El socorro demoró en llegar y en el hospital también el trato fue malo por ser baleado, negro, como si fuera un bandido. Tuvo que ser sometido a una cirugía. La denuncia fue hecha solo en base a los testimonios de los tres policías, y en su ausencia, porque estaba en el hospital. 10 días después, el juez dictó su prisión mientras se investiga. Después, de 45 días, Cristiano supo recién la denuncia de la policía por tráfico de drogas y porte ilegal de armas. 29 de agosto de 2019 fue el juicio contra Cristiano. La presunción de inocencia, que es un principio fundamental, aquí tampoco se cumple. Fue condenado a 7 años. Por el mal trato en el hospital tiene secuelas en su cuerpo, falta de sensibilidad, secuelas físicas, etc. Marca del episodio y de la red Guardachuva, y mención a Pauta Pública de la misma agencia. Cesar Muñoz, de Human Rights Watch y un exdelegado de la policía civil de Río de Janeiro dicen que no existe rendición de cuentas sobre la actuación de la policía y que en muchos casos se validan las injusticias. Cristiano tiene un proceso contra la policía. Pese a eso, no tiene confianza. Los periodistas intentaron hablar con la policía civil, pero desistieron.

	Pero hablaron con Arthur Pinto de Lemos Junior, Promotor de Justiça do Ministério Público do Trabalho. El no concuerda con los investigadores, porque a su juicio solo en una pequeña parte ocurre eso, frente a varios casos de aciertos. Se cierra con Cristiano, a quien le cuesta hablar, pero lo hace para que a otras personas no les suceda lo mismo. Cierra con un resumen del caso y en lo que está. Créditos e invita a escuchar el próximo episodio.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas, crónica Narrador, archivos de audio
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la	El periodista / narrador guía la historia y se preguntan o cuestionan varias cosas durante las entrevistas que permite a los entrevistados responder sus conjeturas Narrador homodiegético

historia sin ser el personaje principal)	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre. (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Buena calidad sonora. Solo las entrevistas telefónicas de menor calidad. Diseño sonoro más cuidado a lo largo de la serie. Descriptivo Propio Incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Marca del episodio y de la red de podcast Guardachuva, además de la mención al podcast Pauta Pública de la misma agencia.
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Disponible en el sitio de Agencia Publica https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/ Este quinto episodio se puede escuchar en https://apublica.org/podcast/2021/12/ate-que-se-prove-o-contrario/o-escudo-da-farda/ y en Spotify https://bit.ly/431trpw Plataformas disponibles: En Spotify, Deezer, Spreaker, Google podcasts y Amazon Music. Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Até que se prove o contrário / Brasil
2. Nombre del episodio	O que veem depois da injustica
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	6 / temporada única
4. Año	2021 / diciembre
5. Duración	31' 04''
6. Productora	Agencia Pública
7. Realizador/a	Ciro Barros, José Cícero y Ricardo Terto
8. Equipo y créditos:	Supervisão geral: Natália VianaProdução, roteiro e locução de apoio: Ricardo TertoMixagem, finalização e trilha tema original: Ricardo TertoReportagem, entrevistas e locuções: Ciro Barros e José CíceroCaptação de áudio externo: José CíceroArtes: Alexandre De MaioDivulgação - Marina Dias, Ravi Spreizner e Tainah RamosLocução recado: Clarissa LevyAté Que Se Prove O Contrário é uma produção original da Agência Pública e faz parte da Rádio Guarda-Chuva de podcasts.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Até Que Se Prove O Contrário é um podcast em formato minissérie documental de 6 episódios que vai ao ar toda quinta-feira. Uma produção da Agência Pública e que faz parte da Rede Guarda Chuva de podcasts. Conduzido por Ciro Barros, José Cícero e Ricardo Terto, o podcast conta no detalhe a história de inocentes que foram encarcerados e revela, ao longo dos episódios, problemas estruturais de injustiça no Brasil. Vamos conhecer a luta dos familiares para conduzirem investigações por conta própria, ouvir relatos de pessoas que sofreram impactos físicos e psicológicos, e buscar respostas para perguntas cruciais como qual o papel da imprensa, da polícia e da sociedade nesse ciclo? Por que o peso falho da lei sempre pesa sobre jovens e negros? Ao longo de mais de um ano, Ciro e José conheceram, conversaram, e escutaram pessoas que convivem com a injustiça: ex-detentos, especialistas, juristas e pesquisadores. O resultado é um entrelaçamento de histórias urgentes e temas necessários sobre este que é um dos maiores problemas do Brasil atual”.

10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Em 2017, Wlaedson foi conversar com um amigo na casa dele e acabou preso acusado de um roubo. A partir daí, sua mãe, Laudinete, mobiliza a comunidade e conduz por conta própria uma investigação que prova a inocência do filho. Esta história, da prisão de Wlaedson até ser declarado inocente, já foi contada pela Agência Pública na época, mas agora, mais de três anos depois, José Cícero e Ciro Barros retornam às ruas do Jd. Amália, no bairro do Capão Redondo, para lembrar toda essa trajetória e ver quais as marcas que ficam na vida de quem sofre uma injustiça. No sexto e último episódio desta série, investigamos os danos financeiros e emocionais, a dificuldade em se recolocar no mercado de trabalho, os traumas e o desejo de reparação que acompanham a vida das vítimas do sistema de justiça brasileiro. Com participações especiais de José Roberto Leal, advogado, e de Anita Vaz, do coletivo Margens Clínicas”
11. Criterio de selección del pódcast	Premio 44º Vladimir Herzog, Anistia e direitos humanos 2022, Produção Jornalística em Áudio, por el episodio 1 “O que os olhos não veem” de la serie documental “Ate que se prove o contrario” Finalista premio gabo 2017, categoría cobertura, por la serie “Amazonía en disputa”.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	En este episodio se cuentan los efectos y las marcas que quedan en la vida de Wlaedson, tres años después de haber sido encarcelado injustamente. Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica	Estructura maestra episódica El resumen de la historia es: Voces, incluyendo el periodista, que hablan de la reparación y del deseo de ser personas normales, después del daño provocado por ser acusados injustamente por la policía y el estado brasileiro. Se reproduce un archivo de 2018, de la época de la celebración de la libertad provisional de Wlaedson.

- Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	También cuenta José cuando siguió el caso en ese momento y de la madre que hizo toda una lucha y movilización para conseguir la libertad de su hijo Años después vuelven sobre el caso para saber los daños emocionales y financieros.... Presentación del podcast y episodio 3'22'' Se cuenta del caso y cómo fue acusado de robo Wlaedson, por supuestamente tener el mismo color de camisa que uno de los asaltantes. Su madre comenzó la campana de investigación para liberar a su hijo. Lo que es común en muchos casos de injusticia, que los familiares hagan este proceso, dice los periodistas. Todo este proceso de prisión y liberación está registrado en un video reportaje en Agencia Pública. Habla el protagonista, quien, pese a ser absuelto, aún tiene secuelas 3 años después. Marca de Guardachuva y mención al podcast Finitude. El periodista habla de la importancia de volver al caso y de cómo la familia se vuelve victima también por un costo emocional grande José Roberto Leal, abogado, habla de las fallas de la justicia para la rehabilitación. El periodista habla del efecto social también, porque las familias se decepcionan y no optan por la reparación porque no creen en la justicia. Y los responsables (la policía) tampoco son imputados. 10 de diciembre de 2021, que termina el podcast, coincide con la declaración universal de los DDHH y Ricardo repasa algunos artículos esenciales para la garantía de esos derechos.

	Queda un largo camino, pero primero es reconocer estas historias y que esas voces sean oídas, dice Terto. Voces que hablan de la cultura negra, como cultura criminal, y de los afectados y las críticas al sistema, ya que para ellos no existe justicia. Cierre y Créditos
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas, crónica, paisaje sonoro Narrador, archivos de audios
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: Narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narrador guía la historia y se preguntan o cuestionan varias cosas durante las entrevistas que permite a los entrevistados responder sus conjeturas Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis

21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre. (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Buena calidad sonora. Solo las entrevistas telefónicas de menor calidad. Descriptivos Propio Incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Marca de radio Guardachuva y del pódcast, y mención a pódcast Finitude.
Publicación y distribución	
Descripción y análisis	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Disponible en el sitio de Agencia Pública https://apublica.org/podcast/2021/11/ate-que-se-prove-o-contrario/ Este sexto episodio se puede escuchar en https://apublica.org/podcast/2021/12/ate-que-se-prove-o-contrario/o-que-vem-depois-da-injustica/ y en Spotify https://bit.ly/3pEESot Plataformas disponibles: En Spotify, Deezer, Spreaker, Google podcasts y Amazon Music. Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie. En RRSS: ig: https://instagram.com/agenciapublica Tw: https://twitter.com/agenciapublica

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Youtube: https://youtube.com/apublica Facebook: https://www.facebook.com/agenciapublica LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/agenciapublica/ Grupo de whatsapp: https://agen.pub/grupo2 Grupo de Telegram: https://t.me/listadapublica Cada episodio se puede compartir desde el sitio en LinkedIn, email, WhatsApp, Twitter, Facebook y Reddit. Se pueden descargar los episodios en formato mp3
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Praia dos Ossos / Brasil
2. Nombre del episodio	O crime da Praia dos ossos
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada única
4. Año	2020 / agosto
5. Duración	57'
6. Productora	Rádio Novelo
7. Realizador/a	Branca Vianna
8. Equipo:	Apresentação e idealização: Branca Vianna Pesquisa e coordenação de produção: Flora Thomson-DeVeaux Roteiro: Aurélio de Aragão e Rafael Spínola Tratamento de roteiro: Flora Thomson-DeVeaux e Paula Scarpin. Montagem: Laís Lifschitz Produção: Claudia Nogarotto Finalização e mixagem: João Jabace Direção criativa: Paula Scarpin Coordenação digital: Kellen Moraes Música original: Pedro Leal David Música complementar: Blue Dot Sessions e Mari Romano. Pesquisa audiovisual: Antonio Venancio Locução: Ingo Ostrovsky Captação: Caio Barreto, Daniel Zema, Felipe Fantoni, Rafael Facundo, Rodrigo Pereira, Tales Manfrinato, Estúdio Rastro e Studio Natrilha. Identidade visual: Elisa Pessôa Motion design: Marina Quintanilha Content design: Mateus Coutinho Redes sociais: Ana Beatriz Ribeiro e Isabela Moreira Campanha de mídia: Luciele Almeida Checagem: Érico Melo Transcrição: Júlio Delmanto, Ana Martini, Carol Caldas Ramos, Raphael Concli, Isabel Scorza, Pedro Gutman e Carol Unzelte. Revisão de texto: Ana Martini e Maria Emilia Bender Áudio de arquivo: Rádio Jovem Pan, Rádio Nacional, TV Globo, Rádio Globo e Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte. Imagens de arquivo: Estado de Minas, Diário da Tarde, O Globo e O Cruzeiro. Direção executiva: Guilherme Alpendre

	Chefia de produção: Marcelle Darrieux Coordenação de projeto digital: Juliana Jaeger Apoio de edição: Évelin Argenta e Clara Rellstab Apoio: revista Piauí
9. Descripción (Si es que la hay)	“No dia 30 de dezembro de 1976, Ângela Diniz foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu então namorado Doca Street, réu confesso. Mas, nos três anos que se passaram entre o crime e o julgamento, algo estranho aconteceu. Doca tornou-se a vítima. Praia dos Ossos é um podcast original da Rádio Novelo”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Uma socialite, um playboy, uma praia paradisíaca, um assassinato, uma confissão. O feminicídio de Ângela Diniz seria um caso criminal simples. Seria”.
11. Criterio de selección del pódcast	Prêmio APCA 2020 (Associação Paulista de Críticos Teatrais, categoria radio Finalista de la 42 edición de premio Vladimir Herzog 2020. Top podcast 2020, spotify Podcast del año 2020, apple
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de un asesinato de una mujer de la alta sociedad brasileira que conmocionó al país a finales de los años 70. En este episodio se presenta la historia de esta mujer asesinada en la playa de Buzios, en Río de Janeiro. Sin embargo, lo que sería un crimen fácil de resolver y condenar, no fue así.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático	Estructura maestra episódica, aunque debe advertirse que en este episodio se utilizan distintas fuentes, distintos puntos de vista (maestra de replay) para abarcar el caso. El resumen de la historia es:

-Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Comienza con una crónica grabada en 2019 cuando Branca Viana y Flora van a la casa donde asesinaron a Angela, en 1976. Leen allí lo que dicen los peritos de la escena del crimen. No le interesaba a Branca las historias policiales, sino por las mujeres, de la muerte de Angela, y todo lo que vino después con el caso y el sistema judicial Presentación del pódcast a los 6'39 En total fueron 60 entrevistados, centenas de reportajes, autos de procesos, archivos de radio y TV, etc., de un caso que tuvo gran cobertura, incluyendo el velorio y el funeral. Se incluyen distintos testimonios del entonces supuesto asesino, extractos de material de prensa de radio y TV, recortes de prensa de la época, el abogado de Doca, incluso de la música de una película que se inspiró en el caso, aun cuando allí se culpabilizaba a un narcotraficante. Hasta un joven que habría estado envuelto en el crimen y que habría enloquecido de celos a Doca, y una amiga de Angela. Otra persona fue llamada a declarar: Gabriele Dyer, una alemana que había llegado a Buzios, con estilo hippie. Ella habría tenido un intento sexual con Angela, cosa que desmintió varias veces y que la traducción del alemán al portugués fallaba. Esto se tomó como argumento para intentar exculpar a doca. Ella desapareció 5 meses después sin dejar rastro. La relación no venía bien. Decían amigos y empleadas. Se escucha el testimonio de uno de los mejores amigos, Fritz. Habla de ella cómo era desde la infancia, y habla del día anterior, cuando charló con ella, quien le habría dicho que quería terminar con Doca. El único testimonio vivo del crimen es Ivanira, quien de 17 años trabajaba en la casa de Praia.

	Después de pelear, Doca agarra una bolsa con un arma dentro, que Ivanira no sabía, que era una estrategia para que Ángela le pidiera volver. No resultó la estrategia y él volvió, discuten y la mata. La amiga de Angela describe esos momentos cuando supo que murió. Sin embargo, la especulación con pedazos de historias ficcionadas, terminaron cambiando la historia real. La única verdad es que Angela terminó esa noche con él y él la mato, dice Branca. 7 meses estuvo preso y después consiguió un habeas corpus: el caso viró de victimario a víctima. Entra en la historia la mamá de Branca. Ella es activista por los derechos de las mujeres y cuenta la lucha que dieron en ese momento para lograr justicia, en el contexto de una sociedad machista, Termina el episodio con un archivo de audio del juicio. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res, es decir, desde el final para ir después al inicio True crime Entrevistas, ensayo Narrador, archivos sonoros y recreación de archivos de prensa.

19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador emite juicios sobre la base de los hechos y cuenta su vinculación con el caso a través de su madre, activista por los DDHH de las mujeres de la época Narradora autodiegética.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora Descriptivos y narrativos Diseño propio Incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Novelo https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/ Este 1 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3U8fyT6 Plataformas disponibles:

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	En Spotify, Apple Podcast y Youtube Descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie En RRSS: ig: https://www.instagram.com/radionovelo/ LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/radionovelo/ Tw: https://twitter.com/radionovelo Facebook: https://www.facebook.com/radionovelo/ youtube: https://www.youtube.com/c/radionovelo Se puede compartir en Facebook, Twitter y WhatsApp. Episodios están transcritos. Tiene tráiler y un teaser para cada episodio, además de galería de fotos relacionadas al caso en cada episodio. En Instagram generaron material promocional para cada episodio con carátula y un audiograma o extracto del episodio. Si bien la producción es de 2020, en abril de 2021 liberaron 2 bonus track en Spotify.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Praia dos Ossos / Brasil
2. Nombre del episodio	O Julgamento
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada única
4. Año	2020 / septiembre
5. Duración	1 hora 04'
6. Productora	Radio Novelo
7. Realizador/a	Branca Vianna
8. Equipo:	Apresentação e idealização: Branca Vianna Pesquisa e coordenação de produção: Flora Thomson-DeVeaux Roteiro: Aurélio de Aragão e Rafael Spínola Tratamento de roteiro: Flora Thomson-DeVeaux e Paula Scarpin. Montagem: Laís Lifschitz Produção: Claudia Nogarotto Finalização e mixagem: João Jabace Direção criativa: Paula Scarpin Coordenação digital: Kellen Moraes Música original: Pedro Leal David Música complementar: Blue Dot Sessions e Mari Romano. Pesquisa audiovisual: Antonio Venancio Locução: Ingo Ostrovsky Captação: Caio Barreto, Daniel Zema, Felipe Fantoni, Rafael Facundo, Rodrigo Pereira, Tales Manfrinato, Estúdio Rastro e Studio Natrilha. Identidade visual: Elisa Pessôa Motion design: Marina Quintanilha Content design: Mateus Coutinho Redes sociais: Ana Beatriz Ribeiro e Isabela Moreira Campanha de mídia: Luciele Almeida Checagem: Érico Melo Transcrição: Júlio Delmanto, Ana Martini, Carol Caldas Ramos, Raphael Concli, Isabel Scorza, Pedro Gutman e Carol Unzelte. Revisão de texto: Ana Martini e Maria Emilia Bender Áudio de arquivo: Rádio Jovem Pan, Rádio Nacional, TV Globo, Rádio Globo e Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte. Imagens de arquivo: Estado de Minas, Diário da Tarde, O Globo e O Cruzeiro. Direção executiva: Guilherme Alpendre

	Chefia de produção: Marcelle Darrieux Coordenação de projeto digital: Juliana Jaeger Apoio de edição: Évelin Argenta e Clara Rellstab Apoio: revista Piauí
9. Descripción (Si es que la hay)	“No dia 30 de dezembro de 1976, Ângela Diniz foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu então namorado Doca Street, réu confesso. Mas, nos três anos que se passaram entre o crime e o julgamento, algo estranho aconteceu. Doca tornou-se a vítima. Praia dos Ossos é um podcast original da Rádio Novelo”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Quando Doca Street vai a julgamento em Cabo Frio, o processo vira um “duelo de titãs” entre dois dos melhores advogados do Brasil. Surge uma manobra legal que muitos consideravam morta e enterrada. Neste episódio de Praia dos Ossos, acompanhamos...”
11. Criterio de selección del pódcast	Prêmio APCA 2020 (Associação Paulista de Críticos Teatrais, categoria radio Finalista de la 42 edición de premio Vladimir Herzog 2020. Top podcast 2020, spotify Podcast del año 2020, apple
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	En este episodio se cuenta la historia del juicio en el que dos abogados se enfrentan por la muerte de Ângela. Con una experiencia, un despliegue increíble y argumentos machistas, el abogado de Doca lo salva.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con un locutor hablando del caso y personas opinando si debe ser condenado. Presentación del pódcast Gran conmoción y tumulto del juicio que se celebró 3 años después, en 1979.

- Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Hablan con abogado que estuvo cerca del juicio y el hijo del abogado de Doca, Evandro Lins (murió en 2002), y toda la cobertura que se dio. Se cuenta cómo era el sistema de justicia de Brasil. Del lado de Doca y los hijos de Angela mandaron cartas a los jurados, que eran dos mujeres y cinco hombres. Consiguen hablar con uno de los dos jurados del juicio. Toda la puesta en escena, la verborrea, la persuasión tiene un valor muy grande porque es convencer de la historia a los jurados, dice Branca. Branca desmenuza lo que dice Doca y describen a Evaristo, el abogado de la familia de Angela. 11 horas duró el juicio. A las 2.30 am comienza lo más importante, entre acusación y debate, entre la defensa y la parte acusadora. Se escuchan archivos de los diferentes abogados de Angela, quienes no tuvieron la capacidad para argumentar bien. Viene la parte defensora, con el abogado Evandro liderando esto. Quien habla de la personalidad de Doca: “no será suficiente lo que está pagando ya”, “y que aportó a la sociedad brasilera en la legislación trabajadora en el pasado de Getulio Vargas”; “es un hombre bueno”, dice Evandro. Después de eso habla de la víctima, a quien degrada públicamente. “La legítima defensa de la honra” fue la tesis de Evandro, cuya estrategia era ocupada en Brasil hasta los años 1930: “ela provocou a sua morte”, dijo el abogado. Viene la sentencia: 1 año y 6 meses, aumentada a 2 años. Exceso culposo de legítima defensa que fueron cifrados en 18 meses y 6 meses de condena por crimen y fugarse de la justicia. Ya había cumplido 7 meses.

	Archivo de radio: Angela condenada moralmente y moralmente absuelto Doca. Esto le indignó a un grupo de mujeres activistas. Jacqueline Pitanguy vuelve a leer un manifiesto de la época por el juicio, enfocado contra la justicia y la sociedad brasileira y la diferencia de sexos. 400 personas firmaron. Próximo episodio los orígenes de Angela. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res True crime Entrevistas, algo de crónica Narrador, archivos sonoros y recreación de archivos de prensa.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: Narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narrador emite juicios sobre la base de los hechos Narradora heterodiegética

Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música	Muy buena calidad sonora Descriptivos y narrativo. Propio Incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Disponible en el sitio de Radio Novelo https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/ Este 2 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3zRXeEB Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast y Youtube Descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie En RRSS: ig: https://www.instagram.com/radionovelo/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/radionovelo/ Tw: https://twitter.com/radionovelo Facebook: https://www.facebook.com/radionovelo/

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	youtube: https://www.youtube.com/c/radionovelo Se puede compartir en Facebook, Twitter y WhatsApp. Episodios están transcritos. Fotos en los episodios y grupos de discusión dentro de Facebook.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Praia dos Ossos / Brasil
2. Nombre del episodio	Ângela
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / temporada única
4. Año	2020 / septiembre
5. Duración	1 hora 1'
6. Productora	Rádio Novelo
7. Realizador/a	Branca Vianna
8. Equipo:	Apresentação e idealização: Branca Vianna Pesquisa e coordenação de produção: Flora Thomson-DeVeaux Roteiro: Aurélio de Aragão e Rafael Spínola Tratamento de roteiro: Flora Thomson-DeVeaux e Paula Scarpin. Montagem: Laís Lifschitz Produção: Claudia Nogarotto Finalização e mixagem: João Jabace Direção criativa: Paula Scarpin Coordenação digital: Kellen Moraes Música original: Pedro Leal David Música complementar: Blue Dot Sessions e Mari Romano. Pesquisa audiovisual: Antonio Venancio Locução: Ingo Ostrovsky Captação: Caio Barreto, Daniel Zema, Felipe Fantoni, Rafael Facundo, Rodrigo Pereira, Tales Manfrinato, Estúdio Rastro e Studio Natrilha. Identidade visual: Elisa Pessôa Motion design: Marina Quintanilha Content design: Mateus Coutinho Redes sociais: Ana Beatriz Ribeiro e Isabela Moreira Campanha de mídia: Luciele Almeida Checagem: Érico Melo Transcrição: Júlio Delmanto, Ana Martini, Carol Caldas Ramos, Raphael Concli, Isabel Scorza, Pedro Gutman e Carol Unzelte. Revisão de texto: Ana Martini e Maria Emilia Bender Áudio de arquivo: Rádio Jovem Pan, Rádio Nacional, TV Globo, Rádio Globo e Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte. Imagens de arquivo: Estado de Minas, Diário da Tarde, O Globo e O Cruzeiro. Direção executiva: Guilherme Alpendre

	Chefia de produção: Marcelle Darrieux Coordenação de projeto digital: Juliana Jaeger Apoio de edição: Évelin Argenta e Clara Rellstab Apoio: revista Piauí
9. Descripción (Si es que la hay)	“No dia 30 de dezembro de 1976, Ângela Diniz foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu então namorado Doca Street, réu confesso. Mas, nos três anos que se passaram entre o crime e o julgamento, algo estranho aconteceu. Doca tornou-se a vítima. Praia dos Ossos é um podcast original da Rádio Novelo”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Ângela Diniz faz tudo o que é esperado dela: debuta, desfila e casa no “enlace mais focalizado de 1963”. Mas o que fazer com o resto da vida?”
11. Criterio de selección del pódcast	Prêmio APCA 2020 (Associação Paulista de Críticos Teatrais, categoria radio Finalista de la 42 edición de premio Vladimir Herzog 2020. Top podcast 2020, spotify Podcast del año 2020, apple
Narrativa	Descripción
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	En este episodio se cuenta la historia de Angela, quién es, cómo es su vida, que representa dentro del sociedad brasileira hasta el día de su muerte Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica. El resumen del episodio es: Música y entra Bianca, quien hace un resumen hasta aquí: El abogado llamó prostituta de alto lujo, venus lasciva y pantera que arañaba con sus garras los corazones de los hombres. Va a la infancia en Minas Gerais, donde fue la moza de la misa de las diez. Presentación de la serie y del episodio

	Branca fue para Minas en 2019. Fueron al jornal del estado de minas, donde pudo recuperar gran material de archivo, además de hablar con los periodistas que siguieron el caso y conocían desde niña a Angela. Jacqueline amiga de ella cuenta el ritual del footing y de lo que era ir a la iglesia. Entrevista a dos compañeras del colegio y cuentan cómo eran ellas, y cómo las criaban para ser dueñas de casa chic. También la influencia de la madre, que la idolatraba, y su rol dentro de la sociedad minera. Cuentan la historia de su primer matrimonio con Milton Villas y de sus hijos con él. A los 24 años ya tenía tres hijas. Sin embargo, el NO estaba feliz de la vida que estaba llevando, dice Branca. El adulterio era silenciado, era un pacto de las elites, dice una historiadora. Adulterio discreto y consensual. Como era la justicia también, en ese tiempo, que aceptaba la defensa de la honra. Se separaron. Angela estaba interesada en otros hombres; cayó en el mundo, dice una periodista veterana. Angela pasa por una metamorfosis hasta llegar a ser la pantera, hacia lo que quería y no lo que la tradicional sociedad minera esperaba. Próximo episodio los orígenes de Angela. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	In extrema res; racconto. True crime Entrevistas, algo de crónica

18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Narrador, archivos sonoros y recreación de archivos de prensa
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador emite juicios sobre la base de los hechos Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora Descriptivos y narrativos Propio Incidental y diegética
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay

Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Novelo https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/ Este 3 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3MmRD09 Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast y Youtube Descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie En RRSS: ig: https://www.instagram.com/radionovelo/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/radionovelo/ Tw: https://twitter.com/radionovelo Facebook: https://www.facebook.com/radionovelo/ youtube: https://www.youtube.com/c/radionovelo Se puede compartir en Facebook, Twitter y WhatsApp. Episodios están transcritos. Fotos en los episodios y grupos de discusión dentro de Facebook.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Praia dos Ossos / Brasil
2. Nombre del episodio	Três crimes
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / temporada única
4. Año	2020 / octubre
5. Duración	51' 07''
6. Productora	Rádio Novelo
7. Realizador/a	Branca Vianna
8. Equipo:	Apresentação e idealização: Branca Vianna Pesquisa e coordenação de produção: Flora Thomson-DeVeaux Roteiro: Aurélio de Aragão e Rafael Spínola Tratamento de roteiro: Flora Thomson-DeVeaux e Paula Scarpin. Montagem: Laís Lifschitz Produção: Claudia Nogarotto Finalização e mixagem: João Jabace Direção criativa: Paula Scarpin Coordenação digital: Kellen Moraes Música original: Pedro Leal David Música complementar: Blue Dot Sessions e Mari Romano. Pesquisa audiovisual: Antonio Venancio Locução: Ingo Ostrovsky Captação: Caio Barreto, Daniel Zema, Felipe Fantoni, Rafael Facundo, Rodrigo Pereira, Tales Manfrinato, Estúdio Rastro e Studio Natrilha. Identidade visual: Elisa Pessôa Motion design: Marina Quintanilha Content design: Mateus Coutinho Redes sociais: Ana Beatriz Ribeiro e Isabela Moreira Campanha de mídia: Luciele Almeida Checagem: Érico Melo Transcrição: Júlio Delmanto, Ana Martini, Carol Caldas Ramos, Raphael Concli, Isabel Scorza, Pedro Gutman e Carol Unzelte. Revisão de texto: Ana Martini e Maria Emilia Bender Áudio de arquivo: Rádio Jovem Pan, Rádio Nacional, TV Globo, Rádio Globo e Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte. Imagens de arquivo: Estado de Minas, Diário da Tarde, O Globo e O Cruzeiro. Direção executiva: Guilherme Alpendre

	Chefia de produção: Marcelle Darrieux Coordenação de projeto digital: Juliana Jaeger Apoio de edição: Évelin Argenta e Clara Rellstab Apoio: revista Piauí
9. Descripción (Si es que la hay)	“No dia 30 de dezembro de 1976, Ângela Diniz foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu então namorado Doca Street, réu confesso. Mas, nos três anos que se passaram entre o crime e o julgamento, algo estranho aconteceu. Doca tornou-se a vítima. Praia dos Ossos é um podcast original da Rádio Novelo”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“No julgamento de Doca Street, o advogado principal da defesa, Evandro Lins e Silva, percorreu a ficha criminal da vítima. Neste episódio: os três crimes de Ângela Diniz”.
11. Criterio de selección del pódcast	Prêmio APCA 2020 (Associação Paulista de Críticos Teatrais, categoria radio Finalista de la 42 edición de premio Vladimir Herzog 2020. Top podcast 2020, spotify Podcast del año 2020, apple
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	En este episodio se cuenta la historia de Angela en el juicio, a través del abogado del victimario, cuyo comportamiento explicaría su asesinato.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto	Estructura maestra episódica Este es el resumen del episodio: Cuando se separó de Milton, ella construyó una casa dentro de la casa de los padres. Tenía un botón de pánico, que no se sabe si lo ocupó hasta 1973. Mató a un chico negro que fue caso para la prensa; la madre la encontró llorando a lado del botón de pánico. Presentación de la serie. Presentación del episodio

-Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Llamaron a Mauricio, abogado y tío de Angela, esa noche de la muerte de este joven, Zé Preto, que trabajaba para Angela. El llegó antes que la policía. Era asesina confesa, sin embargo, no fue ella sino Tuca, su enamorado, quien lo confundió con un asaltante. Se reconstruye el juicio y la imagen de ella durante esa época. Se escucha una línea de la voz de Angela y de Tuca, quien cuenta por qué le disparó a Zé preto. Sin embargo, la cobertura no era para él, sino para Angela y Tuca. Tuca fue sentenciado a 18 meses, cuya pena fue suspendida. Igual que Doca, se inventaron muchas historias con Zé preto y ellos dos, porque Zé tenía rastros de semen y adentro de la casa también había. Ella después de eso se mudó a Río de Janeiro. Habla una amiga de esta “pantera” de Minas. Kiki decía que comenzó su autodestrucción, porque a propósito del caso del empleado perdió la tutela de sus hijos. Se los llevó sin autorización judicial y fue acusada de secuestro, a finales de 1974. Murió después su hijo Luis Felipe en un accidente. En 1975 ocurrió el tercer crimen, por tener dos paquetes de marihuana. Evaristo fue su abogado: el mismo que dos años después contrató la familia para el caso con Doca. Próximo episodio: el lado seductor de la “pantera”. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje)	In extrema res; racconto. True crime Entrevistas, algo de crónica....

sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	
18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narradora, archivos sonoros y recreación de archivos de prensa
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador emite juicios sobre la base de los hechos
20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narradora heterodiegética.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora. Diseño sonoro propio con uso de música, efectos y archivos
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental y diegética.
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay

Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Novelo https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/ Este 4 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3KFKNI5 Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast y Youtube Descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie En RRSS: ig: https://www.instagram.com/radionovelo/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/radionovelo/ Tw: https://twitter.com/radionovelo Facebook: https://www.facebook.com/radionovelo/ youtube: https://www.youtube.com/c/radionovelo Se puede compartir en Facebook, Twitter y WhatsApp. Episodios están transcritos. Fotos en los episodios y grupos de discusión dentro de Facebook.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Praia dos Ossos / Brasil
2. Nombre del episodio	A pantera
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / temporada única
4. Año	2020 / octubre
5. Duración	43' 50''
6. Productora	Rádio Novelo
7. Realizador/a	Branca Vianna
8. Equipo:	Apresentação e idealização: Branca Vianna Pesquisa e coordenação de produção: Flora Thomson-DeVeaux Roteiro: Aurélio de Aragão e Rafael Spínola Tratamento de roteiro: Flora Thomson-DeVeaux e Paula Scarpin. Montagem: Laís Lifschitz Produção: Claudia Nogarotto Finalização e mixagem: João Jabace Direção criativa: Paula Scarpin Coordenação digital: Kellen Moraes Música original: Pedro Leal David Música complementar: Blue Dot Sessions e Mari Romano. Pesquisa audiovisual: Antonio Venancio Locução: Ingo Ostrovsky Captação: Caio Barreto, Daniel Zema, Felipe Fantoni, Rafael Facundo, Rodrigo Pereira, Tales Manfrinato, Estúdio Rastro e Studio Natrilha. Identidade visual: Elisa Pessôa Motion design: Marina Quintanilha Content design: Mateus Coutinho Redes sociais: Ana Beatriz Ribeiro e Isabela Moreira Campanha de mídia: Luciele Almeida Checagem: Érico Melo Transcrição: Júlio Delmanto, Ana Martini, Carol Caldas Ramos, Raphael Concli, Isabel Scorza, Pedro Gutman e Carol Unzelte. Revisão de texto: Ana Martini e Maria Emilia Bender Áudio de arquivo: Rádio Jovem Pan, Rádio Nacional, TV Globo, Rádio Globo e Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte. Imagens de arquivo: Estado de Minas, Diário da Tarde, O Globo e O Cruzeiro. Direção executiva: Guilherme Alpendre

	Chefia de produção: Marcelle Darrieux Coordenação de projeto digital: Juliana Jaeger Apoio de edição: Évelin Argenta e Clara Rellstab Apoio: revista Piauí
9. Descripción (Si es que la hay)	“No dia 30 de dezembro de 1976, Ângela Diniz foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu então namorado Doca Street, réu confesso. Mas, nos três anos que se passaram entre o crime e o julgamento, algo estranho aconteceu. Doca tornou-se a vítima. Praia dos Ossos é um podcast original da Rádio Novelo”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“A Pantera de Minas faz sucesso no Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Curitiba”.
11. Criterio de selección del pódcast	Prêmio APCA 2020 (Associação Paulista de Críticos Teatrais, categoria radio Finalista de la 42 edición de premio Vladimir Herzog 2020. Top podcast 2020, spotify Podcast del año 2020, apple
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	En este episodio se cuenta la historia de Angela, famosa en varias ciudades de la alta sociedad brasileira.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Presentación de Angela como Caín, cuando ella dice que prefiere ser Caín que Abel, en enero de 1974 a la revista Nova. Vamos a ver qué significa ser una pantera, dice Branca. Presentación de la serie presentación del episodio En 1973 se mudó a Río, 3 años antes de morir.

	Hablan de Ángela, con muchas personas del mundo carioca, de esa sociedad brasileira Ricardo Amaral, empresario de boates de Sao Paulo y Río la calificada como desconfortável (incómoda), sin saber si era un defecto o cualidad, entre miedo y fascinación. Una amiga, Jacqueline, dice que le gustaba el sexo, enamorar, beber, salir, etc. Mientras, un periodista de la época, Giba Um, quien la sumo como panelista a su programa en Curitiba, cuenta varias historias a lo largo del episodio. Su impacto comenzaba a partir de su presencia física, dice Branca. Muchos no quisieron hablar: 50 años después, todavía el caso genera incomodidad, dice Branca. Cuentan historias sin revelar la identidad de los entrevistados, para dar cuenta de la personalidad seductora y apasionante de Angela, que incluso se emparejó con Ibrahim Sued, columnista social que inventó la “pantera” de Minas. Esto recuerda a Branca el argumento de Evandro: “ella crio las condiciones para morir de la mano de otros...” Más bien son los valores de la época y cómo es criado un hombre como Doca. Van a una fiesta con Ibrahim a la casa de Adelita Scarpa, separada, quien vivía con Doca. ¡Ahí lo conoce! Próximo episodio: la historia de romance de Doca e Angela. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental)	In extrema res; racconto True crime

17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Entrevistas, crónica Narrador, archivos sonoros y recreación de archivos
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador emite juicios sobre la base de los hechos Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora. Diseño sonoro propio con uso de música, efectos y archivos Descriptivos y narrativos Propio Incidental y diegética
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o	No hay

publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Novelo https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/ Este 5 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3KF9CO7 Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast y Youtube Descripción, audio y Cuentan con carátula propia para toda la serie En RRSS: ig: https://www.instagram.com/radionovelo/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/radionovelo/ Tw: https://twitter.com/radionovelo Facebook: https://www.facebook.com/radionovelo/ youtube: https://www.youtube.com/c/radionovelo Se puede compartir en Facebook, Twitter y WhatsApp Episodios están transcritos. Fotos en los episodios y grupos de discusión dentro de Facebook.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Praia dos Ossos / Brasil
2. Nombre del episodio	Doca
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	6 / temporada única
4. Año	2020 / octubre
5. Duración	57' 30''
6. Productora	Rádio Novelo
7. Realizador/a	Branca Vianna
8. Equipo:	Apresentação e idealização: Branca Vianna Pesquisa e coordenação de produção: Flora Thomson-DeVeaux Roteiro: Aurélio de Aragão e Rafael Spínola Tratamento de roteiro: Flora Thomson-DeVeaux e Paula Scarpin. Montagem: Laís Lifschitz Produção: Claudia Nogarotto Finalização e mixagem: João Jabace Direção criativa: Paula Scarpin Coordenação digital: Kellen Moraes Música original: Pedro Leal David Música complementar: Blue Dot Sessions e Mari Romano. Pesquisa audiovisual: Antonio Venancio Locução: Ingo Ostrovsky Captação: Caio Barreto, Daniel Zema, Felipe Fantoni, Rafael Facundo, Rodrigo Pereira, Tales Manfrinato, Estúdio Rastro e Studio Natrilha. Identidade visual: Elisa Pessôa Motion design: Marina Quintanilha Content design: Mateus Coutinho Redes sociais: Ana Beatriz Ribeiro e Isabela Moreira Campanha de mídia: Luciele Almeida Checagem: Érico Melo Transcrição: Júlio Delmanto, Ana Martini, Carol Caldas Ramos, Raphael Concli, Isabel Scorza, Pedro Gutman e Carol Unzelte. Revisão de texto: Ana Martini e Maria Emilia Bender Áudio de arquivo: Rádio Jovem Pan, Rádio Nacional, TV Globo, Rádio Globo e Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte. Imagens de arquivo: Estado de Minas, Diário da Tarde, O Globo e O Cruzeiro. Direção executiva: Guilherme Alpendre

	Chefia de produção: Marcelle Darrieux Coordenação de projeto digital: Juliana Jaeger Apoio de edição: Évelin Argenta e Clara Rellstab Apoio: revista Piauí
9. Descripción (Si es que la hay)	“No dia 30 de dezembro de 1976, Ângela Diniz foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu então namorado Doca Street, réu confesso. Mas, nos três anos que se passaram entre o crime e o julgamento, algo estranho aconteceu. Doca tornou-se a vítima. Praia dos Ossos é um podcast original da Rádio Novelo”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“O casal se reencontra, e sai faísca. Quando começa a dar errado?”
11. Criterio de selección del pódcast	Prêmio APCA 2020 (Associação Paulista de Críticos Teatrais, categoria radio Finalista de la 42 edición de premio Vladimir Herzog 2020. Top podcast 2020, spotify Podcast del año 2020, apple
Narrativa	Descripción
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	En este episodio se cuenta la historia de cuando se conocieron Doca y Angela, y la relación que surgió entre ellos durante los años 70. Al final del episodio hablará Doca en exclusiva, a los 84 años.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Septiembre de 1970 portada de revista Setenta: Angela dice que ella pudo ser una maniquí famosa. En esa revista, también estaba Doca. Mucho antes de conocerse. La historia los juntará años después. presentación de la serie presentación del episodio En esa misma edición, también salía Adelita Scarpa, que era pareja de Doca cuando conoció a Angela. Un

-Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	año después se casó con Doca y tuvieron un hijo con Adelita. En 1976 fue cuando se enamoró de Angela. Ana María Tornaghi, promotora de la noche carioca, cuenta cómo se empezó a dar esto. En su libro Mea Culpa, de 2006, Doca cuenta los detalles de cómo comenzó la relación entre los dos. El se mudó a la casa de Angela para vivir juntos en Copacabana. Una amiga hablaba de que había una pasión sincera entre ellos, y Kiki, otra amiga, dice que también fue una pasión fulminante. Supuestamente quería formar una nueva vida de familia de iglesia, dice Kiki, pero a la vez había cocaína, noche y relación con algunas mujeres. Amigos de Angela cuentan sobre esta relación y Fritz habla de que era un semi analfabeto, que no hacía nada, que era violento. En su libro dice que recibía carta de mujeres apoyándolo. Y él quiso redimirse con el círculo cercano, haciendo un mea culpa con Kiki y otros. A través de archivos de prensa, y relatos procesuales y amigos en común, lo describen. Logran, gracias a un amigo de Doca, concertar entrevista con los dos, cuando ya tiene 84 años Fue muy evitativo y dijo que todo estaba explicado en el libro, aunque repetía que amaba mucho a Angela. Descarta que hubo violencia, que nunca quedó marcada o machucada, aunque sí había peleas entre ellos. Cuenta cómo fue la escena cuando lo echó Angela y él volvió, abrió el bolso, sacó el revólver y disparó. También dijo que la estrategia nunca la habló con el abogado para calificar a Angela de desnaturalizada, lasciva, etc. Aunque en el libro dice que sí. Dice que la imagen de Angela, después de esto, quedó como un mito.

	Próximo episodio: la historia de romance de Doca e Angela. Créditos
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res; racconto True crime Entrevistas, crónica Narrador, archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narrador emite juicios sobre la base de los hechos Narradora heterodiegética
Estética sonora	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros	Muy Buena calidad sonora. Diseño sonoro propio con uso de música, efectos y archivos Descriptivos y narrativos

(descriptivo, narrativo, decorativo)	
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental y diegética.
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Novelo https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/ Este 6 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/43dwnjy Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast y Youtube
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/radionovelo/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/radionovelo/ Tw: https://twitter.com/radionovelo Facebook: https://www.facebook.com/radionovelo/ youtube: https://www.youtube.com/c/radionovelo Se puede compartir en Facebook, Twitter y WhatsApp
29. Otros contenidos u opciones complementarias	Episodios están transcritos. Fotos en los episodios y grupos de discusión dentro de Facebook.

(fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Praia dos Ossos / Brasil
2. Nombre del episodio	Quem ama não mata
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	7 / temporada única
4. Año	2020 / octubre
5. Duración	55' 11''
6. Productora	Rádio Novelo
7. Realizador/a	Branca Vianna
8. Equipo:	Apresentação e idealização: Branca Vianna Pesquisa e coordenação de produção: Flora Thomson-DeVeaux Roteiro: Aurélio de Aragão e Rafael Spínola Tratamento de roteiro: Flora Thomson-DeVeaux e Paula Scarpin. Montagem: Laís Lifschitz Produção: Claudia Nogarotto Finalização e mixagem: João Jabace Direção criativa: Paula Scarpin Coordenação digital: Kellen Moraes Música original: Pedro Leal David Música complementar: Blue Dot Sessions e Mari Romano. Pesquisa audiovisual: Antonio Venancio Locução: Ingo Ostrovsky Captação: Caio Barreto, Daniel Zema, Felipe Fantoni, Rafael Facundo, Rodrigo Pereira, Tales Manfrinato, Estúdio Rastro e Studio Natrilha. Identidade visual: Elisa Pessôa Motion design: Marina Quintanilha Content design: Mateus Coutinho Redes sociais: Ana Beatriz Ribeiro e Isabela Moreira Campanha de mídia: Luciele Almeida Checagem: Érico Melo Transcrição: Júlio Delmanto, Ana Martini, Carol Caldas Ramos, Raphael Concli, Isabel Scorza, Pedro Gutman e Carol Unzelte. Revisão de texto: Ana Martini e Maria Emilia Bender Áudio de arquivo: Rádio Jovem Pan, Rádio Nacional, TV Globo, Rádio Globo e Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte. Imagens de arquivo: Estado de Minas, Diário da Tarde, O Globo e O Cruzeiro. Direção executiva: Guilherme Alpendre

	Chefia de produção: Marcelle Darrieux Coordenação de projeto digital: Juliana Jaeger Apoio de edição: Évelin Argenta e Clara Rellstab Apoio: revista Piauí
9. Descripción (Si es que la hay)	“No dia 30 de dezembro de 1976, Ângela Diniz foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu então namorado Doca Street, réu confesso. Mas, nos três anos que se passaram entre o crime e o julgamento, algo estranho aconteceu. Doca tornou-se a vítima. Praia dos Ossos é um podcast original da Rádio Novelo”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Um levante tardio e um slogan”.
11. Criterio de selección del pódcast	Prêmio APCA 2020 (Associação Paulista de Críticos Teatrais, categoria radio Finalista de la 42 edición de premio Vladimir Herzog 2020. Top podcast 2020, spotify Podcast del año 2020, apple
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	En este episodio se cuenta la historia del segundo juicio que enfrentó Doca, cuando ya la sociedad brasileira en inicios de los '80 no era la misma Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica. En este episodio se presenta el segundo juicio de Doca, después de que el tribunal superior anuló el juicio por las pruebas presentadas. presentación de la serie presentación del episodio En el 1981 Brasil no era el mismo de dos años antes, con la influencia del movimiento feminista europeo. Habla Celina Albano que estaba en Inglaterra estudiando casos de violencia doméstica y volvió para el segundo juicio, que se da junto con dos casos de mujeres asesinadas, Eloísa y Regina en 1980,

	ambas de Belo Horizonte. Esto movilizó a las mujeres en Minas e impactó a todo el país. Lo que el asesinato de Angela, cuatro años antes, no provocó. Distintas fuentes como historiadoras, periodistas y feministas describen la época y lo que pasó entre el 79 y 81. Aunque no era fácil defender a Angela, que era una mujer de la sociedad, y las otras dos dueñas de casa, que se querían separar de sus maridos. Organizaron una manifestación de mujeres contra las muertes de las dos asesinadas, con el eslogan “quien ama no mata” frente a una iglesia. Badhu, abogado que vivió los dos juicios porque los otros murieron, dice que hasta el 1980 la mujer era solo un acompañante del hombre. Varios autos de feministas fueron al juicio, con carteles “el silencio es cómplice de violencia” “impunidad, más mujeres morirán”, etc. Duro lo mismo que el primero: 18 horas, pero con un clima muy diferente. Sentenciaron a Doca a 15 años de reclusión por homicidio calificado. Esto fue considerado una conquista por el movimiento feminista. Crearon después estas mujeres el centro de defensa de la mujer para apoyar a mujeres víctimas de violencias. 5 años después se crearon las primeras delegaciones dedicadas a la mujer en Brasil. Se habla del rol de los medios que ahora pueden ayudar a la concientización para un cambio mayor cuando la mujer es víctima de feminicidio cada 7 horas en Brasil, según datos de 2019. Branca dice que, pese a que Ángela no quería esos rótulos de la liberación de la mujer, el feminismo gracias a su caso lo ha tomado como bandera de lucha. Próximo episodio: ¿qué se puede hacer ahora? Créditos

15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res; racconto True crime Entrevistas, crónica Narrador, archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narrador emite juicios sobre la base de los hechos Narradora heterodiegética.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño	Muy buena calidad sonora. Diseño sonoro propio con uso de música, efectos y archivos Descriptivos y narrativos Propio

musical propio y/o licenciado, no tiene)	
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental y diegética
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Novelo https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/ Este 7 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/41aMi06 Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast y Youtube Descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie En RRSS: ig: https://www.instagram.com/radionovelo/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/radionovelo/ Tw: https://twitter.com/radionovelo Facebook: https://www.facebook.com/radionovelo/ youtube: https://www.youtube.com/c/radionovelo Se puede compartir en Facebook, Twitter y WhatsApp Episodios están transcritos. Fotos en los episodios y grupos de discusión dentro de Facebook.
Otros	
Observaciones, comentarios, etc.	
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Praia dos Ossos / Brasil
2. Nombre del episodio	Rua Ângela Diniz
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	8 / temporada única
4. Año	2020 / octubre
5. Duración	1 h 4'
6. Productora	Rádio Novelo
7. Realizador/a	Branca Vianna
8. Equipo:	Apresentação e idealização: Branca Vianna Pesquisa e coordenação de produção: Flora Thomson-DeVeaux Roteiro: Aurélio de Aragão e Rafael Spínola Tratamento de roteiro: Flora Thomson-DeVeaux e Paula Scarpin. Montagem: Laís Lifschitz Produção: Claudia Nogarotto Finalização e mixagem: João Jabace Direção criativa: Paula Scarpin Coordenação digital: Kellen Moraes Música original: Pedro Leal David Música complementar: Blue Dot Sessions e Mari Romano. Pesquisa audiovisual: Antonio Venancio Locução: Ingo Ostrovsky Captação: Caio Barreto, Daniel Zema, Felipe Fantoni, Rafael Facundo, Rodrigo Pereira, Tales Manfrinato, Estúdio Rastro e Studio Natrilha. Identidade visual: Elisa Pessôa Motion design: Marina Quintanilha Content design: Mateus Coutinho Redes sociais: Ana Beatriz Ribeiro e Isabela Moreira Campanha de mídia: Luciele Almeida Checagem: Érico Melo Transcrição: Júlio Delmanto, Ana Martini, Carol Caldas Ramos, Raphael Concli, Isabel Scorza, Pedro Gutman e Carol Unzelte. Revisão de texto: Ana Martini e Maria Emilia Bender Áudio de arquivo: Rádio Jovem Pan, Rádio Nacional, TV Globo, Rádio Globo e Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte. Imagens de arquivo: Estado de Minas, Diário da Tarde, O Globo e O Cruzeiro. Direção executiva: Guilherme Alpendre

	Chefia de produção: Marcelle Darrieux Coordenação de projeto digital: Juliana Jaeger Apoio de edição: Évelin Argenta e Clara Rellstab Apoio: revista Piauí
9. Descripción (Si es que la hay)	“No dia 30 de dezembro de 1976, Ângela Diniz foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu então namorado Doca Street, réu confesso. Mas, nos três anos que se passaram entre o crime e o julgamento, algo estranho aconteceu. Doca tornou-se a vítima. Praia dos Ossos é um podcast original da Rádio Novelo”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“De onde e para onde”.
11. Criterio de selección del pódcast	Prêmio APCA 2020 (Associação Paulista de Críticos Teatrais, categoria radio Finalista de la 42 edición de premio Vladimir Herzog 2020. Top podcast 2020, spotify Podcast del año 2020, apple
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	En este episodio se cuenta la historia de lo que dejó el caso y los desafíos futuros sobre la violencia hacia la mujer a raíz del caso de Angela Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen de la historia es: Comienza con una carta al director de un diario criticando la organización de las mujeres, que luchan contra la violencia, poco tiempo después del segundo juicio contra Doca. Se entrevista a la madre feminista de Branca, Branca Moreira, entrevistada por Flora, coinvestigadora de la serie. Porque la historia de la violencia contra la mujer y feminicidio no acabó, en 1981, en el segundo juicio

	Este es un balance de todo, de cómo quedó el legado de Angela, y qué se puede hacer después de todo esto presentación de la serie presentación del episodio El hijo del abogado de Angela en el segundo juicio dice que no hubo modificaciones a la ley, pero sí a la mentalidad de la gente. Cómo cambiar la cultura de la gente, si en 2019, en tres semanas, 5 mujeres fueron asesinados en Belo Horizonte. Se habla con distintas fuentes: jueces, sociólogas feministas de si ha cambiado la mentalidad o no. Un juez dice que en las grandes ciudades no se ve ese argumento de honra en los juicios, ya que la sociedad lo ve con cierta aversión. La Ley de feminicidio es de 2015 por matar a una mujer, calificándolo como un homicidio especialmente grave. Si Doca hubiese sido juzgado hoy en día sería diferente, dice Branca. A pesar de las leyes duras como esta, el feminicidio está aumentando en Brasil. La mayoría son negras o pardas. Tampoco hay reinserción de los criminales. Que es la justicia restaurativa, para pensar la justicia y castigo. La víctima se sienta en la mesa para decidir ese proceso de penalización. En 2020 todavía no se reconoce en Brasil la justicia restaurativa. Algunas jurisdicciones lo han experimentado. Angela era nada feminista, aunque su asesinato motivo un capítulo importante de la historia del feminismo brasileiro Al menos cuatro calles llevan su nombre. Y también en Buzios, cerca de Praia dos Ossos. Fue muy simbólico revertir el juicio 1 y hacer entender que ella no había provocado su propia muerte, dice la madre de Branca.

	Branca expresa la admiración por ella y las feministas de la época. Somos herederos de un mundo que ellas ayudaron a construir, dice Branca y las que no llegaron: da nombres y también el de Angela Deniz. Créditos
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res True crime Entrevistas, crónica, ensayo Narrador, archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast y el compromiso que toma el autor/creador 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal.	La periodista / narradora emite juicios sobre la base de los hechos y la experiencia y testimonio de su madre. Narradora autodiegética.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre	Muy buena calidad sonora. Diseño sonoro propio con uso de música, efectos y archivos

(muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Original propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental y diegética
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No hay
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Rádio Novelo https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/ Este 8 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/41e8jLP Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast y Youtube
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/radionovelo/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/radionovelo/ Tw: https://twitter.com/radionovelo Facebook: https://www.facebook.com/radionovelo/ youtube: https://www.youtube.com/c/radionovelo Se puede compartir en Facebook, Twitter y WhatsApp

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Episodios están transcritos. Fotos en los episodios y grupos de discusión dentro de Facebook.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	El estallido de las cosas / Chile
2. Nombre del episodio	La olla inocente
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada única /
4. Año	2020 / agosto
5. Duración	15'18"
6. Productora	Mucha Media
7. Realizador/a	Trinidad Piriz y María Court
8. Equipo:	Escritores: Trinidad Piriz, Benjamín Villalobos, Fernando Lucero. Producción: María Court. Asistente de Producción: Francisca Miles. Asistente de Dirección: Fernando Lucero. Diseño Sonoro y Montaje: Claudio Vargas, Carlo Sánchez, Martín Cruz. Música: Martín Pérez Roa. Voces: Diego Gougain, Trinidad Piriz, Victoria de Gregorio, José Ignacio de Vries, Javiera del Río, Rosemarie Lerner, Sandra Tabares-Duque, Benjamín Villalobos, Nicolás Zárate, Claudia Levine, María Court. Agradecimientos por archivo sonoro: Francisca Echeverría, Gabriel Morales y agrupación chilena de sonidistas audiovisuales.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Una olla que se transforma en el sonido del pueblo está siendo procesada en tribunales, un torniquete de la estación Baquedano viendo como es saltado por una estudiante, un chaleco reflectante se ve defendiendo la propiedad privada, una capucha imaginando un nuevo futuro posible, una entrevista única a un Centro de rehabilitación para armas policial en retiro y una constitución lista para salir a la luz. El Estallido de las Cosas es una creación de Border Podcast, producido por Mucha Media, con el apoyo de la Universidad de Bristol, Invisibles Coop, Goethe Institute y Centro NAVE”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Una olla está siendo procesada en los tribunales. Se le acusa de golpear a un oficial de carabineros mientras ella reclama que fue en defensa propia y

	podemos oír cómo pasó de ser un instrumento de cocina a convertirse en la voz del pueblo”.
11. Criterio de selección del podcast	Finalista del Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2021 (Finnof), Argentina.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de los objetos que toman vida a propósito del estallido social en Chile. Esto se expresa en la introducción de cada episodio del podcast “Viernes 18 de octubre, Chile estalló y los secundarios saltaron torniquetes...El Epicentro fue la estación Baquedano... museos vivos, tatuados del descontento social... Objetos vivos y tienen algo que decir”. En este episodio se cuenta la historia de una olla que se manifestaba durante las protestas y agredió a la policía. Por ello es llevada a juicio.
13. historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica La historia da cuenta del juicio a la olla y cómo es condenada. El resumen de la historia es: Se escucha despacho de noticias informando que una olla fue detenida por dañar a carabineros y es llevada a juicio. Después hay recreación del juicio entre la jueza, el fiscal y la olla misma, entregando contexto del uso de la olla durante la Unidad Popular, la que fue usada por la derecha y la clase alta de Chile en contra del gobierno. Finalmente, cómo la olla cobra vida ahora en este nuevo contexto durante el estallido social chileno. Cierre del episodio y créditos
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back)	Ab ovo

16. Géneros (true crime, narrativo) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Ficción Narradora Dramatización y archivo sonoro
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: (narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	La narradora no interviene en la historia y entrega información sobre las cacerolas usadas en Chile desde los tiempos de la UP. Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre y uso de recursos: marcas, efectos, música, sonidos, etc. (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música:	Muy buena calidad sonora Efectos descriptivos y narrativos Propio. Incidental

Diegética, incidental o no diegética, sin música.	
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible la serie completa en español en su sitio https://www.borderpodcast.cl/elestallidodelascosas/ Este primer episodio se puede escuchar en esta app https://bit.ly/3P8u6RW Disponible en Spotify y Apple. Media partners: radio La Central y medio web El Desconcierto Descripción, créditos, audio y cuentan con carátula o cover para la serie y para cada episodio con un estilo común, que va variando. En RRSS Instagram: @borderpodcasts Twitter: @borderpodcasts Facebook: Border Podcast Se puede compartir en facebook y twitter. Hicieron una performance sonora a partir del pódcast https://www.borderpodcast.cl/portfolio/border-performance-sonora/ Está en inglés y español.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	En enero de 2023, el pódcast fue parte de la muestra “del cielo al agua y lo que está en el centro” en el

	museo de arte contemporáneo, MAC, de Santiago de Chile, como una celebración de los 5 años de la participación chilena en Ars Electrónica, Austria.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	El estallido de las cosas / Chile
2. Nombre del episodio	El último torniquete
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada única /
4. Año	2020 / agosto
5. Duración	15'18"
6. Productora	Mucha Media
7. Realizador/a	Trinidad Piriz y María Court
8. Equipo:	Directoras: María Court, Trinidad Piriz. Escritores: Trinidad Piriz, Benjamín Villalobos, Fernando Lucero. Producción: María Court. Asistente de Producción: Francisca Miles. Asistente de Dirección: Fernando Lucero. Diseño Sonoro y Montaje: Claudio Vargas, Carlo Sánchez, Martín Cruz. Música: Martín Pérez Roa. Voces: Diego Gougain, Trinidad Piriz, Victoria de Gregorio, José Ignacio de Vries, Javiera del Río, Rosemarie Lerner, Sandra Tabares-Duque, Benjamín Villalobos, Nicolás Zárate, Claudia Levine, María Court.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Una olla que se transforma en el sonido del pueblo está siendo procesada en tribunales, un torniquete de la estación Baquedano viendo como es saltado por una estudiante, un chaleco reflectante se ve defendiendo la propiedad privada, una capucha imaginando un nuevo futuro posible, una entrevista única a un Centro de rehabilitación para armas policial en retiro y una constitución lista para salir a la luz. El Estallido de las Cosas es una creación de Border Podcast, producido por Mucha Media, con el apoyo de la Universidad de Bristol, Invisibles Coop, Goethe Institute y Centro NAVE”
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“El comandante del escuadrón Baquedano sur Robert Perez-Crimson, ferviente defensor del orden público y el progreso, es saltado por estudiantes secundarios y se convierte en testigo clave del inicio del estallido social”.

11. Criterio de selección del podcast	Finalista del Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2021 (Finnof), Argentina.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de los objetos “protagonistas” del estallido social chileno y que toman vida en esta historia En este episodio se cuenta la historia del último torniquete y de su escuadrón que son asaltados por los estudiantes dando origen al estallido social en 2019.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Historia en la que los torniquetes son asaltados y sobrepasados por los estudiantes secundarios y terminan muriendo al final. El resumen de la historia es: Sonido del metro Baquedano, en el centro de la ciudad. Cierre de puertas y una escuadra torniquete que enfrenta el metro de Santiago. Se explica el aumento del pasaje del metro que provocó el estallido, con la consigna: “Evadir, no pagar, otra forma de luchar”. Habla el último torniquete de la fila mientras Niñas saltando sobre nosotros... Lunes 14 de octubre de 2019. Cierran por minutos las estaciones debido a la avalancha. Miércoles 16 de octubre se extiende por toda la ciudad y los torniquetes son sobrepasados, con dos torniquetes de estudiantes y adultos mayores sublevados. 18 de octubre jornada violenta. Se evade y se destruye. El escuadrón cae frente a la avalancha. Torniquetes atacados muriendo. Colapso de la ciudad. Estaciones quemadas y muchas con daños, mientras el presidente está cenando con su familia en una pizzería del barrio alto de la ciudad

	Medianoche, saqueos farmacias y supermercado. Cacerolas. Estado de emergencia en Santiago es decretado Comandante de torniquetes dice que está en oferta en un super de juegos de mesa y terraza de acero inoxidable. Pide al general poder escapar del pasillo K15 Cierre del episodio y créditos
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Ficción, ensayo Narradora Dramatización y archivo sonoro
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Busca mantener la independencia de los hechos Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis

21. Calidad del audio: desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora Descriptivo y narrativo. Diseño sonoro con buen apoyo de música, efectos y archivos sonoros. Propio Incidental
Financiación y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Disponible la serie completa en español en su sitio https://www.borderpodcast.cl/elestallidodelascosas/ Disponible en Spotify y Apple. Este segundo episodio en Spotify aquí http://bit.ly/3Kpyklz Media partners: radio La Central y medio web El Desconcierto Descripción, créditos, audio y cuentan con carátula o cover para la serie y para cada episodio con un estilo común, que va variando. En RRSS Instagram: @borderpodcasts Twitter: @borderpodcasts Facebook: Border Podcast

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede compartir en facebook y twitter. Hicieron una performance sonora a partir del pódcast https://www.borderpodcast.cl/portfolio/border-performance-sonora/ Disponible en inglés y español.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	No hay

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	El estallido de las cosas / Chile
2. Nombre del episodio	Cora la amarilla
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / temporada única
4. Año	2020 / septiembre
5. Duración	13'30"
6. Productora	Mucha Media
7. Realizador/a	Trinidad Piriz y María Court
8. Equipo:	Escritores: Trinidad Piriz, Benjamín Villalobos, Fernando Lucero. Producción: María Court. Asistente de Producción: Francisca Miles. Asistente de Dirección: Fernando Lucero. Diseño Sonoro y Montaje: Claudio Vargas, Carlo Sánchez, Martín Cruz. Música: Martín Pérez Roa. Voces: Diego Gougain, Trinidad Piriz, Victoria de Gregorio, José Ignacio de Vries, Javiera del Río, Rosemarie Lerner, Sandra Tabares-Duque, Benjamín Villalobos, Nicolás Zárate, Claudia Levine, María Court.
9. Descripción (Si es que la hay)	"Una olla que se transforma en el sonido del pueblo está siendo procesada en tribunales, un torniquete de la estación Baquedano viendo como es saltado por una estudiante, un chaleco reflectante se ve defendiendo la propiedad privada, una capucha imaginando un nuevo futuro posible, una entrevista única a un Centro de rehabilitación para armas policial en retiro y una constitución lista para salir a la luz. El Estallido de las Cosas es una creación de Border Podcast, producido por Mucha Media, con el apoyo de la Universidad de Bristol, Invisibles Coop, Goethe Institute y Centro NAVE".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Un chaleco reflectante deja testimonio del crimen cometido por su propietario durante una manifestación ciudadana antes de que la policía venga a arrestarlos. En su relato ella describe el perfil de quienes se convirtieron en el contra movimiento y cuestiona lo que significa ser amarilla"

11. Criterio de selección del podcast	Finalista del Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2021 (Finnof), Argentina.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de objetos “protagonistas” del estallido social chileno y cómo toman vida en esta serie En este episodio se cuenta la historia del chaleco reflectante, que son aquellos personajes que usan el chaleco contra el movimiento social en Chile.
13. historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Historia protagonizada por un chaleco amarillo que mata a unos manifestantes que no lo dejan pasar durante las manifestaciones. El resumen de la historia es: Comienza con ruido en la calle, alguien hablando otro idioma, se baja de un auto y emite disparos. Presentación: Border podcast presenta el estallido de las cosas... Cora la amarilla es un chaleco reflectante y quiere dejar registro de su historia. Es parte de un grupo de amigas de China. Rubén la compra y la ubica en el maletero de su auto como parte de un kit, en la ciudad Reñaca, Viña del Mar. 12.30 de la mañana, abre el maletero y se pone el chaleco. Muchos sacan sus chalecos amarillos. Empiezan a hablar entre ellos para saber por qué están ahí: están protegiendo con armas sus propiedades del estallido social, en defensa de la libertad y propiedad privada. Archivo sonoro. La policía está explicando el operativo para evitar saqueos y otros desmanes. Salen a una manifestación en la Costanera de Viña del Mar. Pelean por el significado de los chalecos amarillos. Rubén pelea con una mujer francesa

	Al día siguiente otra manifestación. “si no baila, no pasa”, dicen unos manifestantes que asedian a Rubén. Detiene el auto. Sale y ejecuta 4 disparos. Todos gritan y alguien cae al suelo. Se arranca. Llegó la policía de investigaciones a la casa Cierre del episodio y créditos
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res (comienza por el final cuando quien lleva el chaleco reflectante dispara contra unos manifestantes) Narrativo Ficción, ensayo Narradora Dramatización y archivo sonoro
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	La narradora busca mantener la independencia de los hechos Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la	Muy buena calidad sonora

presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Descriptivo y narrativo Propio Incidental
Financiamiento y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Disponible la serie completa en español en su sitio https://www.borderpodcast.cl/elestallidodelascosas/ Se definen como una plataforma de podcast narrativos en español e inglés) Disponible en Spotify y Apple. Este tercer episodio se puede escuchar en spotify http://bit.ly/3Kw25kY Media partners: radio La Central y medio web El Desconcierto Descripción, créditos, audio y cuentan con carátula o cover para la serie y para cada episodio con un estilo común, que va variando. En RRSS Instagram: @borderpodcasts Twitter: @borderpodcasts

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Facebook: Border Podcast Se puede compartir en facebook y twitter. Hicieron una performance sonora a partir del pódcast https://www.borderpodcast.cl/portfolio/border-performance-sonora/ Disponible en inglés y español.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	El estallido de las cosas / Chile
2. Nombre del episodio	La reina capucha
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / temporada única
4. Año	2020 / septiembre
5. Duración	13'48''
6. Productora	Mucha Media
7. Realizador/a	Trinidad Piriz y María Ignacia Court
8. Equipo:	Escritores: Trinidad Piriz, Benjamín Villalobos, Fernando Lucero. Producción: María Court. Asistente de Producción: Francisca Miles. Asistente de Dirección: Fernando Lucero. Diseño Sonoro y Montaje: Claudio Vargas, Carlo Sánchez, Martín Cruz. Música: Martín Pérez Roa. Voces: Diego Gougain, Trinidad Piriz, Victoria de Gregorio, José Ignacio de Vries, Javiera del Río, Rosemarie Lerner, Sandra Tabares-Duque, Benjamín Villalobos, Nicolás Zárate, Claudia Levine, María Court.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Una olla que se transforma en el sonido del pueblo está siendo procesada en tribunales, un torniquete de la estación Baquedano viendo como es saltado por una estudiante, un chaleco reflectante se ve defendiendo la propiedad privada, una capucha imaginando un nuevo futuro posible, una entrevista única a un Centro de rehabilitación para armas policial en retiro y una constitución lista para salir a la luz. El Estallido de las Cosas es una creación de Border Podcast, producido por Mucha Media, con el apoyo de la Universidad de Bristol, Invisibles Coop, Goethe Institute y Centro NAVE”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Un capítulo donde imaginamos un futuro utópico, las capuchas son los nuevos rostros de nuestra sociedad, los líderes corruptos han renunciado y una voz coral femenina nos guía hacia un nuevo futuro posible”.
11. Criterio de selección del pódcast	Finalista del Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2021 (Finnof), Argentina.

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de objetos “protagonistas” del estallido social y aquí toman vida en esta serie En este episodio se cuenta la historia de mujeres capucha que, en un futuro utópico, toman el poder. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Es la historia de “mujeres capucha” que reescriben la historia al tomar el poder en un mundo futuro. El resumen de la historia es: Sonido de estruendo, el mundo desmoronándose (...) No era primera vez que el mundo colapsaba...en esos momentos oscuros aparecen miles de capucha. Border podcast presenta el estallido de las cosas... Historia de la capucha, desde la Edad Media hasta los zapatistas y que luego en 2018 se transforma en pañoleta verde durante la oleada feminista. Archivo. Mujeres en coro cantando En 2019, vuelven a aparecer en los estallidos sociales en Chile, Francia, Chile, etc. Año 2020, cayó el Coronavirus y pasaron a ser mascarillas y después EEUU entró en crisis por la muerte de George Floyd. Desaparecer para volver a existir en una voz de mujer, mujer con capucha, y en un mundo ilusorio los presidentes piden perdón a mujeres, por los abusos, etc., y dejan sus cargos... Refundar, reescribir la constitución del mundo, la riqueza de la educación, la tecnología para amplificar las voces, etc., dicen las voces de mujeres.... Cierre del episodio y créditos

15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Ficción, ensayo Narradora Dramatización y archivo sonoro
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	La narradora busca mantener la independencia de los hechos y, en este episodio, entrelaza la historia de estas voces capuchas. Heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño	Muy buena calidad sonora Descriptivo y narrativo Propio

musical propio y/o licenciado, no tiene)	
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias	Disponible la serie completa en español en su sitio https://www.borderpodcast.cl/elestallidodelascosas/ Disponible en Spotify y Apple. Este cuarto episodio se puede escuchar en esta app http://bit.ly/3U7b3lc Media partners: radio La Central y medio web El Desconcierto Descripción, créditos, audio y cuentan con carátula o cover para la serie y para cada episodio con un estilo común, que va variando. En RRSS Instagram: @borderpodcasts Twitter: @borderpodcasts Facebook: Border Podcast Se puede compartir en facebook y twitter. Hicieron una performance sonora a partir del pódcast https://www.borderpodcast.cl/portfolio/border-performance-sonora/ Disponible en inglés y español

(fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	El estallido de las cosas / Chile
2. Nombre del episodio	Villa impunidad
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / temporada única
4. Año	2020 / octubre
5. Duración	15'30"
6. Productora	Mucha Media
7. Realizador/a	Trinidad Piriz y María Ignacia Court
8. Equipo:	Escritores: Trinidad Piriz, Benjamín Villalobos, Fernando Lucero. Producción: María Court. Asistente de Producción: Francisca Miles. Asistente de Dirección: Fernando Lucero. Diseño Sonoro y Montaje: Claudio Vargas, Carlo Sánchez, Martín Cruz. Música: Martín Pérez Roa. Voces: Diego Gougain, Trinidad Piriz, Victoria de Gregorio, José Ignacio de Vries, Javiera del Río, Rosemarie Lerner, Sandra Tabares-Duque, Benjamín Villalobos, Nicolás Zárate, Claudia Levine, María Court.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Una olla que se transforma en el sonido del pueblo está siendo procesada en tribunales, un torniquete de la estación Baquedano viendo como es saltado por una estudiante, un chaleco reflectante se ve defendiendo la propiedad privada, una capucha imaginando un nuevo futuro posible, una entrevista única a un Centro de rehabilitación para armas policial en retiro y una constitución lista para salir a la luz. El Estallido de las Cosas es una creación de Border Podcast, producido por Mucha Media, con el apoyo de la Universidad de Bristol, Invisibles Coop, Goethe Institute y Centro NAVE”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“A un periodista se le permite el acceso a una casa de retiro donde se encuentran armas utilizadas durante el estallido social. Podremos oír de su boca sus creencias más profundas y el privilegio e inmunidad en el que viven”.
11. Criterio de selección del podcast	Finalista del Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2021 (Finnof), Argentina.

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de objetos “protagonistas” del estallido social chileno y que hoy cobran vida en esta serie En este episodio se cuenta la historia de un periodista que accede de manera exclusiva a una casa de retiro donde están las armas utilizadas durante el estallido social. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica Trata la historia del periodista, quien finalmente es obligado a cortar la entrevista al cuestionar lo que descubre en este sitio, frente a las cifras “reales” de víctimas del estallido. El resumen de la historia es: Comienza con trompetas y una bomba lacrimógena que cuenta lo que ha vivido: “me usaron de manera indiscriminada” Presentación del pódcast. En el norte existe un lugar para rehabilitar las armas ocupadas en el estallido social, que se llama Villa impunidad. Un periodista logra entrar y hablan estas armas que van a mostrar la vida que llevan allá. El periodista les pregunta. “si les digo estallido social que dicen”; “estrés”, dice uno. “añoro esa época, mis tiempos mozos”, dice otro. Hay bombas, guanacos, escopetas, etc. Archivos detrás del estallido.... Ellos explican todo lo que vivieron a manos de los manifestantes. Le pide la persona que recibe al periodista en Villa impunidad que borre esta parte de la cinta, después de que la escopeta se vuelve loca.

	Pregunta a la cuidadora de la villa. ¿Por qué están estas cosas aquí? Están protegidas aquí y son víctimas ellas, dice. El periodista le da cifras de las víctimas reales. Le dice que corte la entrevista o se queda aquí a vivir con ellos Los objetos le dicen que saben lo que está haciendo ahí y le dice que tienen información para darle de los humanos que los usaron, le dicen que se los meta a la mochila. Cierre del episodio y créditos
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Ficción, ensayo Narradora Dramatización y archivo sonoro
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la	La narradora busca mantener la independencia de los hechos y en este episodio entrega información sobre hechos reales. Narradora heterodiegética

historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre. (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo y narrativo.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, o sin música	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible la serie completa en español en su sitio https://www.borderpodcast.cl/elestallidodelascosas/ Disponible en Spotify y Apple. Este quinto episodio se puede escuchar aquí en spotify http://bit.ly/411lpui Media partners: radio La Central y medio web El Desconcierto
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, créditos, audio y cuentan con carátula o cover para la serie y para cada episodio con un estilo común, que va variando.

28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS Instagram: @borderpodcasts Twitter: @borderpodcasts Facebook: Border Podcast Se puede compartir en facebook y twitter. Hicieron una performance sonora a partir del pódcast https://www.borderpodcast.cl/portfolio/border-performance-sonora/
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en inglés y español
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	No hay

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	El estallido de las cosas / Chile
2. Nombre del episodio	Constitución en terapia
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	6 / temporada única
4. Año	2020 / octubre
5. Duración	15'16"
6. Productora	Mucha Media
7. Realizador/a	Trinidad Piriz y María Court
8. Equipo:	Escritores: Trinidad Piriz, Benjamín Villalobos, Fernando Lucero. Producción: María Court. Asistente de Producción: Francisca Miles. Asistente de Dirección: Fernando Lucero. Diseño Sonoro y Montaje: Claudio Vargas, Carlo Sánchez, Martín Cruz. Música: Martín Pérez Roa. Voces: Diego Gougain, Trinidad Piriz, Victoria de Gregorio, José Ignacio de Vries, Javiera del Río, Rosemarie Lerner, Sandra Tabares-Duque, Benjamín Villalobos, Nicolás Zárate, Claudia Levine, María Court.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Una olla que se transforma en el sonido del pueblo está siendo procesada en tribunales, un torniquete de la estación Baquedano viendo como es saltado por una estudiante, un chaleco reflectante se ve defendiendo la propiedad privada, una capucha imaginando un nuevo futuro posible, una entrevista única a un Centro de rehabilitación para armas policial en retiro y una constitución lista para salir a la luz. El Estallido de las Cosas es una creación de Border Podcast, producido por Mucha Media, con el apoyo de la Universidad de Bristol, Invisibles Coop, Goethe Institute y Centro NAVE”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“En Constitución en Terapia escucharemos a una angustiada Constitución que acude a terapia buscando entender su pasado. A través de una serie de regresiones logra encontrar el origen de su trauma: Un pasado autoritario, dictatorial y excluyente. En el presente debe enfrentar sus

	miedos y fantasmas para poder partir con sus hojas en blanco una nueva vida”.
11. Criterio de selección del podcast	Finalista del Festival Internacional de Narrativas de No Ficción 2021 (Finnof), Argentina.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de objetos “protagonistas” del estallido que cobran vida en esta serie En este episodio se cuenta la historia de la constitución del Chile de Pinochet muriendo, en el contexto de este estallido.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica La historia de la constitución de Pinochet que está muriendo y que se va a ser terapia para superar esta crisis. El resumen de la historia es: Una mujer, un perro con un pañuelo rojo, le arranca las hojas a un libro que se consumen con el fuego: es la constitución que se está muriendo Presentación del podcast. Suena un reloj, en un hospital. La constitución está frente a una doctora Se cuenta todo lo que ha cambiado la constitución desde 1980: senadores vitalicios, periodo presidencial etc. Hacen una regresión para llegar al origen: el golpe de Estado de 1973 y los hechos y personajes protagonistas de esta constitución. Aunque se va más atrás: a las vidas pasadas; las constituciones anteriores. Aparece una puerta detrás de ella en medio del viaje: Chile despertó, ¡¡¡cánticos!!!! “padres, bisabuelos y adeptos ...entiendo que tengo un problema de origen y tengo que hacer un cambio radical...ya no los represento más...he sido su voz por

	demasiados siglos...ya no quiero ser la vocera de esas voces y de esas ideas...quiero ser la madre y voz de un pueblo...que mis palabras dijeran agua, mujeres, pueblos originarios, etc., ...dignidad, pensión, igualdad, etc., ...Estoy lista para ser realmente histórica”. Cierre del episodio y créditos
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res (desde que llega al hospital y comienza la terapia) No ficción / narrativo Ficción, ensayo Narradora Dramatización y archivo sonoro
19. Perspectiva autorral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Busca mantener la independencia de los hechos. Narradora Heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre	Muy buena calidad sonora

(muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Diseño sonoro con buen apoyo de música, efectos y archivos sonoros. Propio.
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, o sin música	Diegética
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible la serie completa en español en su sitio https://www.borderpodcast.cl/elestallidodelascosas/ Disponible en Spotify y Apple. Este sexto episodio se puede escuchar en esta app http://bit.ly/3KvWfjb Radio La Central y El Desconcierto se convierten en medios asociados de la serie
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, créditos, audio y cuentan con carátula o cover para la serie y para cada episodio con un estilo común, que va variando.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS Instagram: @borderpodcasts Twitter: @borderpodcasts Facebook: Border Podcast Se puede compartir en facebook y twitter.

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Hicieron una performance sonora a partir del pódcast https://www.borderpodcast.cl/portfolio/border-performance-sonora/ Disponible en inglés y español.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Relato Nacional / Chile
2. Nombre del episodio	La traición del padre
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	27 / temporada 4
4. Año	2020 / diciembre
5. Duración	31' 28"
6. Productora	La Factoría
7. Realizador/a	Emilia Puig y Sebastián Reyes
8. Equipo y créditos:	Dirigida y guionado: Nancy Castillo Investigadores: periodistas Emilia Puig y Sebastián Reyes Edición de audio: Marcelo Cotton Trio for Piano Celo and Clarinet, White, Easy lemon, Special Spotlight (incompetech.com) Licensed under Creative Commons: By Attribution 3.0 License. Fotografía: Rithika Gopalakrishnan
9. Descripción (Si es que la hay)	"Podcast narrativo en español con historias reales que te sumergen en el mundo de la vida de otros. Historias que te emocionan, te motivan o te sorprenden".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Ya de adulto, Pepe decidió buscar al padre que lo había abandonado de niño. Él, un periodista que investigaba violaciones a los DD.HH. encontró no sólo un padre, sino a un genocida. Pepe lo aceptó, pero el padre no pudo".
11. Criterio de selección del podcast	Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, 2019, categoría podcast
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Historias reales de personas comunes que sorprenden y emocionan, y a más de alguno identifican. En este episodio se cuenta la historia de Pepe, periodista e investigador de DD.HH, quien descubrió que su padre era genocida. Si bien él lo terminó aceptando, su padre no aceptó que el fuese gay.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia:	Clásica aristotélica.

-Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Introducción, nudo, desenlace, que da un vuelco inesperado cuando la familia del padre biológico, con quien se reencontró en los últimos años de su vida, a propósito de un documental que estaba realizando, lo desheredó por ser homosexual. El resumen de la historia es: Comienza siempre con la música introductoria de Relato Nacional Habla Pepe, quien siempre pensó que su historia con su padre es una historia de “Star Wars”. Nancy Castillo presenta la historia de Pepe Rovano que busca a su padre, después de que su madre le contara en 1989 que tenía otro padre biológico, que no era de la clase alta que él pensaba. Se fue de Chile para vivir su homosexualidad y no quería seguir ocultándolo. A propósito de un documental sobre detenidos desaparecidos en Chile, 2009, volvió y quiso buscar su otro desaparecido: su padre Rodrigo retamal, implicado en violaciones derechos humanos. Fue un encuentro muy difícil. Después, debido a la diabetes lo que fue a ver a Holanda ya que se estaba muriendo. Se reencuentra con su familia paterna y decide no hacer un documental de la historia de los reencuentros. Vive con su padre ese último tiempo. Mientras, en paralelo se acerca a los familiares de las víctimas de los fusilados por su padre, quien negaba los hechos. Decidió contarle al padre que era homosexual, quien era el único que no sabía. Por eso, dejaron de invitarlo a cosas de la familia y el padre falleció. El nuevo abandono del padre biológico. En el funeral se entera de que fue desheredado por ser homosexual. Demandó a su padre, a su mujer y herederos, y ganó el juicio.

	Ahora prepara un documental titulado “bastardo. La herencia genocida”.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Ab ovo Narrativo / Entrevistas Narradora, historia de vida, archivo sonoro
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador guía la historia y no emite juicios. Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora Descriptivo

22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Música con licencia
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Incidental
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Relato Nacional https://relatonacional.com/ Plataformas disponibles: En Spotify, Soundcloud y Apple podcast Este 27 episodio se puede escuchar https://relatonacional.com/traicion-padre/ y en Spotify https://bit.ly/41DEvbm
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	descripción, imagen, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/relatonacional/ Tw: https://twitter.com/RelatoNacional Facebook: https://www.facebook.com/RelatoNacional/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/relato-nacional Su reproductor en el sitio es soundcloud pudiéndose compartir en Facebook, Twitter, email, Pint it, Tumblr. No

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	El podcast es un producto de La Factoría, productora de contenidos, dentro de la cual está Relato Nacional.

Ficha de análisis pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Relato Nacional / Chile
2. Nombre del episodio	Las aventuras de un violín
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	30 / temporada 4
4. Año	2020 / diciembre
5. Duración	35' 04"
6. Productora	La factoría
7. Realizador/a	Gabriela García
8. Equipo y créditos:	Dirigido y guionado: Nancy Castillo Investigadores: Gabriela García edición de audio: Marcelo Cotton Música de licencia. Fotografía: Julio Rionaldo
9. Descripción (Si es que la hay)	"Podcast narrativo en español con historias reales que te sumergen en el mundo de la vida de otros. Historias que te emocionan, te motivan o te sorprenden".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"¿Hasta dónde somos capaces de llegar por una pasión? ¿qué estamos dispuestos a hacer cuando un ser querido es engañado y burlado? En esta historia, un valioso violín, fabricado allá por 1860, es el protagonista de aventuras inesperadas y convierte en ladrón a un músico docto".
11. Criterio de selección del pódcast	Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, 2019, categoría pódcast
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Historias reales que sorprenden y emocionan y que pueden identificar a más de alguno. En este episodio se cuenta la historia de un violín que fue robado por un destacado músico docto. La familia, dueña del violín, hará todo lo posible por recuperarlo.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia:	Estructura Clásica aristotélica Introducción, nudo, desenlace, que se estructura sobre la base de la relación entre el dueño del violín y el músico, quien nunca devuelve el violín que supuestamente repararía y devolvería a su dueño.

-Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Esta es la historia de un padre y su hija por recuperar este objeto tanpreciado, de mediados del siglo XIX. El resumen de la historia es: Comienza siempre con la música característica y la presentación de Relato Nacional. “Hay historias que son de películas”, dice la narradora Nancy Castillo. Esta es la historia de un guarneri, un tipo de violín que creó Jean Baptiste. Este llega a Valparaíso a inicios del siglo XX y queda en poder de Augusto y posteriormente de su hijo Patricio, quien se mudó a Antofagasta. Patricio invitó a un violinista que conocía a Augusto y se lo prestó para afinarlo. Nunca estimaron el valor que tenía el violín, dijo Patricio. Patricio llamó al violinista y lo fue a buscar a Santiago y se lo llevó a Antofagasta. Lo tasaron para venderlo en 50 mil pesos chilenos (50 euros aproximadamente). Ahí se dio cuenta de que no era el verdadero. Su hija, a lo detective, se convirtió en su gran aliada. Encontró el certificado de autenticidad, un tío dio con una foto del violín y una persona que conoció dijo que había visto al músico ensayando con el violín en Santiago. Después de enfrentar al violinista y de varios dimes y diretes logran recuperarlo. Decidieron venderlo. Lo vendieron a la orquesta filarmónica de Filadelfia, EE.UU. en 185 mil dólares.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back)	Ab ovo Narrativo

16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Entrevistas Narradora
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narradora guía la historia y no emite juicios. Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música.	Buena calidad sonora. Solo la entrevista a Mónica no era de buena calidad. Descriptivo Licenciada Función incidental

Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de Relato Nacional https://relatonacional.com/ Plataformas disponibles: En Spotify, Souncloud y Apple podcast Este 30 episodio se puede escuchar https://relatonacional.com/aventuras-violin/ y en Spotify https://bit.ly/3UPoVHH Texto, imagen y cuentan con carátula propia para toda la serie. En RRSS: ig: https://www.instagram.com/relatonacional/ Tw: https://twitter.com/RelatoNacional Facebook: https://www.facebook.com/RelatoNacional/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/relato-nacional Su reproductor en el sitio es soundcloud pudiéndose compartir en Facebook, Twitter, email, Pint it, Tumblr. No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast	Relato Nacional / Chile
2. Nombre del episodio	El salvado y su salvadora
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	32 / temporada 4
4. Año	2021 / mayo
5. Duración	28' 47"
6. Productora	La factoría
7. Realizador/a	Matías Sánchez
8. Equipo y créditos:	Dirigida y guionado: Nancy Castillo Investigador: Matías Sánchez Edición de audio: Marcelo Cotton Música: Crossing the threshold ghostpocalypse, Village dawn, Sovereign quarter, There is romance, Continue life (incompetech.com) Licensed under Creative Commons: By Attribution 3.0 License. Fotografía: Hello I'm Nik de Unsplash
9. Descripción (Si es que la hay)	"Podcast narrativo en español con historias reales que te sumergen en el mundo de la vida de otros. Historias que te emocionan, te motivan o te sorprenden".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"La historia de los hermanos de Jason es la historia de muchos niños. Menores de edad que viven en poblaciones de escasos recursos, con padres ausentes, con altos índices de violencia, y que terminan involucrados en delincuencia y narcotráfico. Pero la historia Jason es distinta. ¿Qué es lo que hace a un joven de 15 años distinguir entre el bien y el mal, y pedir ayuda? Las razones pueden ser muchas. Esta es la historia de la mujer que se cruzó en su vida y que le ha dado esperanza.
11. Criterio de selección del podcast	Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, 2019, categoría podcast
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Historias reales de personas comunes que sorprenden y emocionan, y a más de alguno identifican. En este episodio se cuenta la historia de Jason y "un hada madrina" que se cruza en su vida para "salvarlo"

13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura clásica aristotélica. Introducción, nudo, desenlace de esta historia de 9 niños explotados por una mujer narcotraficante que tenía la custodia. Emerson muere y sus hermanos encuentran en Natalia, una educadora, quien buscará ayudarlos y educarlos. Sobre todo, a Jason, quien será un nuevo hijo para ella, cuyo camino no estuvo exento sin complicaciones. El resumen de la historia es: Jason pidió salir de su casa, que era vecina de la narcotraficante. Natalia, educadora especial, se cruza en el camino de Jason. Quiso adoptarlo, pero no pudo, entonces, decidió apoyar a los niños fuera de los horarios de clases para mejorar sus estudios. Así conoció a Kevin de 18 años, que no sabía leer ni escribir bien, y además había pasado por la cárcel. En su segundo año en el colegio conoció a Jason... Apenas leía y escribía, pero era distinto, porque quería aprender. Terminó el colegio sin desertar ese año, al contrario de sus hermanos. Al año siguiente, empezó a contarle lo que pasaba en su casa y ahí todo cambió, ya que denunció al juzgado lo que ocurría. Natalia no quiso abandonarlo y lo visitaba en la residencia. Después se lo llevó a la casa con autorización de la jueza. Le enseñó la vida en familia, desde ducharse hasta las horas de comida. Vino la pandemia y no pudo verlo, y tuvo que estar encerrado. Jason se fugó. Después de varios meses, supo de él, que andaba vendiendo escobas. “era el hijo que estaba esperando”. Aún lo cuida y lo guía, aunque él decidió seguir viviendo en su población.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in	Ab ovo

extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Entrevistas Narradora
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narradora guía la historia y no emite juicios. Narradora heterodiegética
Estética sonora	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Muy buena calidad sonora Descriptivos Uso de música con licencia. Incidental

24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de Relato Nacional https://relatonacional.com/ Plataformas disponibles: En Spotify, Souncloud y Apple podcast Este 32 episodio se puede escuchar https://relatonacional.com/salvado-salvadora/ y en Spotify https://bit.ly/43MHekN Descripción, texto, imagen y cuentan con carátula propia para toda la serie. En RRSS: ig: https://www.instagram.com/relatonacional/ Tw: https://twitter.com/RelatoNacional Facebook: https://www.facebook.com/RelatoNacional/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/relato-nacional Su reproductor en el sitio es soundcloud pudiéndose compartir en Facebook, Twitter, email, Pint it, Tumblr. No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Relato Nacional / Chile
2. Nombre del episodio	El imprescindible
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	36 / temporada 4
4. Año	2021 / septiembre
5. Duración	25' 51"
6. Productora	La factoría
7. Realizador/a	Nancy Castillo
8. Equipo y créditos:	Dirigida y guionado: Nancy Castillo Investigador: Nancy Castillo edición de audio Marcelo Cotton Música: Harlequin, Measured Paces (incompetech.com) Licensed under Creative Commons: By Attribution 3.0 License Hymn, Intervention, Sleep Piano, by Scott Buckley - www.scottbuckley.com.au John Stockton Slow Drag by Chris Zabriskie
9. Descripción (Si es que la hay)	"Podcast narrativo en español con historias reales que te sumergen en el mundo de la vida de otros. Historias que te emocionan, te motivan o te sorprenden".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Marcela vio truncado su sueño de ser abogada cuando la universidad donde estudiaba quebró, y así como miles de sus compañeros, quedó con una deuda que arrastró por años. Pero, a veces, en la vida se nos cruza una persona generosa, desinteresada, capaz de luchar por nosotros. Esta es la historia de un imprescindible".
11. Criterio de selección del podcast	Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, 2019, categoría podcast
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Historias reales de personas comunes que nos sorprenden y emocionan, y a más de alguno identifican En este episodio se cuenta la historia de "un imprescindible", un hombre que compró la deuda de miles de estudiantes de una universidad que quebró en Chile y ...se las devolvió sin cobrarles ni un peso.

13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura de contrapunto Trata de la historia de 7 mil estudiantes endeudados con pagarés protestados por una universidad en quiebra. Esta vende la deuda a través de un remate. Ahí aparece un ángel que comprará esos pagarés, y salvará a todos estos estudiantes...sin pedir nada a cambio. Después de la presentación habitual del pódcast, el resumen de la historia es: David nació hace 53 años en una parte pobre de Santiago, quien habla de los problemas con su padre y el abuso físico que hacía a la esposa e hijos. Hacia fletes en la feria, después se dedicó a la joyería, sin embargo, se convirtió en alcohólico a los 18 años. Gracias a la iglesia evangélica encontró el amor y se casó. Tuvo 3 hijos. Quería que ellos estudiaran lo que quisieran. Y trabajó con alcohólicos en la iglesia. Después, miércoles y sábado se dedicó a una escuela de fútbol en relación con la prevención. Sus hijos entraron a la universidad. En paralelo la historia de Marcela, quien estudió dos carreras técnicas y quería entrar a estudiar derecho a la Universidad Arcis, a sus 38 años. Ingresó en 2013. La universidad comenzó con tomas y paros, y la mala gestión y deudas del plantel universitario lo llevaron a la quiebra. Tuvo que acudir a avales para repactar su deuda. Archivo de audio de una noticia del canal 11: David Cortés compró la cartera de deudores de la universidad Arcis en un remate. 2 millones de dólares era la cartera. No llegaron más postores a ese remate y la compró por 1.500 dólares.

	Después se dio a la tarea de cómo devolver los pagarés a los 7.000 estudiantes: contactarlos y “perdonarles la deuda”. Marcela fue a buscar sus pagarés y agradeció el gesto tan noble de David. Cierra el episodio con testimonios de estudiantes morosos agradeciendo a David, “un imprescindible”; “esta persona es un ser de luz”. Nancy da contacto de David para los deudores de Arcis aún pendientes.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas Narradora, archivo sonoro
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narradora guía la historia y no emite juicios. Narradora heterodiegética

Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Música con licencia.
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Relato Nacional https://relatonacional.com/ Plataformas disponibles: En Spotify, Souncloud y Apple podcast Este 36 episodio se puede escuchar https://relatonacional.com/el-imprescindible/ y en Spotify https://bit.ly/3ozmEnK
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, imagen asociada al tema en la web, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/relatonacional/ Tw: https://twitter.com/RelatoNacional Facebook: https://www.facebook.com/RelatoNacional/

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Linkedin: https://www.linkedin.com/company/relato-nacional Su reproductor en el sitio es soundcloud pudiéndose compartir en Facebook, Twitter, email, Pint it, Tumblr. No.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Relato Nacional / Chile
2. Nombre del episodio	En busca del origen
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	40 / temporada 5
4. Año	2022 / junio
5. Duración	15' 28"
6. Productora	La Factoría
7. Realizador/a	Jorge López
8. Equipo y créditos:	Dirigida y guionado: Nancy Castillo Investigador: Nancy Castillo edición de audio Marcelo Cotton Música licenciada
9. Descripción (Si es que la hay)	"Podcast narrativo en español con historias reales que te sumergen en el mundo de la vida de otros. Historias que te emocionan, te motivan o te sorprenden".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"¿De dónde proviene tu apellido?" esa era una pregunta que José Luis solía escuchar cuando era niño. Esta es la historia de ese niño, hoy hombre, que se determinó en conocer el origen detrás de su apellido. Una búsqueda que, a través de recuerdos, libros históricos, estudios fotográficos y de fisionomía, ha concluido que es descendiente de un pueblo indígena que la historia oficial daba por extinto".
11. Criterio de selección del podcast	Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, 2019, categoría podcast
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular.	Historias reales de personas comunes que sorprenden y emocionan, e identifican a más de alguno. En este episodio se cuenta la historia de José Luis, quien se da a la tarea de buscar el origen de su apellido, que resultó ser de un pueblo indígena casi extinto del sur de Chile.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales

14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura clásica aristotélica Introducción, nudo, desenlace de una historia que comienza cuando José Luis Chogue quiere conocer sobre sus antepasados. Gracias a un encuentro en Santiago de Chile de una asociación de descendientes de Selknam empieza a hallar las primeras pistas de su origen. Después se convertirá en un activo defensor de su pueblo, incluso hablando en la convención constitucional chilena de 2022. El resumen de la historia es: Marca y presentación de Relato Nacional e invitación al programa de membresía José Luis a finales de los '70 se pregunta por su apellido materno que solía llamar la atención: Chogue. Sabía que su abuelo era Ona. Selknam era el nombre de su pueblo extinto, según la historia oficial, que le llamaba Ona. En 2018, la novia de su hermano leyó que una organización haría un encuentro en Santiago de descendientes de Selknam. Decidió ir. Ahí comienza el reencuentro con su historia: Carmelo en 1899 vivía en la isla Tierra del fuego. Vivían en tiendas de cuero de guanaco. Los selknam desconocían la propiedad privada que los colonos ingleses querían hacer. Y estos comenzaron la cacería. Fueron evangelizados y occidentalizados. Fueron trasladados a Punta Arenas, y allí los adopta un colono francés. Termina el episodio escuchando a José Luis, en la primera convención constitucional para una nueva constitución para Chile. Su búsqueda todavía no termina del todo.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back)	Ab ovo

16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Entrevistas Narradora
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narradora guía la historia y no emite juicios. Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora Descriptivo Diseño sonoro propio con música original. Incidental

Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de Relato Nacional https://relatonacional.com/ Plataformas disponibles: En Spotify, Souncloud y Apple podcast Este 40 episodio se puede escuchar https://relatonacional.com/40-busca-origen/ y en Spotify https://bit.ly/41yIKWo Descripción, audio, imagen del personaje y cuentan con carátula propia para toda la serie En RRSS: ig: https://www.instagram.com/relatonacional/ Tw: https://twitter.com/RelatoNacional Facebook: https://www.facebook.com/RelatoNacional/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/relato-nacional Su reproductor en el sitio es soundcloud pudiéndose compartir en Facebook, Twitter, email, Pint it, Tumblr. No.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Relato Nacional / Chile
2. Nombre del episodio	El cazador y el tigre
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	45 / temporada 5
4. Año	2023 / marzo
5. Duración	30' 46''
6. Productora	La factoría
7. Realizador/a	Matías Sánchez
8. Equipo y créditos:	Dirigida y guionado: Nancy Castillo Investigador: Matías Sánchez Producción sonora: Josefina Aguirre Fact checking: Isidora Correa música : Enriqueta Cerda Edición de audio: Marcelo Cotton
9. Descripción (Si es que la hay)	“Podcast narrativo en español con historias reales que te sumergen en el mundo de la vida de otros. Historias que te emocionan, te motivan o te sorprenden”
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Por más de 35 años Rómulo ha practicado la medicina con dedicación y preocupación por sus pacientes, y en su especialidad, la neurocirugía, ha sido maestro de varias generaciones de doctores. Con toda esa experiencia acumulada enfrentó el caso más sorpresivo y complejo de su carrera”.
11. Criterio de selección del podcast	Premio Periodismo de Excelencia de la Universidad Alberto Hurtado, 2019, categoría podcast
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Historias reales de personas comunes que sorprenden y emocionan, y a más de alguno identifican. En este episodio se cuenta la historia de un reputado médico que deberá enfrentar el caso más difícil: operar y salvar a su propia hija, que es enfermera.
13. historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia:	Estructura de contrapunto

-Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Introducción, nudo, desenlace de esta historia en paralelo entre el padre y su hija unidas por la medicina. Ella deberá someterse a una cirugía para extraerle un tumor; él se enfrentará al mayor reto emocional y profesional de su vida: salvarla. El resumen de la historia es: Después de la presentación se cuenta la historia de Rómulo Melo, neurocirujano de 60 años, y cómo llegó a la ciencia: combinando la investigación y la cirugía. Por otra parte, Camila, enfermera de 33 años y con dos hijas pequeñas. Al octavo mes de su segundo embarazo comenzó con fuertes dolores de cabeza. Su hija nació en agosto 2022 con cesárea de urgencia y todo salió bien. Pero ella seguía sintiendo el bombeo en su cabeza. Tenía un tumor cerebral. Camila es la hija de Rómulo y tendrá que operarse sí o sí. “El tigre ha muerto; los cazadores vuelven a la cueva”, ese es el mensaje por WhatsApp que mandó Rómulo después de la operación. Camila se recuperó y la biopsia arrojó que era benigno el tumor. Cierre del episodio
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas, Crónica

18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narradora, historia de vida
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: (narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narradora guía la historia y no emite juicios. Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Diseño sonoro propio con música original
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia:	Disponible en el sitio de Relato Nacional

dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	https://relatonacional.com/
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Plataformas disponibles: En Spotify, Souncloud y Apple podcast Este 45 episodio se puede escuchar https://relatonacional.com/el-cazador-y-el-tigre/ y en Spotify https://bit.ly/3KSesqp
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Descripción, imagen asociada al tema, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie En RRSS: ig: https://www.instagram.com/relatonacional/ Tw: https://twitter.com/RelatoNacional Facebook: https://www.facebook.com/RelatoNacional/ Linkedin: https://www.linkedin.com/company/relato-nacional Su reproductor en el sitio es soundcloud pudiéndose compartir en Facebook, Twitter, email, Pint it, Tumblr.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	En la sexta temporada están componiendo música original para la serie.

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Cartagena Federal / Colombia
2. Nombre del episodio	41 grados en la sombra
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / primera temporada
4. Año	2016 / noviembre
5. Duración	37' 01"
6. Productora	Cartagena Federal
7. Productores/as	Pedro Espinosa y Sebastián Duque
8. Equipo:	Dirigido y producido por Pedro Espinosa y Sebastián Duque. Mezcla y diseño de sonido: Elkin Oliveros Carátula:
9. Descripción (Si es que la hay)	"Cuentos, personajes y costumbres de la Cartagena de los cartageneros. Un tema y varias historias por episodio. Casa de la radionovela 'Evaristo, me acordé que te quería' junto a Mildre Cartagena y Jader Tremendo".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Cartagena Federal explora en este episodio la relación estrecha que tenemos los cartageneros con el calor, el hielo, el tinto, Electricaribe, los bolis, los raspaos, y las historias que se desprenden de ese diálogo diario y silencioso entre nosotros, el sudor, y el fresco".
11. Criterio de selección del podcast	Premio Simón Bolívar 2019 por episodio "La masacre invisible" en categoría audio crónica, reconocimiento del jurado http://bit.ly/3XwZ47y
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia	Los cartageneros y el calor En este episodio en particular, distintos personajes populares y personas comunes y corrientes de Cartagena cuentan su relación con el calor cartagenero desde diferentes perspectivas: un helado, un ventilador, el hielo, el café tinto, etc.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia:	Estructura maestra paralela. Después de la introducción del podcast, en la voz de Pedro Espinosa, se presentan distintas micros

Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	entrevistas relacionadas con un subtema del calor cartagenero. Estas microhistorias se unen en torno a un mismo tema, como es el calor.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Ab ovo, por grandes actos, es decir, microhistorias, que se unen en un todo a través del tema Narrativo Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del pódcast), y algo de paisaje sonoro.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: (narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la	Un enfoque desde los entrevistados/as buscando rescatar la identidad popular de los cartageneros. El periodista / narrador, por lo general, no se entromete en el tema. Narrador heterodiegético

historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional, ya que se privilegia lo documental. La estética sonora está dada por los ambientes, la música empleada y la sonoridad propia de la crónica in situ.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciada
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Pausa a los 30 minutos aproximadamente, con mención a Cartagena Federal y pase a un “rap”, que se convirtió en el capítulo en la marca sonora.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Cartagena Federal y plataformas de pódcast https://cartagenafederal.com/podcasts/
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Plataformas disponibles: Spotify Cuentan en el sitio con carátula propia del episodio y te lleva a Spotify https://bit.ly/44d4OWY
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook https://es-es.facebook.com/ctgfederal/ e Instagram @ctgfederal
29. Otros contenidos u	No.

opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Cartagena Federal / Colombia
2. Nombre del episodio	El día en que llovieron peñones
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / Temporada 1
4. Año	2016 / diciembre
5. Duración	33' 59"
6. Productora	Cartagena Federal
7. Realizador/a	Sebastián Duque
8. Equipo:	Dirigido y producido por Pedro Espinosa y Sebastián Duque. Reporteros: Andrea Espinosa, Paula Cubillos y Óscar Alonso Nicolás Alba: supervisión musical Mezcla y diseño de sonido: Elkin Oliveros Otros colaboradores: Víctor Cartagena y Sargento Cabarcas
9. Descripción (Si es que la hay)	"Cuentos, personajes y costumbres de la Cartagena de los cartageneros. Un tema y varias historias por episodio. Casa de la radionovela 'Evaristo, me acordé que te quería' junto a Mildre Cartagena y Jader Tremendo".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Cartagena Federal recorre la delgada línea entre la ficción y la realidad a través de historias que se mueven en la desdibujada frontera entre lo que es y lo que no es. Una colección de peñones".
11. Criterio de selección del podcast	Premio Simón Bolívar 2019 por episodio "La masacre invisible" en categoría audio crónica, reconocimiento del jurado http://bit.ly/3XwZ47y
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y este episodio en particular	En este episodio en particular se habla sobre los peñones, o mentiras "populares" que se dan por verdad en Cartagena
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones:	Ocupa una estructura maestra paralela. Son varias microhistorias en las que se cuentan relatos de "peñones" de mentiras de "pueblo" que todos de alguna forma conocen y aceptan sabiendo que no es "verdad".

introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	El resumen de la historia es: Comienza sintonizando la radio hasta llegar a la noticia de que la policía había matado a tiros a un peligroso delincuente, el chino Alex, que a la vez era querido en la comunidad porque robaba y ayudaba a la comunidad. La gente lo resguardaba hasta el día que lo asesinaron. Muchos mitos en torno a él. Un peñón está en la boca de todos: cualquiera tiene una mentira para contar como si fuera cierta; solo falta un poco de imaginación para creerla, dice Pedro Espinosa. Otras historias, un contador de historias populares que se tomaba 16 canastas de cerveza; un hombre que gordo y cojo que sale a correr a las 3am; si follas un viernes santo te quedara con tu pareja; el agua de lluvia da gripa o un hombre que era fanático de Obama y que habría recibido una carta de él, etc.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extremis; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Ab ovo. Varias microhistorias con personajes, que se unen en un todo a través del tema, la relación entre la realidad y la fantasía. Narrativo Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), y varios ambientes por los testimonios sacados en la calle.

19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Un enfoque desde los entrevistados/as. El periodista / narrador por lo general no se entromete en el tema. Se busca rescatar y retratar la identidad popular de los cartageneros. Narrador heterodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional, ya que se privilegia lo documental. Descriptivos Licenciado. Función incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y	Disponible en el sitio de Cartagena Federal y spotify

transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	https://cartagenafederal.com/podcasts/
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	En Spotify https://bit.ly/46ZfKdp Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia del episodio
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook https://es-es.facebook.com/ctgfederal/ e Instagram @ctgfederal y twitter @CTGFederal
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	No hay

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Cartagena Federal / Colombia
2. Nombre del episodio	El agua que nos rodea
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / segunda temporada
4. Año	2017 / julio
5. Duración	24'37"
6. Productora	Cartagena Federal
7. Productor/a (es)	Pedro Espinosa
8. Equipo:	Dirigido y producido por Pedro Espinosa y Sebastián Duque. Mezcla y diseño de sonido: Elkin Oliveros
9. Descripción (Si es que la hay)	"Cuentos, personajes y costumbres de la Cartagena de los cartageneros. Un tema y varias historias por episodio. Casa de la radionovela 'Evaristo, me acordé que te quería' junto a Mildre Cartagena y Jader Tremendo".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Tres historias de una ciudad cuya relación con el agua es inquebrantable desde hace más de 500 años. Lluvia, piscinas, caños, mar, y mucho más".
11. Criterio de selección del pódcast	Premio Simón Bolívar 2019 por episodio "La masacre invisible" en categoría audio crónica, reconocimiento del jurado http://bit.ly/3XwZ47y
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y este episodio en particular	Personajes personas comunes y corrientes de Cartagena y su relación con el agua. En este episodio, tres microhistorias de los pandilleros de Cartagena que aprovechan la lluvia a cántaros para salir a robar o delinquir sin la presencia policial; un niño fanático del agua que quiere ser nadador cuando grande; y un niño cartagenero que no conoce el mar.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones:	Estructura maestra paralela, de una introducción y después las tres microhistorias que se desarrollan por escenas con cada uno de los personajes, unidos todos en torno a un mismo tema.

introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Introducción del tema, del agua, que se da más fuerte en la zona de San Francisco, en Cartagena. Esto da pie a la primera microhistoria de un pandillero, ya que se presume que cuando llueve a cántaros la policía no sale, pero sí los pandilleros, como Jairo. Después inmediatamente la historia de Miguel, un niño nadador que quiere ser nadador profesional. Y finalmente la historia de Keiner, un niño de 8 años, que vive en una zona interior de Cartagena y no conoce el mar...pero irá a descubrirlo.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo, por actos, que se unen en un todo a través del tema Narrativo Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del pódcast), y paisaje sonoro.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y	Un enfoque desde los entrevistados/as. El periodista narrador, en general, toma distancia o no se entromete en la escena. Tema que busca rescatar la identidad popular de los cartageneros. Narrador heterodiegético

narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional, ya que se privilegia lo documental
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciado.
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Cartagena Federal y plataformas de podcasts https://cartagenafederal.com/podcasts/ Plataformas disponibles: Spotify https://bit.ly/3E5qhXe
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia del episodio

28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook https://es-es.facebook.com/ctgfederal/ e Instagram @ctgfederal
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	No hay.

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Cartagena Federal / Colombia
2. Nombre del episodio	La masacre invisible
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / 3era Temporada
4. Año	2018 / diciembre
5. Duración	35' 53"
6. Productora	Cartagena Federal
7. Realizador/a	Sebastián Duque
8. Equipo:	Producido por Irina Junieles, Carolina Gutiérrez, Angélica Cuevas, Pedro Espinosa y Sebastián Duque. Mezcla y diseño de sonido: Elkin Oliveros Juancho Nieves y la tribu Baraji por la canción "No me llores muerto" La asociación de las víctimas de las brisas
9. Descripción (Si es que la hay)	"Cuentos, personajes y costumbres de la Cartagena de los cartageneros. Un tema y varias historias por episodio. Casa de la radionovela 'Evaristo, me acordé que te quería' junto a Mildre Cartagena y Jader Tremendo".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Quince hombres fueron asesinados en dos días de agosto de 2002 en las fincas Los Guáimaras y El Tapón, en Montes de María (Bolívar). En un ejercicio de memoria, Relatos Anfibios viaja a San Juan Nepomuceno y reconstruye la historia de esta masacre olvidada por quienes se encargan de contar la historia reciente del país. Las causas y sus autores materiales no han sido determinados. En este episodio, los familiares de las víctimas relatan lo que saben que pasó, se preguntan por lo que no saben, y claman justicia a través del esclarecimiento de la verdad".
11. Criterio de selección del podcast	Premio Simón Bolívar 2019 por episodio "La masacre invisible" en categoría audio crónica, reconocimiento del jurado http://bit.ly/3XwZ47y Este episodio fue realizado entre Dejusticia, Cartagena Federal y Relatos Anfibios.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y este episodio en particular	La matanza de 15 hombres en las fincas Los Guáimaras y El Tapón, en Montes de María, departamento de Bolívar, Colombia en 2002.

13. Historias personales, historias históricas	En este episodio en particular, a través de las entrevistas a familiares de los campesinos asesinados, se reconstruye la historia de esta matanza desconocida dentro de la historia de la guerra en Colombia. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Utiliza la estructura maestra de replay. Se introduce la historia desde el presente: 16 años después de ocurrida la matanza se busca saber qué pasó. Con varios micro paisajes sonoros del pueblo san Juan, en el caribe, comienza a reconstruirse esta historia de muerte, cuando el conflicto armado estaba muy fuerte en Colombia en 2002. En resumen, la historia es contada así: Se cuenta esta historia, primero de 8 muertos. Gracias a un sobreviviente, de chapa “Ignacio”, logran otras personas y familiares ir en búsqueda de los cuerpos. Sin embargo, esos hombres que van a buscar los cuerpos no vuelven. Consecutivamente con los testimonios de sus familiares Yamita (su padre muerto), José (hermano y padre muertos), Yusleidy (su padre), Elizabeth (esposo y su hijo muerto) se cuenta la historia, quienes después de cinco días sin saber nada de sus familiares se enteran de esta noticia y años después intentan reconstruirla. El Frente 37 de las FARC habría sido quienes los asesinaron, pero otros testimonios dicen, en 2018, que otros grupos militares estuvieron implicados. Desde el 20’, la historia toma un vuelco en relación con la memoria: la importancia de contar y de que esto no se olvide. Un momento crucial hacia el final del relato es la crónica en el cementerio, donde se reconstruye con José, el día en que recibieron los cuerpos putrefactos y los van a dejar a la bóveda familiar.

15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Crónica, entrevistas y paisajes sonoros Narrador (el entrevistador es el narrador del pódcast), recreación.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Un enfoque, principalmente, desde los entrevistados/as. Aunque el narrador/entrevistador, Sebastián Duque, desde el minuto 20 toma posición: dice que es importante que esta historia desconocida en la historia oficial de la guerra se conozca y no se olvide. Van en la búsqueda de los familiares para saber la “verdad” y “contar, aunque duela para que no se repita”. Destaca “El valor de contar la historia” y de estos familiares quienes se reunieron hace tres años para reconstruir la historia y conocer la verdad, sin huecos. Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis

21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos La estética sonora está dada por los ambientes, micro paisajes sonoro y el diseño musical, que es muy importante para marcar los momentos fuertes de esta historia. Propio.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función diegética e incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Cartagena Federal y plataformas de pódcast https://cartagenafederal.com/podcasts/ Plataformas disponibles: Spotify http://bit.ly/3JpMlzP
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia del episodio
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook https://es-es.facebook.com/ctgffederal/ e Instagram @ctgffederal y twitter @CTGFederal
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos,	No

audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	De justicia y Cartagena Federal presentando este episodio especial de Relatos Anfibios.

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Cartagena Federal / Colombia
2. Nombre del episodio	Eterna flojera
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / 4ta temporada 2021
4. Año	2021 / junio
5. Duración	25' 34"
6. Productora	Cartagena Federal
7. Realizador/a	Sebastián Duque
8. Equipo:	Dirigido y producido por Pedro Espinosa y Sebastián Duque. Este episodio producido por Sebastián Duque Mezcla y diseño de sonido: Elkin Oliveros
9. Descripción (Si es que la hay)	"Cuentos, personajes y costumbres de la Cartagena de los cartageneros. Un tema y varias historias por episodio. Casa de la radionovela 'Evaristo, me acordé que te quería' junto a Mildre Cartagena y Jader Tremendo".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"En este episodio Cartagena Federal explora la idea de la flojera, de ese estereotipo difícil del ritmo de vida supuestamente más lento en el Caribe, de esa actitud digamos que más... contemplativa frente a la vida"
11. Criterio de selección del podcast	Premio Simón Bolívar 2019 por episodio "La masacre invisible" en categoría audio crónica, reconocimiento del jurado http://bit.ly/3XwZ47y
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y este episodio en particular	Se habla del ritmo de vida, la productividad y ocio en el Caribe En este episodio en particular, personajes populares que arriendan tumbonas y parasoles en la playa (carperos). Uno de los productores de Cartagena y un especialista en economía responden: ¿son flojos los cartageneros?
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia:	Estructura maestra paralela, que comienza en la introducción con carperos en la playa de Boca Grande, y después el desarrollo de tres microhistorias, a través de escenas, unidas por el mismo tema central:

-Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Felipe Merlano especialista en intersección entre economía y cultura. Pedro Espinosa productor de Cartagena cuenta su experiencia de hacerse exámenes para un nuevo trabajo y esperar horas, al ritmo cartagenero. Y carperos frente al hotel Caribe, quienes cuentan de su vida y su rutina con los turistas y bañistas.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res, por actos. Estos corresponden a tres microhistorias desarrolladas en tres largas escenas con los personajes de cada una de esas historias, que se unen en un todo a través del tema. Narrativo Crónica y entrevista Narrador (el periodista es el narrador del pódcast), y ambientes de la playa
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast y el compromiso que toma el autor/creador 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador	Un enfoque desde los entrevistados/as. El periodista / narrador por lo general no se entromete en el tema. Se busca rescatar y retratar la identidad popular de los cartageneros. Narrador autodiegético

heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional, ya que se privilegia lo documental. La estética sonora está dada por los ambientes, la música empleada y la sonoridad propia de la crónica in situ.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Mención a otro podcast de Cartagena Federal
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Cartagena Federal y plataformas de podcasts https://cartagenafederal.com/podcasts/ Plataformas disponibles: Spotify https://bit.ly/3qFNpIF
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto,	Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia del episodio

audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook https://es-es.facebook.com/ctgfederal/ e Instagram @ctgfederal y twitter @CTGFederal
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	A poco más de la mitad del pódcast se hace una pausa mencionando el twitter y promocionando el pódcast Palito de Caucho, de Cartagena Federal, que a esta altura es una productora de pódcast, aunque no es un recurso de monetización.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Un periódico de ayer / Colombia
2. Nombre del episodio	Secuelas de Corea
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / primera temporada
4. Año	2020 / junio
5. Duración	29'57"
6. Productora	La No ficción
7. Productores/as	Miguel Reyes y Juan Serrano
8. Equipo:	Ilustración: Juliana Cuervo Mezcla y diseño de sonido: Daniel Díaz
9. Descripción (Si es que la hay)	“El ciclo de vida de una noticia dura poco. Los titulares más escandalosos tarde o temprano quedan en el olvido. Pero sus consecuencias personales pueden seguir vigentes durante un largo tiempo. En este podcast nos devolvemos a grandes hechos del pasado para descubrir qué ocurrió en las vidas de los involucrados cuando ya se habían ido las cámaras y los reporteros”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Pedro Hernando Vergara se fue a la Guerra de Corea en 1952, cuando tenía 19 años. Ni siquiera sabía dónde quedaba ese país. Fue una aventura en la que vio a amigos morir, tuvo amores fugaces y le dejó heridas que aún hoy, a los 87 años, no terminan de cicatrizar. Esta es la historia de un conflicto en el que Colombia se metió por razones que todavía son un misterio y de las huellas que dejó en uno de sus sobrevivientes. Un Periódico de Ayer es una producción de La No Ficción. Esta primera temporada fue posible gracias al apoyo de PRX y el Google Podcasts creator program”.
11. Criterio de selección del pódcast	Premio Simón Bolívar por episodio "libres en la clandestinidad", 2022. http://bit.ly/3CNQmJX en categoría audio crónica. El periódico de ayer en el Ranking spotify N° 63, a diciembre de 2022. Spotify da el ranking por país de los 200 pódcast más escuchados semanalmente. Recomendado el episodio La guerra de los Breton en eldiario.es de España

	https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-guerra-breton-periodico-ayer_132_9216132.html
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular. 13. Historias personales, historias históricas	En este episodio se cuenta la historia de cómo un grupo de colombianos se fue a la guerra para pelear en favor de EEUU. Esta es la historia de Pedro Hernando. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Introducción, nudo y desenlace de la estructura aristotélica, siguiendo una estructura que comienza por el final para ir después de la presentación al inicio, con la historia de Pedro Hernando. El resumen de la historia es: Comienza con mensajes de soldados del batallón Colombia, de 1951 a 1953. Se explica el conflicto y el lugar de Colombia. Con el llamado de Estados Unidos, unos 16 países se sumaron y Colombia fue el único latinoamericano. Hernando, de 84 años, cuenta su experiencia y qué secuelas deja todo esto y se explican las razones que tuvo Colombia para meterse a esta guerra, en un contexto de guerra interna entre liberales y conservadores en Colombia. 4 mil soldados fueron enviados de un total de 22 mil que estaban en el país. Pedro, después de volver de la guerra, recuperó su vida, se casó, se separó, se casó nuevamente y tuvo 8 hijos en total. Trabaja en la Asociación de veteranos de la guerra de corea. Termina con la canción de los panchos y cifras que entrega Juan Serrano: 141 soldados muertos, 556 heridos y 60 desaparecidos. Créditos y dan RRSS de La No Ficción.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in	In extrema res (Comienza con la guerra y va al inicio de la historia con Pedro Hernando)

extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), archivos de audio de la época, tanto colombianos como norteamericanos
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Un enfoque desde la “verdad” del entrevistado. Las periodistas/narradoras toman distancia / informan. Tema que busca develar algo oculto. Narrador heterodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño	Muy Buena calidad sonora de todos los audios. Muy sonoro este episodio, con efectos, música, archivos, etc. Descriptivos y narrativos Tiene diseño musical propio, muy fino, con música, efectos y archivos de audio.

musical propio y/o licenciado, no tiene)	
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Usa una mención dentro del podcast
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de la No ficción y plataformas de podcasts https://www.lanoficcion.com/podcast/un-periodico-de-ayer/episode/secuelas-de-corea Plataformas disponibles: Apple, spreaker, Spotify, ivoox, amazon. En spotify aquí https://bit.ly/3QcFH38
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, cuentan en el sitio con carátula propia del episodio, reproductor en línea y posibilidad de que el auditor valore el episodio, respondiendo a la pregunta "Qué te pareció?": puede responder entre "De mis favoritos", "estuvo bueno" y "no lo terminé".
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook, whatsapp y twitter. http://instagram.com/lanoficcion http://twitter.com/lanoficcion https://www.youtube.com/@lanoficcionpodcast106 https://www.linkedin.com/in/lanoficcion/
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Un periódico de ayer / Colombia
2. Nombre del episodio	Las Gaitán
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	11 / primera temporada
4. Año	2020 / agosto
5. Duración	59'18"
6. Productora	La No ficción
7. Realizadores	Juan Serrano y Álvaro Guerrero
8. Equipo:	Edición de texto: Miguel Reyes Mezcla y diseño de sonido: Daniel Díaz Producción: Juan Serrano y Álvaro Guerrero Ilustración: Juliana Cuervo
9. Descripción (Si es que la hay)	"El ciclo de vida de una noticia dura poco. Los titulares más escandalosos tarde o temprano quedan en el olvido. Pero sus consecuencias personales pueden seguir vigentes durante un largo tiempo. En este podcast nos devolvemos a grandes hechos del pasado para descubrir qué ocurrió en las vidas de los involucrados cuando ya se habían ido las cámaras y los reporteros".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Gloria, la hija de Jorge Eliecer Gaitán, tenía 10 años cuando asesinaron a su papá, en abril de 1948. Ella y sus hijas han dedicado la mayor parte de sus vidas a preservar el legado del caudillo. Esta es la historia del peso que han cargado sus herederas por mantener viva la memoria del líder político que partió en dos la historia de Colombia" "Un Periódico de Ayer es una producción de La No Ficción. Esta primera temporada fue posible gracias al apoyo de PRX y el Google Podcasts creator program".
11. Criterio de selección del podcast	Premio Simón Bolívar por episodio "libres en la clandestinidad", 2022. http://bit.ly/3CNQmJX en categoría audio crónica. El periódico de ayer en el Ranking spotify Nº 63, a diciembre de 2022. Spotify da el ranking por país de los 200 podcast más escuchados semanalmente. Recomendado el episodio La guerra de los Breton en eldiario.es de España

	https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-guerra-breton-periodico-ayer_132_9216132.html
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular	La historia, muerte y legado de Jorge Eliecer Gaitán, líder de la historia colombiana, asesinado en 1948. En particular, a través de la historia de vida de la hija, y de la nieta en segundo lugar, recrean la historia política y familiar de Jorge Eliecer Gaitán, y la lucha que hacen estas mujeres por mantener sus recuerdos y herencia en la casa museo, que fue creada para mantener el legado de este eximio político colombiano.
13. Historias personales, historias históricas)	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Introducción, nudo y desenlace siguiendo la estructura clásica aristotélica. Guarda una estructura de contar por lo más actual, para ir hacia el pasado y desde allí desarrollar la historia. El resumen de la historia es: Después de la introducción del pódcast, en la que presentan la historia en 5' con narración, entrevistas y archivos, se cuenta la historia desde el nacimiento de la hija, Gloria. Ella contará de su lucha por no olvidar el legado de Gaitán y de la disputa que hay por la casa museo de este líder colombiano de mitad de siglo pasado.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back)	In extrema res
16. Géneros (true crime, narrativo documental)	Narrativo
17. subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro,	Crónica y entrevista a Gloria (hija de Gaitán, quien tenía 10 años cuando murió su padre) y su hija María Valencia Gaitán, nieta de Gaitán, más archivos sonoros (entrevistas, archivos de radio, etc.)

documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	
18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrador (el periodista Juan Serrano) e historia de vida de Gloria (característica central del podcast utilizando la historia de vida para desarrollar la entrevista como género), etc.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	Un enfoque desde la “verdad” de las entrevistadas. El narrador toma distancia. Tema que busca develar algo oculto.
20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional como fue el caso del audio de la entrevista a la nieta.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio,
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Música incidental.
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis

25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Una mención
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de la No ficción y plataformas de podcasts https://www.lanoficcion.com/podcast/un-periodico-de-ayer/episode/las-gaitan Plataformas disponibles: Apple, spreaker, Spotify, ivoox, amazon. En spotify aquí https://bit.ly/3QI6wMU
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, cuentan en el sitio con carátula propia del episodio, reproductor en línea y posibilidad de que el auditor valore el episodio, respondiendo a la pregunta “Qué te pareció?”: puede responder entre “De mis favoritos”, “estuvo bueno” y “no lo terminé”.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook, whatsapp y twitter. http://instagram.com/lanoficcion http://twitter.com/lanoficcion https://www.youtube.com/@lanoficcionpodcast106 https://www.linkedin.com/in/lanoficcion/
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	“Notas: El audio del médico que atendió a Jorge Eliecer Gaitán fue tomado del programa Los informantes de Caracol TV. Algunos audios de Gloria Gaitán fueron sacados de un foro virtual titulado Mujeres que transforman.

	Los audios de Jorge Eliecer Gaitán y el 9 de abril fueron tomados del archivo digital de Señal Memoria. Lecturas clave para armar este episodio: El bogotazo: memorias del olvido de Arturo Alape; Mataron a Gaitán de Herbert Braun; Bolívar tuvo un caballo blanco, mi papá un Buick de Gloria Gaitán”, informa El periódico de Ayer, de La No ficción. Pausa a los 30’: Promoción de Un Periódico de Ayer invitando a sumarse a la campaña mil cómplices para formar parte de la membresía del pódcast y así poder hacer una nueva temporada.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Un periódico de ayer / Colombia
2. Nombre del episodio	La guerra de los Breton
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	17 / segunda temporada
4. Año	2022 / junio de 2022
5. Duración	39'46''
6. Productora	La No ficción
7. Productores/as	Juan Serrano y Tatiana Lozano
8. Equipo:	Edición: Juan Serrano Mezcla y diseño de sonido: Valentina Fonseca y Daniel Díaz Carátula: Angélica Duque
9. Descripción (Si es que la hay)	“El ciclo de vida de una noticia dura poco. Los titulares más escandalosos tarde o temprano quedan en el olvido. Pero sus consecuencias personales pueden seguir vigentes durante un largo tiempo. En este podcast nos devolvemos a grandes hechos del pasado para descubrir qué ocurrió en las vidas de los involucrados cuando ya se habían ido las cámaras y los reporteros”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Joaquín Bretón estuvo obsesionado con la Segunda Guerra Mundial desde que era adolescente, pero nunca pudo encontrarle una explicación a su particular fascinación. Un hallazgo que haría más adelante le revelaría una conexión inesperada con aquel periodo histórico”.
11. Criterio de selección del pódcast	Premio Simón Bolívar por episodio "libres en la clandestinidad", 2022. http://bit.ly/3CNQmJX en categoría audio crónica. El periódico de ayer en el Ranking spotify Nº 63, a diciembre de 2022. Spotify da el ranking por país de los 200 pódcast más escuchados semanalmente. Recomendado el episodio La guerra de los Breton en eldiario.es de España https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-guerra-breton-periodico-ayer_132_9216132.html

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de jóvenes colombianos peleando en la resistencia francesa contra Hitler, en la Segunda Guerra Mundial En este episodio se cuenta la historia de Joaquín Breton, quien apasionado por ese conflicto bélico descubre que tuvo un medio hermano que peleó en la legión extranjera de la resistencia francesa contra los alemanes. Una predestinación, según la califica, que lo conecta con esta parte de la historia universal. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Introducción, nudo y desenlace, siguiendo la estructura clásica aristotélica. Sigue estructura lineal de principio a final, en un largo racconto que hacen con el personaje central. El resumen de la historia es: La introducción, antes de dar el paso a la presentación, se centra en el llamado a la resistencia de parte de Francia y cómo un grupo de colombianos decide alistarse. Comienza con un discurso Charles De Gaulle durante la Segunda Guerra Mundial y el llamamiento a la resistencia para luchar contra las tropas nazi. Pese a que, en Colombia, el presidente Eduardo Santos corta relaciones con el eje, se alinea con EEUU. Cincuenta jóvenes se enrolarán en las fuerzas libres de Francia. Uno de ellos será Luis Eduardo Breton, joven de 20 años, y hermano del protagonista de esta historia, quien, a la fecha de este pódcast, tiene casi 76 años. Después de la presentación, sobre la base de una entrevista en profundidad se cuenta la historia de Joaquín, quien se hace especialista en la Segunda Guerra Mundial, pese a no haber nacido en ese tiempo.

	La historia da un vuelco inesperado, ya que Joaquín encuentra una cajita en la habitación donde se guardaban cosas de su padre. Se entera así de que tuvo un medio hermano que fue a la guerra y murió. Luis Enrique Breton quería ser militar pero fue declarado inhábil en Colombia por problemas en sus hombros. Se enrola en las fuerzas libres de Francia siendo parte de la legión extranjera, en la brigada 13 a cargo del general Le Clerc. Peleó en África y Medio Oriente, en 1942, y recibió la condecoración de medalla colonial y pasó a caporal (cabo). A fines de 1944, fue parte de la lucha de los aliados contra los alemanes en las montañas francesas y en enero de 1945 habría muerto. El Serrano, su amigo legionario, sobrevivió a la batalla y regresó a Colombia y publicó sus memorias de guerra, donde habla de Luis Enrique como un “gallardo”. Pedro, su padre, se enteró en junio de 1945, por un aviso de desaparición del gobierno provisional de Francia en Colombia. En 1954 le entregaron la caja de Luis Enrique, que después, a mediados de los 70, la encontró Joaquín. Joaquín hasta escribe una novela, que no le gustó y no la publicó, que quizás algún día sus hijos puedan editar.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	Ab ovo, con uso de racconto. Narrativo Entrevista y ficción

18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Narradores (los periodistas son los narradores del pódcast), recreación de dos cartas escritas en aquella época e historia de vida (característica central del podcast utilizando la historia de vida para desarrollar la entrevista como género), etc.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Un enfoque desde la “verdad” del entrevistado. Las periodistas/narradoras toman distancia. Tema que busca contar esta historia sorprendente del protagonista y su hermano que fue a la guerra. Narrador heterodiegético.
Estética sonora	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Muy buena calidad sonora de todos los audios/Sonidos, que incluye algunos ambientes sonoros de mar, y marcha y también dos recreaciones de autores de dos cartas escritas Descriptivos y narrativos Tiene diseño musical propio Diegética e Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o	Dos menciones promocionales

publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de la No ficción y plataformas de podcast. https://www.lanoficcion.com/podcast/un-periodico-de-ayer/episode/la-guerra-de-los-breton Plataformas disponibles: Apple, spreker, Spotify, ivoox, amazon. En spotify aquí https://bit.ly/3KNIIJ8
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, cuentan en el sitio con carátula propia del episodio, reproductor en línea y posibilidad que el auditor valore, respondiendo a la pregunta “Qué te pareció?”: De mis favoritos, estuvo bueno y no lo terminé.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook, whatsapp y twitter. http://instagram.com/lanoficcion http://twitter.com/lanoficcion https://www.youtube.com/@lanoficcionpodcast106 https://www.linkedin.com/in/lanoficcion/
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Dos menciones promocionales que no significan monetización. En la primera promocionan la temporada de Un periódico de ayer y llaman a los auditores a apoyar la financiación haciéndose parte de la “comunidad de cómplices”. El podcast finaliza con el llamado a los auditores a sumarse a su comunidad y a escuchar el próximo episodio en 15 días más.

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Un periódico de ayer / Colombia
2. Nombre del episodio	Los Vikingos de Arauca
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	19 / segunda temporada
4. Año	2022 / 27 de julio
5. Duración	36'55''
6. Productora	La No ficción
7. Productores/as	Tatiana Duque y Ana León
8. Equipo:	Producción: Fernando Cruz Guion: Tatiana Duque y Ana León Edición: Tatiana Lozano y Juan Serrano Mezcla y diseño de sonido: Valentina Fonseca y Daniel Díaz Carátula: Angélica Duque
9. Descripción (Si es que la hay)	“El ciclo de vida de una noticia dura poco. Los titulares más escandalosos tarde o temprano quedan en el olvido. Pero sus consecuencias personales pueden seguir vigentes durante un largo tiempo. En este podcast nos devolvemos a grandes hechos del pasado para descubrir qué ocurrió en las vidas de los involucrados cuando ya se habían ido las cámaras y los reporteros”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“El departamento de Arauca es uno de los lugares de Colombia en donde el ELN ha consolidado mayor nivel de influencia. Además de controlar extensas porciones del departamento, la guerrilla ha creado una alianza con la clase política para financiar su máquina de guerra mediante el desvío de recursos públicos. En este episodio viajamos al pasado para explorar los orígenes de esa simbiosis entre contratistas, guerrilleros y políticos. Al mismo tiempo, descubriremos la historia de un hombre que ha sufrido esa realidad en carne propia. Este es un episodio coproducido entre La No Ficción y La Silla Vacía para Un Periódico de Ayer de la No Ficción y On the Record de La Silla”
11. Criterio de selección del podcast	Premio Simón Bolívar por episodio "libres en la clandestinidad", 2022. http://bit.ly/3CNQmJX en categoría audio crónica.

	El periódico de ayer en el Ranking spotify Nº 63, a diciembre de 2022. Spotify da el ranking por país de los 200 pódcast más escuchados semanalmente. Recomendado el episodio La guerra de los Breton en eldiario.es de España https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-guerra-breton-periodico-ayer_132_9216132.html
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular	Los Vikingos son un mensaje, en lenguaje militar, que envía la guerrilla a los políticos en puestos de poder, para solicitar o exigir tal o cual cosa, dinero, o acción, en este caso en el departamento de Arauca, oriente petrolero colombiano. En este episodio se cuenta la historia de la corrupción entre el Ejército de Liberación Nacional, a través del Frente Domingo Laín, y cuatro gobernadores del departamento de Arauca. Estos aún están o han enfrentado procesos judiciales por sus nexos con la guerrilla.
13. historias personales, historias históricas)	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Introducción, nudo y desenlace, siguiendo una estructura lineal aristotélica de principio a final El resumen de la historia es: Después de la introducción del pódcast, en el cual presentan la historia, hecha por Juan Serrano y Tatiana Duque, comienza la entrevista a Jorge Gómez. Sobre la base de una entrevista en profundidad cuenta la historia de la izquierda colombiana y los nexos entre la política y la guerrilla del ELN en esta zona petrolera colombiana.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in	Ab ovo

extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Entrevista Narradoras (las periodistas reporteras son las narradoras del pódcast) y uso de la historia de vida (característica central del pódcast que utiliza esta herramienta, para desarrollar la entrevista como género), etc.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Un enfoque desde la “verdad” del entrevistado. Las periodistas/narradoras toman distancia / informan Tema que busca develar algo oculto. Narrador heterodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño	Buena calidad sonora de todos los audios/Sonidos, aunque no excepcional el audio del entrevistado Tiene diseño musical propio, aunque austero y utilizado muy puntualmente en el pódcast. Descriptivos Propio

musical propio y/o licenciado, no tiene)	
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Usa dos menciones promocionales de La Silla Vacía y de un podcast mexicano, pero no significan comercialización, sino más bien canje o promoción de podcast “amigos”.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Disponible en el sitio de la No ficción y plataformas de podcast https://www.lanoficcion.com/podcast/un-periodico-de-ayer/episode/eln-los-vikingos-de-arauca Plataformas disponibles: Apple, spreaker, Spotify, ivoox, amazon. En spotify aquí https://bit.ly/3P4u3Gr
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, cuentan en el sitio con carátula propia del episodio, reproductor en línea y posibilidad de que el auditor valore el episodio, respondiendo a la pregunta “Qué te pareció?”: puede responder entre “De mis favoritos”, “estuvo bueno” y “no lo terminé”.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook, whatsapp y twitter. http://instagram.com/lanoficcion http://twitter.com/lanoficcion https://www.youtube.com/@lanoficcionpodcast106 https://www.linkedin.com/in/lanoficcion/
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Coproducción de La No Ficción y La Silla Vacía.

	Promoción/recomendación de un pódcast mexicano Crimen Remix, de Esto no es radio. Promoción de La silla vacía al minuto 12' aprox., para sumarse a los súper amigos de La Silla.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Un periódico de ayer / Colombia
2. Nombre del episodio	El rastro del amor en la montaña
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	20 / segunda temporada
4. Año	2022 / 19 de agosto
5. Duración	54' 56''
6. Productora	La No ficción
7. Productores/as	Tatiana Lozano y Tomás Uprimny.
8. Equipo:	No salen los créditos de este episodio ni en la web ni en Spotify.
9. Descripción (Si es que la hay)	“El ciclo de vida de una noticia dura poco. Los titulares más escandalosos tarde o temprano quedan en el olvido. Pero sus consecuencias personales pueden seguir vigentes durante un largo tiempo. En este podcast nos devolvemos a grandes hechos del pasado para descubrir qué ocurrió en las vidas de los involucrados cuando ya se habían ido las cámaras y los reporteros”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“En abril del 2000, Gerardo Angulo y Carmenza Castañeda fueron secuestrados por la guerrilla de las Farc. Sus hijos, desde entonces, los han buscado en páramos, selvas, llanuras, sierras, bosques, pueblos y ciudades, y han hablado con policías, militares, funcionarios, comandantes guerrilleros y ex guerrilleros. A partir del testimonio de dos de los hijos, este episodio narra las piruetas que han hecho para encontrar a sus padres, así como las sorpresas que han encontrado en el camino”.
11. Criterio de selección del pódcast	Premio Simón Bolívar por episodio "libres en la clandestinidad", 2022. http://bit.ly/3CNQmJX en categoría audio crónica. El periódico de ayer en el Ranking spotify N° 63, a diciembre de 2022. Spotify da el ranking por país de los 200 pódcast más escuchados semanalmente. Recomendado el episodio La guerra de los Breton en eldiario.es de España https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-guerra-breton-periodico-ayer_132_9216132.html

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular	Los desaparecidos en Colombia a causa del conflicto armado son una cruda realidad que deben enfrentar miles de colombianos. En este episodio se cuenta la historia de cinco hijos que buscan a sus padres que fueron secuestrados por la guerrilla a inicios de los años 2000. En ese camino, que hoy continúa, se han encontrado con más de una sorpresa.
13. historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Introducción, nudo y desenlace, siguiendo una estructura lineal aristotélica de principio a fin. El resumen de la historia es: Comienza con transmisiones de radio en las noches de los años '90, sobre la búsqueda de desaparecidos, a través de testimonios, llamadas y canciones. En abril de 2000, los cinco hijos y también nietos ocuparon estos programas de radio para enviarles mensajes a Gerardo Angulo y Carmenza Castañeda, que habían sido secuestrados por un comando de las FARC Ellos escucharon sus mensajes, sin embargo, no los escucharon todos, porque sus captores los asesinaron A los 8 minutos presentación del pódcast. Comienza con los inicios del matrimonio hasta formar la familia con cinco hijos. Donde compraron casa, en La calera, comenzaron a ocurrir secuestros extorsivos de parte de las FARC, para financiar la guerrilla. Sin embargo, en muchos casos no hicieron las averiguaciones financieras de las familias para asegurarse de que podían pagar el rescate Este fue el caso de Gerardo y Carmenza, quienes en Semana Santa del 2000 fueron secuestrados. Para decorar la estación en su casa. De regreso de Bogotá, donde habían ido a comprar cosas para armar la

	tercera estación del vía crucis que pasaría por su casa, fueron secuestrados. El lunes de Pascua hicieron la denuncia y los hijos empezaron a juntar el dinero cuando los llamasen los captores. Mientras, las hijas empezaron a hablar por las radios del país. Cada 8 o 15 días llamaban los guerrilleros. Redujeron el rescate de medio millón de dólares a la mitad. Pero aún era impagable para ellos. Después dejaron de llamar los guerrilleros. Incluso pagaron 30 mil dólares por la prueba de que estaban vivos, sin embargo, nunca llegó esa prueba de los guerrilleros. Diario de un secuestro en libertad fue un diario que escribió Héctor, hijo del matrimonio, quien se libró de ser secuestrado ese día. Eso lo marcó hasta el día de hoy. San Juanito, un pueblito oriental de Los Andes, a 6 horas de La Calera, sería el sitio donde estarían los cuerpos después de varias informaciones que lograron conseguir. Desde esa época, han intentado reconstruir la historia de ese día de semana santa. Fueron a San Juanito para seguir el camino que habrían hecho sus padres. Un camino muy difícil. Por distintos caminos del monte los llevaban en cautiverio. Pausa. Mención a “Leyes y leyendas” de Víctor Cabezas, de editorial Planeta, cuyo libro se puede comprar en el link de este episodio. Comienza a mitad de la década del 2010, las tratativas de acuerdos de paz. En ese marco, la fiscalía va a san Juanito con la familia para continuar la búsqueda, pero no hubo resultados. Un desmovilizado, Pata de palo, confesó que él había movido los cuerpos. No pudo señalar dónde los había movido, pero sí se pudo delimitar el terreno. Gracias a la corporación llamada Reencuentros, que ayuda a la búsqueda de desaparecidos con testimonios de desarmados, y los documentos que

	tenía la familia, entregaron los antecedentes a la unidad especializada de la fiscalía, la que autorizó la búsqueda. En la tarde del 20 de octubre de 2021 encontraron el cuerpo de la madre, pero no el del padre. No pudieron hacer el duelo hasta el día de hoy y lo siguen buscando. Pusieron en el sitio una gruta con la virgen. Mientras, 7 líderes de este comando de secuestros de las FARC fueron condenados por más de 20 mil secuestros extorsivos. Dentro de ellos estaría el secuestro de los padres de Héctor y Helmut, quien fueron los dos testimonios entrevistados para reconstruir esta historia. Uno de los líderes pidió perdón público a la familia. El 24 de julio de 2022 despidieron a Carmenza y le dieron cristiana sepultura. Termina el episodio con la canción que Gerardo le cantaba a Carmenza, mientras los hijos seguirán buscándolo.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In media res Narrativo Entrevista Narradora (las periodistas reporteras son las narradoras del pódcast) y archivos de audio de WhatsApp y del juicio contra los líderes de las FARC.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast	Un enfoque desde la “verdad” del entrevistado. La narradora toma distancia

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narradora heterodiegética.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora de todos los audios, a excepción de los audios de móvil y del juicio.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Función incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Usa un mid-roll del libro de Cabezas, de editorial Planeta.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Disponible en el sitio de la No ficción y plataformas de pódcast https://www.lanoficcion.com/upda/episode/416414c2/el-rastro-del-amor-en-la-montana Plataformas disponibles: Apple, spreaker, Spotify, ivoox, amazon. En spotify aquí https://bit.ly/3GW6fQf

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, cuentan en el sitio con carátula propia del episodio, reproductor en línea y posibilidad de que el auditor valore el episodio, respondiendo a la pregunta “Qué te pareció?”: puede responder entre “De mis favoritos”, “estuvo bueno” y “no lo terminé”.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Se puede compartir en Facebook, whatsapp y twitter. http://instagram.com/lanoficcion http://twitter.com/lanoficcion https://www.youtube.com/@lanoficcionpodcast106 https://www.linkedin.com/in/lanoficcion/
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Spotify da la posibilidad de leer el episodio transcrito aun cuando es una función automática que ahora da la plataforma.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Un periódico de ayer / Colombia
2. Nombre del episodio	Libres en la clandestinidad
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	21 / segunda temporada
4. Año	2022 / 15 de diciembre de 2022
5. Duración	44'27"
6. Productora	La No ficción
7. Productores/as	Tatiana Lozano y Margarita Restrepo
8. Equipo:	Edición: Juan Serrano Mezcla y diseño de sonido: Daniel Díaz y Valentina Fonseca Carátula: Angélica Duque
9. Descripción (Si es que la hay)	"El ciclo de vida de una noticia dura poco. Los titulares más escandalosos tarde o temprano quedan en el olvido. Pero sus consecuencias personales pueden seguir vigentes durante un largo tiempo. En este podcast nos devolvemos a grandes hechos del pasado para descubrir qué ocurrió en las vidas de los involucrados cuando ya se habían ido las cámaras y los reporteros".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"En los años 80 existió en Medellín un lugar en el que las mujeres podían abortar de manera segura. En este episodio contamos la historia de Rocío Pineda y sus compañeras, quienes arriesgaron mucho para ayudar a que otras mujeres pudieran ejercer autonomía sobre sus cuerpos"
11. Criterio de selección del podcast	Premio Simón Bolívar por episodio "libres en la clandestinidad", 2022. http://bit.ly/3CNQmJX en categoría audio crónica. El periódico de ayer en el Ranking spotify Nº 63, a diciembre de 2022. Spotify da el ranking por país de los 200 podcast más escuchados semanalmente. Recomendado el episodio La guerra de los Breton en eldiario.es de España https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-guerra-breton-periodico-ayer_132_9216132.html

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular 13. historias personales, historias históricas	Aborto clandestino en los años '80 en Colombia En este episodio cuenta la historia de un centro de aborto clandestino que operaba en Medellín cuando las mujeres no podían abortar. A través de la historia de vida de Rocío Pineda, quien hacía el apoyo de atención psicológica a las mujeres que necesitaban ayuda, se devela la historia de este centro y de aquellas mujeres que querían o necesitaban abortar. Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Introducción, nudo y desenlace, siguiendo una estructura lineal aristotélica, de principio a fin El resumen de la historia es: Comienza con una recreación pactada con la entrevistada sobre cómo operaba el centro de aborto seguro en esos años. Después de la introducción del podcast, hecha por Juan Serrano, comienza la entrevista realizada por las dos investigadoras Tatiana Lozano y Margarita Restrepo. Sobre la base de una entrevista en profundidad cuenta la historia del centro salud mujer de Medellín, como centro de apoyo a la mujer y sus derechos sexuales y reproductivos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	Ab ovo Narrativo Crónica y entrevista a la protagonista Rocío, más un breve testimonio/cuña de Carmen, una de las encargadas del centro.

18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Narrador (las periodistas reporteras son las narradoras del podcast), recreación, historia de vida (característica central del podcast utilizando la historia de vida para desarrollar la entrevista como género), etc.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	Un enfoque desde la “verdad” de la entrevistada. Las periodistas/narradoras toman distancia. Tema que busca develar algo desconocido, como era ese centro de aborto clandestino, con un enfoque derechos humanos desde las mujeres. Narradoras heterodiegéticas.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música.	Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, aunque no excepcional el audio de la entrevistada. Descriptivos Tiene diseño musical propio Función incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o	Usan pre roll (publicidad al inicio) y una mención dentro del podcast.

publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de la No ficción y plataformas de podcast https://www.lanoficcion.com/podcast/un-periodico-de-ayer/episode/libres-en-la-clandestinidad Plataformas disponibles: Apple, spreaker, Spotify, ivoox, amazon. En spotify aquí https://bit.ly/3KOoZDR Descripción, cuentan en el sitio con carátula propia del episodio, reproductor en línea, y dan la posibilidad de que el auditor valore, respondiendo a la pregunta “Qué te pareció?”: De mis favoritos, estuvo bueno y no lo terminé. Se puede compartir en Facebook, whatsapp y twitter. http://instagram.com/lanoficcion http://twitter.com/lanoficcion https://www.youtube.com/@lanoficcionpodcast106 https://www.linkedin.com/in/lanoficcion/ No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Introducción de la start up “Algoritmo taller de digital” (pre roll) y después a mitad de la historia mención de la No ficción, cuya primera temporada de El periódico de ayer fue producida gracias a Google podcast. En la mención llaman a los auditores a apoyar la financiación haciéndose parte de la “comunidad de cómplices”. El podcast termina con la información de que, en 2022, la corte constitucional de Colombia despenaliza el aborto en cualquier circunstancia.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Si no sabéis de mí / España
2. Nombre del episodio	La marcha
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada 1
4. Año	2022 / junio
5. Duración	31' 31''
6. Productora	Producciones KO
7. Realizador/a	Patxi Belyeu
8. Equipo:	Dirección y producción: Leiri Arz y Patxi Belyeu Guion: Jimena Marcos Montaje y ambientación: Alberto González Casanova Mezcla de sonido: Blanca romero Agradecimientos a Club del Río, por su canción Lobo amigo.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Han pasado más de siete años desde que Martín se fue a la guerra. En 2015, cogió la misma mochila que le vi llevarse a tantos festivales y puso rumbo a la frontera de Siria con Turquía, para luchar en primera línea. Sin despedirse, dejó atrás una vida acomodada, a su familia y a nosotros, sus amigos. Hace poco volvió a dar señales de vida. Atrapado en algún rincón del Kurdistan Iraquí, sin pasaporte, ha decidido que es el momento de volver y está buscando su ancla al pasado. Pero el camino de retorno está plagado de miedos y dilemas morales: ¿Podrá adaptarse a su vida anterior? ¿Se lo permitirá la ley? ¿Qué queda en Madrid de lo que dejó atrás? Un pasado violento y un futuro incierto atormentan a Martín, que se encuentra en un limbo. A través de este podcast íntimo y reflexivo, entendemos el viaje existencial que emprenden cientos de combatientes extranjeros —y miles a lo largo de la historia—, quienes dejaron sus vidas “normales” en suspenso, para luego reiniciarlas como personas distintas; unas para las que la vida, la muerte, la traición o la amistad ahora tienen un significado completamente distinto”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“La decisión de Martín de regresar a España, después de 5 años combatiendo en Siria, destapa la caja de pandora para su amigo Patxi. Del grupo que dejó en Madrid, él es el único que conoce sus intenciones. El resto lleva años sin saber nada de él. Son tantas las

	incógnitas que planean sobre el futuro de Martín como los asuntos que dejó sin resolver cuando se marchó en marzo de 2015. En este episodio, mientras Martín trata de vencer sus miedos a participar en el podcast, Patxi reconstruye el momento de su viaje, rompiendo el tabú que se había instalado en su entorno desde ese mismo instante”.
11. Criterio de selección del podcast	Nominado a mejor podcast narrativo de no ficción en Ondas Globales del podcast 2022 https://podcast.premiosondas.com/nominados-2023/ Recomendado por el diario.es JuanLu Sánchez https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-marcha-sabeis-mi_132_9231919.html Nominado Premio Gabo 2023, en categoría audio https://premioggm.org/trabajo/edicion/2023/audio/si-no-sabeis-de-mi/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de Martín, un combatiente internacional español en el Kurdistán, quien después de siete años de estar fuera decide volver. En este episodio, Patxi, creador, narrador y amigo de Martín, le prepone hacer un podcast, mientras él y los amigos de Martín intentan reconstruir el momento en que se fue de España.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto	Maestra episódica, aun cuando cada episodio se va dando como estructura maestra de replay, con distintos puntos de vista. El resumen de este episodio es: Música de oriente y comienza a hablar Martín a Patxi después de tantos años, cuando dejó Madrid en 2015. Patxi le propone hacer el podcast. Patxi cuenta cómo se fue, qué pasó en el entorno y después de estar cinco años en la primera línea de batalla en Siria. Patxi no sabía por qué se había ido y quería saber las razones de combatir en una guerra extranjera.

-Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Presentación serie y episodio a los 3.45. Acuerdan el protocolo para hablar y las medidas de seguridad que tomarán. A través de Signal, por medio de notas de audio. Se inserta un pitillo censurador para resguardar a Martín. Comienzan a hablar los amigos, sin decir sus nombres, después de 5 años sin preguntarse qué paso con él. Con música electro envolvente, y con audios reales de Patxi y Martín, de sus amigos de toda la vida, de un doctor especialista en tratar a personas combatientes, de un abogado y otros personajes, se da vida a esta historia. Martin, dice Patxi, es diferente al que se fue a Siria. Mucho más reflexivo, maduro, en un contexto muy distinto. Frente a esto, cómo el entorno podrá enfrentarlo y entenderlo. El doctor Fernández Liria, médico en el Hospital Príncipe de Asturias, puede ayudar a entender todo esto. Habla Martín a pocas horas de regresar, de conocer a las parejas de sus amigos, tomarse una Mahou, etc. Volver a reconectarse con lo que ha pasado en todo este tiempo, mientras cuenta que hace poco tuvo que meter en bolsas de trigo trozos de gente muerta en el frente. El abogado habla respecto al regreso y la situación legal de Martín, de las diferencias entre guerras entre estados y grupos terroristas, como sería el caso. Solo viajar a la zona ya es un delito, para ser adiestrado, adoctrinado y cometer delitos de terrorista. Karlos Zurutuza, periodista especializado en la guerra de medio oriente, cuenta los tipos de combatientes que existen. Cierra con la anécdota de cómo un colega combatiente le enseña a no explotar con una bomba.

15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevistas Narrador (el periodista es el narrador del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador es parte de la historia y amigo del protagonista. Narrador muy presente. Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Calidad sonora regular, debido a que la historia principal se cuenta a través de Signal y otras entrevistas son hechas al aire libre o con varias voces, sin cuidar la calidad del audio necesariamente. Descriptivo

22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Diseño sonoro propio basado en la música original y licenciada
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Incidental y diegética
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3Z4XquY información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://www.produccionesdelko.com/podcast-si-no-sabeis-de-mi/ Este primer episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3XVZ9Bu Plataformas disponibles: En iVoox, Spotify, Amazon Music, Apple Podcast, Google Podcast
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	En la web solamente tienen la descripción general y audio del prólogo y carátula. En las plataformas, descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/produccionesdelko/ Tw: https://twitter.com/produccionesKO

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Prólogo 6'22", abril 2022: "Han pasado más de siete años desde que Martín se fue a la guerra. En 2015, cogió la misma mochila que le vi llevarse a tantos festivales y puso rumbo a la frontera de Siria con Turquía, para luchar en primera línea. Sin despedirse, dejó atrás una vida acomodada, a su familia y a nosotros, sus amigos". http://bit.ly/3Z3G2GS En el prólogo, Patxi, periodista y amigo del protagonista, cuenta que Martín, conocido por distintos nombres, aunque le dirán "el primo" en esta serie, contacta con Patxi por Signal para contarle que decide volver de la guerra de Siria, después de 5 años. "Atrapado entre el pasado secreto y futuro incierto", conoceremos esta historia, sobre la base de su testimonio, amigos, familiares, especialistas.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Si no sabéis de mí / España
2. Nombre del episodio	La guerra
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada 1
4. Año	2022 / julio
5. Duración	26' 54''
6. Productora	Producciones KO
7. Realizador/a	Patxi Belyeu
8. Equipo:	Dirección y producción: Leire Ariz y Patxi Belyeu Guion: Jimena marcos Montaje: Patricia García Ambientación: Alberto González Casanova mezcla de sonido: Pablo Uroz Agradecimientos a Club del Río por su canción Lobo amigo.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Han pasado más de siete años desde que Martín se fue a la guerra. En 2015, cogió la misma mochila que le vi llevarse a tantos festivales y puso rumbo a la frontera de Siria con Turquía, para luchar en primera línea. Sin despedirse, dejó atrás una vida acomodada, a su familia y a nosotros, sus amigos. Hace poco volvió a dar señales de vida. Atrapado en algún rincón del Kurdistán Iraquí, sin pasaporte, ha decidido que es el momento de volver y está buscando su ancla al pasado. Pero el camino de retorno está plagado de miedos y dilemas morales: ¿Podrá adaptarse a su vida anterior? ¿Se lo permitirá la ley? ¿Qué queda en Madrid de lo que dejó atrás? Un pasado violento y un futuro incierto atormentan a Martín, que se encuentra en un limbo. A través de este podcast íntimo y reflexivo, entendemos el viaje existencial que emprenden cientos de combatientes extranjeros —y miles a lo largo de la historia—, quienes dejaron sus vidas “normales” en suspenso, para luego reiniciarlas como personas distintas; unas para las que la vida, la muerte, la traición o la amistad ahora tienen un significado completamente distinto”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Martín viaja a Siria en 2015 motivado por la causa del pueblo kurdo. Tras asistir a varias charlas en Madrid, quiere conocer el conflicto de primera mano y profundizar en él desde el activismo. Sin embargo, algo

	le ocurre en ese viaje que le hace pasar del activismo a la lucha armada. Él lo llama “punto de no retorno”. Antes de irse al frente de batalla, pasa fugazmente por Madrid, donde algunos de sus amigos tienen la oportunidad de verle. El choque que siente Martín con su antigua realidad es demasiado fuerte como para quedarse. Cuando cinco años después planea su regreso definitivo, sus amigos se preguntan: ¿será distinto esta vez? Ha ido asumiendo cada vez más responsabilidades en el frente, lo que también puede suponer un tratamiento legal distinto a su vuelta. Martín se enfrenta a un segundo punto de no retorno. Aunque quiera volver, uno de los obstáculos que se puede encontrar para retomar su antigua vida es la propia ley”.
11. Criterio de selección del podcast	Nominado a mejor podcast narrativo de no ficción en Ondas Globales del podcast 2022 https://podcast.premiosondas.com/nominados-2023/ Recomendado por el diario.es JuanLu Sánchez https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-marcha-sabeis-mi_132_9231919.html Nominado Premio Gabo 2023, en categoría audio https://premioggm.org/trabajo/edicion/2023/audio/si-no-sabeis-de-mi/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de Martín, un combatiente internacional español en el Kurdistán, quien después de siete años de estar fuera decide volver. En este episodio se cuenta sobre el punto de no retorno de Martín, para pasar del activismo a la guerra, y después los miedos y preguntas de sus amigos y de él mismo cuando decide volver.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace	Estructura maestra episódica. El resumen del episodio es: Comienza con música y varios amigos cuentan cuando Martín dijo que se iba. Intentan buscar un momento previo que justifique su partida al frente: el tema de la

-Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	lucha armada o actos en apoyo al pueblo kurdo en Madrid son algunos. Se va a Kurdistan en 2015, como voluntario y terminó implicándose en la guerra. Pero después que vuelve de Siria es otro. Presentación 2'19'' Comienza Martín a hablar de la lucha del pueblo kurdo (un pueblo que no tiene estado; minoría étnica que se reparte entre Siria, Turquía, Irán e Iraq, en búsqueda de su autodeterminación) Karlos Zurutuza escribió el libro "Respirando fuego", donde habla de este pueblo, sus aspiraciones y del conflicto: la liberación de la mujer y la democracia directa son los pilares del pueblo kurdo, libertario y ácrata, que le interesa a Martín. En una charla de Vallecas fue donde se interesó por eso; de la resistencia en Kobane, en el Kurdistan. Se va al sur de Kurdistan, en la parte de Siria y Turquía: Bashur y Rojane. Un amigo de Martín, Javier, cuenta del viaje cuando fueron a grabar un documental. El campo de refugiados yazidí es una minoría relacionada con los kurdos que es perseguida por el ISIS. A uno de estos campos llegó Martín. Una mujer anciana le cuenta a Martín que el Daesch mató a jóvenes y niños, y que los ancianos que se salvaron, sin saberlo, se comieron a los nietos, a los bebés...Este fue el punto de no retorno para Martín para sumarse a las ideas del PKK, partido kurdo contra el EI. A fines de 2015 llegó a Madrid y se vio con Patxi, y algunos amigos. Después volvió al frente. Se pregunta cómo explicar esto a sus amigos. Es un podcast reflexivo, íntimo, que se mete en el entorno, para entender las razones, los fines, lo que se sabe y lo que no se sabe.

	Activista española, que estuvo en el Kurdistán, coincidió con Martín en la guerra, y cuenta cómo ha cambiado él. Mientras el abogado Daniel Amelang dice que “el tratamiento no es el mismo al Daesch que a una milicia kurda”. Patxi cierra el pódcast con la preocupación de que la ley española será con la que deba tener cuidado Martín.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevistas Narrador (el periodista es el narrador del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narrador es parte de la historia y amigo del protagonista. Narrador muy presente. Narrador homodiegético

Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Calidad sonora regular, debido a que la historia principal se cuenta a través de signal y otras entrevistas son hechas al aire libre o con varias voces, sin cuidar la calidad del audio necesariamente. Descriptivo Propio y licenciado Incidental y diegética
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto,	Disponible en Spotify como plataforma de pódcast principal http://bit.ly/3Z4XquY información del pódcast y enlace a las distintas plataformas en: https://www.produccionesdelko.com/podcast-si-no-sabeis-de-mi/ Este segundo episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3SxijN5 Plataformas disponibles: En iVoox, Spotify, Amazon Music, Apple Podcast, Google Podcast En la web solamente tienen la descripción general y audio del prólogo y carátula. En las plataformas,

audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/produccionesdelko/ Tw: https://twitter.com/produccionesKO
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Si no sabéis de mí / España
2. Nombre del episodio	El brigadista
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / temporada 1
4. Año	2022 / julio
5. Duración	31' 04''
6. Productora	Producciones KO
7. Realizador/a	Patxi Belyeu
8. Equipo:	Dirección y producción: Leire Ariz y Patxi Belyeu Guion: Jimena marcos Montaje: Patricia García y Ibai Elorza Ambientación: Alberto González Casanova mezcla de sonido: Pablo Uroz Agradecimientos a Club del Río por su canción Lobo amigo.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Han pasado más de siete años desde que Martín se fue a la guerra. En 2015, cogió la misma mochila que le ví llevarse a tantos festivales y puso rumbo a la frontera de Siria con Turquía, para luchar en primera línea. Sin despedirse, dejó atrás una vida acomodada, a su familia y a nosotros, sus amigos. Hace poco volvió a dar señales de vida. Atrapado en algún rincón del Kurdistan Iraquí, sin pasaporte, ha decidido que es el momento de volver y está buscando su ancla al pasado. Pero el camino de retorno está plagado de miedos y dilemas morales: ¿Podrá adaptarse a su vida anterior? ¿Se lo permitirá la ley? ¿Qué queda en Madrid de lo que dejó atrás? Un pasado violento y un futuro incierto atormentan a Martín, que se encuentra en un limbo. A través de este podcast íntimo y reflexivo, entendemos el viaje existencial que emprenden cientos de combatientes extranjeros —y miles a lo largo de la historia—, quienes dejaron sus vidas “normales” en suspenso, para luego reiniciarlas como personas distintas; unas para las que la vida, la muerte, la traición o la amistad ahora tienen un significado completamente distinto”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Patxi recurre a la historia para tratar de comprender las razones que llevan a Martín a combatir en Siria. A través de Ana de la Rosa, doctoranda especializada en los brigadistas internacionales que combatieron en la

	Guerra Civil española, busca los paralelismos con la historia de su amigo y otros perfiles de combatientes internacionales actuales. También indaga en el pasado de Martín, ya que su entorno sospecha que más allá de la ideología, esa vocación bélica siempre estuvo presente”.
11. Criterio de selección del podcast	Nominado a mejor podcast narrativo de no ficción en Ondas Globales del podcast 2022 https://podcast.premiosondas.com/nominados-2023/ Recomendado por el diario.es JuanLu Sánchez https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-marcha-sabeis-mi_132_9231919.html Nominado Premio Gabo 2023, en categoría audio https://premioggm.org/trabajo/edicion/2023/audio/si-no-sabeis-de-mi/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de Martín, un combatiente internacional español en el Kurdistán, quien después de siete años de estar fuera decide volver. En este episodio se cuenta la historia de Martín como brigadista, pero también qué significa ser un combatiente internacional apelando al pasado de la guerra civil. También las preguntas y razones que tendrá Martín para volver a España.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con música, y voz de Martín “es que ponerse entre el Daesch y la población” (...) Se habla de los brigadistas de 1936 y la gente de hoy, y los amigos hablan del pasado “bélico” de Martín. Presentación 2.22 aprox. Han pasado más de 80 años cuando llegaron 35 mil voluntarios contra el fascismo en la guerra civil española (audios antiguos).

-Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Mientras hoy esto lo hace un voluntario, un loco, un temerario, mercenario, terrorista; desde la autodefensa o la violencia injustificada, ¿cómo puede ser Martín? Ana de la Rosa, doctoranda especializada en brigadistas de la guerra civil, dice que se contó con la participación de italianos, como brigadistas internacionales, durante la guerra civil. A su juicio se dividen en tres: vinculados al movimiento de izquierda y anarquistas, los idealistas sin mucha formación, y un tercero más cercano a gente con problemas en su país, como ladrones y criminales. Karlos Zurutuza dice que los voluntarios contra el fascismo pensaban que “era una buena causa”. Aquí aparece el testimonio de Arín, una activista española en el Kurdistán, que conoció a Martín Combativo, idealista, hacía armas cuando pequeño, dicen sus amigos. El busca la forma de conmoverse con el dolor ajeno y se mueve por ello, y si la guerra es la opción, esa será, dicen sus amigos. La época y el país de origen de los combatientes marca todo, dice Patxi. El abogado dice que “se investiga para saber si se suman a las filas del Daesch o para la causa kurda ‘revolución comunista’”. En España ya fueron condenados algunos por pertenecer a una organización criminal armada. A juicio del abogado, las milicias kurdas no son organizaciones terroristas. Martín no sabe qué pasará en España, aunque sabe que viene con un paradigma distinto en su cabeza Entre el plano político y la amistad: esa es la disyuntiva dicen los amigos. Termina el pódcast con la canción
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back)	In extrema res

16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Entrevistas Narrador (el periodista es el narrador del pódcast), archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador es parte de la historia y amigo del protagonista. Narrador muy presente. Narrador homodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Calidad sonora regular, debido a que la historia principal se cuenta a través de Signal y otras entrevistas son hechas al aire libre o con varias voces, sin cuidar la calidad del audio necesariamente. Descriptivo Propio y licenciado

24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental y diegética
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3Z4XquY información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://www.produccionesdelko.com/podcast-si-no-sabeis-de-mi/ Este tercer episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3StY9n4 Plataformas disponibles: En iVoox, Spotify, Amazon Music, Apple Podcast, Google Podcast
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	En la web solamente tienen la descripción general y audio del prólogo y carátula. En las plataformas, descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/produccionesdelko/ Tw: https://twitter.com/produccionesKO
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Si no sabéis de mí / España
2. Nombre del episodio	La terapia
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / temporada 1
4. Año	2022 / julio
5. Duración	29' 50''
6. Productora	Producciones KO
7. Realizador/a	Patxi Belyeu
8. Equipo:	Dirección y producción: Leire Ariz y Patxi Belyeu Guion: Jimena marcos Montaje: Patricia García y Ibai Elorza Ambientación: Alberto González Casanova mezcla de sonido: Pablo Uroz Agradecimientos a Club del Río por su canción Lobo amigo.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Han pasado más de siete años desde que Martín se fue a la guerra. En 2015, cogió la misma mochila que le vi llevarse a tantos festivales y puso rumbo a la frontera de Siria con Turquía, para luchar en primera línea. Sin despedirse, dejó atrás una vida acomodada, a su familia y a nosotros, sus amigos. Hace poco volvió a dar señales de vida. Atrapado en algún rincón del Kurdistan Iraquí, sin pasaporte, ha decidido que es el momento de volver y está buscando su ancla al pasado. Pero el camino de retorno está plagado de miedos y dilemas morales: ¿Podrá adaptarse a su vida anterior? ¿Se lo permitirá la ley? ¿Qué queda en Madrid de lo que dejó atrás? Un pasado violento y un futuro incierto atormentan a Martín, que se encuentra en un limbo. A través de este podcast íntimo y reflexivo, entendemos el viaje existencial que emprenden cientos de combatientes extranjeros —y miles a lo largo de la historia—, quienes dejaron sus vidas “normales” en suspenso, para luego reiniciarlas como personas distintas; unas para las que la vida, la muerte, la traición o la amistad ahora tienen un significado completamente distinto”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“A las puertas de que Martín intente viajar a España, su amigo Patxi trata de entender mejor las secuelas psicológicas que la guerra ha podido dejar en él. Para ello, acude al doctor Alberto Fernández Liria, psiquiatra

	experto en tratar este tipo de casos, que le habla de los efectos positivos y negativos que traen consigo estas experiencias tan extremas. La determinación de Martín por defender al pueblo kurdo solo ha crecido con los años, debido a algunas de las experiencias que relata en este capítulo, lo que anticipa un duro choque con su antigua realidad”
11. Criterio de selección del podcast	Nominado a mejor podcast narrativo de no ficción en Ondas Globales del podcast 2022 https://podcast.premiosondas.com/nominados-2023/ Recomendado por el diario.es JuanLu Sánchez https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-marcha-sabeis-mi_132_9231919.html Nominado Premio Gabo 2023, en categoría audio https://premioggm.org/trabajo/edicion/2023/audio/si-no-sabeis-de-mi/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de Martín, un combatiente internacional español en el Kurdistán, quien después de siete años de estar fuera decide volver. En este episodio se cuenta cómo prepararse y tratar psicológicamente a Martín y ayudarlo en este proceso de reinserción. Qué huellas y secuelas pueden quedar, mientras Martín cuenta de su lucha por el pueblo kurdo.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con música. Cómo Martín enfrentó la guerra en 2015 contra el Daesch. Esa “calma” con la que cuenta esto Martín le inquieta a Patxi, quien se pregunta por esa determinación de su amigo. 2’58” presentación Comienza cuando se fue de España, que estaba perdido en esa etapa de su vida

-Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Fernández Liria dice que la guerra puede sacar lo peor y mejor de las personas. Habla de lo que se llama: “crecimiento post traumático”, una especie de aprendizaje para darle un sentido a las cosas, de parte de aquellos que enfrentaron la guerra. La otra cara, dice el doctor, es que te conviertes en un alcohólico, drogadicto, suicida. Más realizado, más inteligente, más racional, se siente Martín, en el escenario de su vuelta, después de contar que enfrentó a un escuadrón suicida del Daesch en 2017, durante el cual alguien se inmoló entre dos casas y vio sus restos esparcidos. “trauma vicario”, se refiere el doctor, cuando escuchas experiencias traumáticas; incluso una experiencia traumática no puedes contarla y contártela. Los amigos se preguntan cómo podrá adaptarse cuando vuelva: “será muy difícil”. De cómo lidias psicológicamente con esto, le pregunta Patxi a Martín: “no me afecta. Tengo una determinación. estoy más saludable”. El pódcast como un ejercicio de desahogo, de terapia grupal, dice Patxi. Qué dicen los amigos al escuchar la voz de él. Patxi, en tanto, le dice que va a ser padre, mientras él solo hace deporte y lee, y no folla; cero alcohol, en tres años Fueron horas de llamadas telefónicas, notas de voz, conversaciones con amigos, expertos del tema y personas que lo conocieron en el Kurdistán “La hipocresía occidental es la que ha creado el estado islámico”, dice Martín, “ser conscientes de esto” de la masacre del pueblo kurdo. “Turquía es la gran responsable del apoyo al EI y la guerra contra kurdos y otras minorías”, dice Martín. Incluso en las armas interceptadas de varios países de occidente hay de España; es duro para él. Se pregunta Patxi por todo esto: quién es loco y quién no; e intenta pensar en todo esto... Van a buscar a Martín al aeropuerto y se preguntan cómo estará. Termina el pódcast con la canción.

15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevistas Narrador (el periodista es el narrador del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narrador es parte de la historia y amigo del protagonista. Narrador muy presente. Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros	Calidad sonora regular, debido a que la historia principal se cuenta a través de signal y otras entrevistas son hechas al aire libre o con varias voces, sin cuidar la calidad del audio necesariamente. Descriptivos y narrativos

(descriptivo, narrativo, decorativo)	
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio y licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental y diegética
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3Z4XquY información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://www.produccionesdelko.com/podcast-si-no-sabeis-de-mi/ Este cuarto episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3KOryX0 Plataformas disponibles: En iVoox, Spotify, Amazon Music, Apple Podcast, Google Podcast
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	En la web solamente tienen la descripción general y audio del prólogo y carátula. En las plataformas, descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/produccionesdelko/ Tw: https://twitter.com/produccionesKO No

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Si no sabéis de mí / España
2. Nombre del episodio	El retorno
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / temporada 1
4. Año	2022 / agosto
5. Duración	31' 09''
6. Productora	Producciones KO
7. Realizador/a	Patxi Belyeu
8. Equipo:	Dirección y producción: Leire Ariz y Patxi Belyeu Guion: Jimena marcos Montaje: Patricia García y Ibai Elorza Ambientación: Alberto González Casanova mezcla de sonido: Pablo Uroz Agradecimientos a Club del Río por su canción Lobo amigo.
9. Descripción (Si es que la hay)	“Han pasado más de siete años desde que Martín se fue a la guerra. En 2015, cogió la misma mochila que le vi llevarse a tantos festivales y puso rumbo a la frontera de Siria con Turquía, para luchar en primera línea. Sin despedirse, dejó atrás una vida acomodada, a su familia y a nosotros, sus amigos. Hace poco volvió a dar señales de vida. Atrapado en algún rincón del Kurdistan Iraquí, sin pasaporte, ha decidido que es el momento de volver y está buscando su ancla al pasado. Pero el camino de retorno está plagado de miedos y dilemas morales: ¿Podrá adaptarse a su vida anterior? ¿Se lo permitirá la ley? ¿Qué queda en Madrid de lo que dejó atrás? Un pasado violento y un futuro incierto atormentan a Martín, que se encuentra en un limbo. A través de este podcast íntimo y reflexivo, entendemos el viaje existencial que emprenden cientos de combatientes extranjeros —y miles a lo largo de la historia—, quienes dejaron sus vidas “normales” en suspenso, para luego reiniciarlas como personas distintas; unas para las que la vida, la muerte, la traición o la amistad ahora tienen un significado completamente distinto”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Martín llega a Madrid y Patxi lo recibe en el aeropuerto. Poco a poco, se va reencontrando con el resto del grupo, que lo acoge entre el alivio y la sorpresa. Los dos amigos hacen un viaje juntos que les

	permitirá reflexionar sobre las vivencias de Martín y su nueva forma de entender la realidad que le rodea. Después de este paréntesis, Martín viaja por Europa dando charlas sobre la causa kurda y cuando ambos amigos se vuelven a encontrar, un año más tarde, un suceso trágico en la vida de Patxi hace que entienda las decisiones que ha tomado Martín como nunca antes. Dos años después de empezar este proyecto, el podcast Si no sabéis de mí termina con las vidas de ambos transformadas y en un mundo muy distinto al de 2020 en el que también ha cambiado la figura de los combatientes internacionales".
11. Criterio de selección del pódcast	Nominado a mejor pódcast narrativo de no ficción en Ondas Globales del podcast 2022 https://podcast.premiosondas.com/nominados-2023/ Recomendado por el diario.es JuanLu Sánchez https://www.eldiario.es/blog/al-dia/podcast-marcha-sabeis-mi_132_9231919.html Nominado Premio Gabo 2023, en categoría audio https://premioggm.org/trabajo/edicion/2023/audio/si-no-sabeis-de-mi/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de Martín, un combatiente internacional español en el Kurdistán, quien después de siete años de estar fuera decide volver. En este episodio se cuenta de la llegada de Martín al aeropuerto y sus amigos que lo estaban esperando; del reencuentro, de sus historias y de lo que ha cambiado en el país y a ellos mismos, comenzando por Patxi y Martín.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con los amigos que van a recoger a Martín al aeropuerto, y lo reconocen: "allí está". Se encuentran, se abrazan, se ríen, se emocionan. Qué sensaciones tienes le pregunta Patxi. "como si me hubiese ido ayer y a la vez un abismo", responde Martín.

-Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Presentación 3.24 Se van en el coche y le preguntan qué te apetece comer, en un país que es muy distinto cuando lo dejó 2015: sin Vox, con Carmena, con Rajoy. Se fueron por una cerveza a la plaza 2 de mayo. Se va reencontrando con el grupo y lo que se acuerda de esta plaza. Después se van con Patxi a la playa en Galicia; un momento de reencuentro, después de 3-4 días por España. Se plantea como una vida ascética, cómo continuar su vida, desde de no usar dinero y llegar hoy en día a un bar y tener que usar hasta los códigos QR. Después de ello comenzó a viajar por Europa dando charlas. Patxi le planteó una última entrevista antes de que se fuera: “se echa de menos a la gente, vivencias, a veces nostalgia”; “he tenido bastante de oriente medio por ahora”; “es otra cultura; otra civilización, tenía ganas de mi civilización”. Te planteas volver, le pregunta Patxi: “Si hay que volver, vuelvo. De momento no quiero” Qué harás con tu vida, le pregunta Patxi: “dedicar mi vida a la militancia política revolucionaria”; “Tengo muy claro hacia dónde voy, sea aquí o en Chiapas o donde sea”. Después de un año de grabación del pódcast y de que no se veían hace 8 meses, esto ha coincidido con un suceso en la vida de Patxi: hace unas semanas fueron asesinados los dos colegas de Patxi, en Burkina Faso, grabando un documental, y los victimarios fueron los yihadistas... Martín frente a ello le dice que “debe seguir el legado de David y de su otro colega, de seguir contando historias; denunciado esas atrocidades; es un arma la narrativa”. Dos años como proyecto, un proyecto personal de pódcast, en un mundo que cambia aceleradamente. Y por Ucrania se ha visibilizado a los combatientes extranjeros después de que Zelensky decretara la

	autorización y sin visado a estas personas que se suman al ejército. De los conflictos geopolíticos hasta algo más personal como la amistad ha tratado este pódcast. Termina con la canción sin los créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res Narrativo Entrevistas Narrador (el periodista es el narrador del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador es parte de la historia y amigo del protagonista. Narrador muy presente. Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast,	Calidad sonora regular, debido a que la historia principal se cuenta a través de signal y otras

desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	entrevistas son hechas al aire libre o con varias voces, sin cuidar la calidad del audio necesariamente.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio y licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental y diegética
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3Z4XquY información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://www.produccionesdelko.com/podcast-si-no-sabeis-de-mi/ Este quinto episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3ZqvQrI Plataformas disponibles: En iVoox, Spotify, Amazon Music, Apple Podcast, Google Podcast
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	En la web solamente tienen la descripción general y audio del prólogo y carátula. En las plataformas, descripción, audio y cuentan con carátula propia para toda la serie

28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/produccionesdelko/ Tw: https://twitter.com/produccionesKO
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La historia es ayer
2. Nombre del episodio	Ladrillos, VHS y ositos de peluche
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / primera temporada
4. Año	2021 / 18 de noviembre
5. Duración	32' 40''
6. Productora	El extraordinario
7. Realizador	Marcus H
8. Equipo:	Guion y dirección: Marcus H Diseño sonido: Andreu Quesada Dirección editorial: Mar Abat Estrategia y difusión: Marina Alonso Música: Conga music Producción ejecutiva: David Cantolla, Óscar Hormigos. Sobre la base de la investigación del arqueólogo Alfredo González Ruibal
9. Descripción (Si es que la hay)	“Descubre cómo un ladrillo del siglo 16 se adelantó a Ikea y cómo el VHS fue el precursor de Netflix. Viaja miles de años en el tiempo excavando unos pocos metros de tierra, aprende lo que los humanos no se atreven a decir removiendo entre su basura. Escrito y dirigido por Marcus H, el arqueólogo Alfredo González Ruibal nos acompaña en este viaje a lo más profundo de la condición humana”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Un objeto no existe en un vacío. Forma parte de una compleja red de interconexiones que juntos permiten que ese objeto exista. En este episodio vamos a contaros cómo un ladrillo, un VHS y un osito de Peluche son capaces de llevarnos a lo más profundo de la condición humana”.
11. Criterio de selección del pódcast	Recomendado por Eugenio Viñas, editor creativo en Prisa Media, entre los mejores pódcast del año 2022 recomendado https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html La semana del 10 de abril de 2023, La historia es ayer apareció en el puesto 23 del ranking de Spotify España.

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de los humanos con los objetos En este episodio se cuenta la historia de un ladrillo descubierto en Guinea Ecuatorial, el invento del VHS, y un osito de peluche encontrado en un ex campo de batalla durante la primera guerra. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra paralela. Son tres historias distintas (un ladrillo, el VHS y el osito de peluche) conectadas por un mismo tema: aquello que creemos de un objeto sin importancia, nos revela nuestra historia y nuestra condición humana. El resumen del episodio es: Comienza con música envolvente y será la tónica del pódcast, que es muy sonoro y lleno de recursos. Se busca un ladrillo en una isla de Guinea Ecuatorial descubierta por los portugueses, seguida por distintos colonizadores como holandeses y españoles. Cuando ya se pierde la esperanza encuentran el ladrillo entre los escombros de lo que fue un fuerte con la leyenda “COV”, de una factoría holandesa Es la historia del colonialismo y de la “primera globalización” contada a través de un ladrillo En lo vulgar y lo corriente está la historia, y viene la presentación a los 6’: detrás de todos estos fragmentos está la historia de La historia es ayer. Un viaje espacio temporal con un arqueólogo. Y del ladrillo nos vamos al VHS Saba, que es mucho más importante que las joyas de oro de un jeque árabe. El arqueólogo dice que el VHS es fósil director, que tiene fecha específica y caracteriza una época. Muchos comerciales en audios. Anuncio británico de 1984, donde 9 de cada 10 VHS se fabrican en Japón. Cuenta un poco el contexto de la época, y la relación entre Japón y EEUU, que se incrementa por los VHS después de que los asiáticos se reinventan post guerra y

	pasaran a ser un país de mano de obra masiva, a bajo costo. De ahí se hace la relación con los videoclubs, también como fósil director. Miguel Garrido, de Valladolid, quien tenía el videoclub más antiguo de la ciudad, dice que “era como una peluquería”. En España quedan 300 videoclubs; antes habían 7 mil. El DVD, después, dura incluso menos que el VHS 1996-2006 y el Netflix es ahora el block búster en internet. Necesitamos vivir en relación con objetos y la clave de Japón es “PUEDES”, y que sus competidores puedan reproducir JVC. Sony en cambio no, por eso perdió con BetaMax, porque solo era reproducible en sus dispositivos Termina la historia con que encontraron un osito de peluche en Flandes. Un soldado alemán lo llevaba en la mochila: Nos dice cómo era la Primera Guerra Mundial, de sus relaciones, emociones y la edad de los reclutas. Cierran con una ficción, a modo de un cierre de programa donde entregan los créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de	In extrema res Narrativo Entrevistas, documental, ensayo Narrador, varios archivos de audio antiguos, y ficción en los créditos.

ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador objetivo y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Un enfoque "objetivo". Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, que incluye narración, entrevistas, efectos, recursos sonoros, y también archivos de audio, que están de buena calidad, aunque menor ya que son de los años 70 y 80 varios de ellos. Descriptivos y narrativos Tiene diseño musical propio Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y	Disponible en el sitio de El extraordinario

transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	https://elextraordinario.com/series/la-historia-es-ayer/episodio/ladrillos-vhs-ositos-de-peluche/ En Spotify aquí https://bit.ly/3PkCs7N Plataformas disponibles: Apple, spotify, ivoox, youtube, google podcast, podimo, amazon music, se puede compartir desde el sitio el episodio por Whatsapp, Twitter y Facebook.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia para toda la serie y cada capítulo
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Tiene Instagram https://www.instagram.com/elextraordinario.wtf/?hl=es https://twitter.com/extraordinario Tik tok https://www.tiktok.com/@el_extraordinario Youtube @ElExtraordinarioPodcast Hicieron "live"
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Tráiler. Se puede descargar el episodio.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	En la web, debajo de la descripción del episodio, salen tres palabras clave: Aprender un poquito, Documental sonoro, Historia Una carátula o cover muy singular para cada episodio, en este primero, una televisión JVC (con el mensaje 9 de cada 10 VHS son JVC), arriba un VHS y en círculo rodeando estos aparatos un cenicero y cigarros Red Apple, un financial time y otros VHS con o sin caja. Una de ella con el nombre de película "City on fire"; otra con 8 ½ y una singular libreta de notas que dice "references and ideas". Tiene tráiler 1'59' ("Descubre cómo las cosas nos poseen y cómo nosotros poseemos a los objetos. Afina tu

	mirada de arqueólogo para viajar al pasado a través de los objetos”).

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La historia es ayer / España
2. Nombre del episodio	Trincheras, trasteros y frascos de perfume.
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / primera temporada
4. Año	2021 / 18 de noviembre
5. Duración	32' 40''
6. Productora	El extraordinario
7. Realización	Marcus H
8. Equipo:	Guion y dirección: Marcus H Diseño sonido: Andreu Quesada Dirección editorial: Mar Abat Estrategia y difusión: Marina Alonso Música: Conga music Producción ejecutiva: David Cantolla, Óscar Hormigos. Sobre la base de la investigación del arqueólogo Alfredo González Ruibal
9. Descripción (Si es que la hay)	“Descubre cómo un ladrillo del siglo 16 se adelantó a Ikea y cómo el VHS fue el precursor de Netflix. Viaja miles de años en el tiempo excavando unos pocos metros de tierra, aprende lo que los humanos no se atreven a decir removiendo entre su basura. Escrito y dirigido por Marcus H, el arqueólogo Alfredo González Ruibal nos acompaña en este viaje a lo más profundo de la condición humana”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“En las trincheras de principios del 20 es donde se ven los inicios de la sociedad de consumo. En los trasteros un siglo después, encontramos los excesos de la sociedad del consumo”.
11. Criterio de selección del pódcast	Recomendado por Eugenio Viñas, editor creativo en Prisa Media, entre los mejores pódcast del año 2022 recomendado https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html La semana del 10 de abril de 2023, La historia es ayer apareció en el puesto 23 del ranking de Spotify España.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de los humanos con los objetos En este episodio, se cuenta la historia de cómo la Primera Guerra Mundial fue uno de los orígenes de la

13. Historias personales, historias históricas	sociedad de consumo industrial que hoy es posible ver, en exceso, en un trastero. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura de contrapunto, que en este episodio se expresa en escenas que van entre el presente y el pasado de los tiempos de la Gran Guerra, a través de distintos personajes. El resumen del episodio es: Comienza con una analogía entre el youtuber https://www.youtube.com/@vicesat y un soldado republicano, que arreglan cualquier cosa u objeto. El youtuber alcanzó en 2021 más de 600 millones de visualizaciones en sus distintos vídeos, en los cuales muestra cómo repara y revive objetos que parecían muertos. Esto lo hace para que solo se vean y no se reparen realmente, ya que encontrar las piezas o aquello que sirve para arreglar estos objetos es casi imposible. Mientras Edmundo, el soldado, quien luchó en la guerra civil española es autodidacta, ya que no le queda otra opción en el frente. El arqueólogo Alfredo cuenta que han excavado trincheras de la guerra civil y han encontrado artefactos de la época, como el cepillo y la pasta de dientes, después botellas de vino y tarros de alimentos que encontró González en las posiciones tanto franquistas como de republicanos. Presentación del pódcast En el campo de batalla, desde la Primera Guerra, comenzó a ser la primera revolución del consumo, que cambia después su escala. Se mete después en el trastero de la bisnieta del soldado y cómo su vida cambió con la serie japonesa Marie Kondo, quien visita familias de EEUU para ordenar su casa. Las sobras hoy mueven mucho dinero y lo vemos hoy en Wallapop. A través de entrevistas a la bisnieta, la voz del arqueólogo, recreaciones de voces de entrevistas que hablan del tema, y mucho material de televisión, se

	profundiza en este compulsivo mundo del consumo y de lo desechable. Por medio de explicaciones causales se dibujan los excesos en el mundo contemporáneo y cómo eso lo vemos en la cultura pop, tal como hace un siglo se veía en la trinchera de la guerra (encontraron frascos de perfumes y pendientes de mujer, como un recuerdo que se le daba a los soldados de sus familias) Cierre. Hacen una ficción del tema tratado para cerrar el episodio y dar los créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res, flash back Narrativo Entrevistas, documental, ensayo Narrador y varios archivos de audio antiguos
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y	Un enfoque “objetivo”. Narrador heterodiegético

narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo y narrativo
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Disponible en el sitio de El extraordinario https://elextraordinario.com/series/la-historia-es-ayer/episodio/trincheras-trasteros-y-frascos-de-perfume/ En spotify https://bit.ly/3ZffeEG Plataformas disponibles: Apple, spotify, ivoox, youtube, google podcast, podimo, amazon music,

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Se puede compartir desde el sitio el episodio por Whatsapp, Twitter y Facebook.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia para toda la serie y cada capítulo Tiene Instagram https://www.instagram.com/elextraordinario.wtf/?hl=es https://twitter.com/extraordinario Tik tok https://www.tiktok.com/@el_extraordinario Youtube @ElExtraordinarioPodcast Hicieron “live”
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede descargar el episodio.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Una carátula o cover muy singular para cada episodio, en este segundo un mundo dividido en dos, entre Francia y Austria, con objetos asociados a la guerra, como municiones, tarros de comida y también otras cosas como un frasco de perfume, un cepillo de dientes y una botella de Peinado, que tomaban los soldados, entre otros.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La historia es ayer / España
2. Nombre del episodio	La casa es un reflejo del yo, primera parte.
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / primera temporada
4. Año	2021 / diciembre
5. Duración	38' 17"
6. Productora	El extraordinario
7. Dirección	Marcus H
8. Equipo:	Guion y dirección: Marcus H Diseño sonido: Andreu Quesada Dirección editorial: Mar Abat Estrategia y difusión: Marina Alonso Música: Conga music Producción ejecutiva: David Cantolla, Óscar Hormigos. Sobre la base de la investigación del arqueólogo Alfredo González Ruibal
9. Descripción (Si es que la hay)	“Descubre cómo un ladrillo del siglo 16 se adelantó a Ikea y cómo el VHS fue el precursor de Netflix. Viaja miles de años en el tiempo excavando unos pocos metros de tierra, aprende lo que los humanos no se atreven a decir removiendo entre su basura. Escrito y dirigido por Marcus H, el arqueólogo Alfredo González Ruibal nos acompaña en este viaje a lo más profundo de la condición humana”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“En este capítulo doble viajaremos al interior del cerebro humano. En busca de la relación entre el yo y nuestros hogares. Saltaremos de lóbulo en lóbulo a la caza del yo hipócrita. El yo aspiracional. El yo consumista. El yo teledirigido. Porque la casa es un reflejo del yo”.
11. Criterio de selección del pódcast	Recomendado por Eugenio Viñas, editor creativo en Prisa Media, entre los mejores pódcast del año 2022 recomendado https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html La semana del 10 de abril de 2023, La historia es ayer apareció en el puesto 23 del ranking de Spotify España.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de los humanos con los objetos

13. historias personales, historias históricas	En este episodio, se cuenta la historia a partir de cómo son nuestras casas y cómo han cambiado en los últimos dos siglos aproximadamente, lo que habla de cómo somos y cómo hemos evolucionado. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen de la historia es: Comienza con el arqueólogo, quien habla de cómo es, en general, la casa de un dictador, los detalles de esas casas y de cómo hablan de ellos. En específico, documentó la casa de veraneo de Franco: el pazo de Meirás, que revela su poco capital cultural; solo una porcelana del siglo XVII y muchos retratos de Franco. Sobre la base de bastante trabajo de archivo, incluyendo archivos de audio de Franco, se presenta la historia, entre el yo y nuestros hogares. Comienza la historia metiéndose Marcus en el cuerpo de un oyente y a través del viaje por distintos lóbulos, 7 en total. 3 en este primer episodio, donde descubrimos el “yo” Lóbulo 1. El yo consumista. Desde cómo son los Mursi en Etiopía, que construyen sus propias casas y viven con lo que tienen a mano, hasta una casa occidental, que tiene al menos 150 objetos, que van sin duda creciendo con el tiempo. Lóbulo 2. El yo lord inglés. La vajilla como estatus del siglo XIX, que los ingleses copiaron de los chinos. Solo la china verdadera la usaba la clase alta, hasta llegar ahora a un buda de plástico a 1 euro. En el siglo XXI las marcas saben cómo crear distinción, incluso con los objetos cotidianos como las zapatillas para distinguirse del otro: ejemplo de ellos son las originales Nike de Michael Jordan. A través de dicotomías entre el pasado y el presente y recursos al archivo antiguo o audiovisual actual, español e inglés, dan cuenta de estas contradicciones del ser

	humano, y cómo es hoy su vida en su casa con sus objetos, que serán los vestigios en los próximos siglos. Desde Billy Elish, quien gastó 2300 dólares en tres pares de zapatos, hasta Bud Bunny con una zapatilla Jordan de 2.250 euros. La cerámica es la zapatilla de hoy; el lord inglés es el Jordan de hoy. Lóbulo 3. El yo hipócrita. De la vajilla burgués del siglo XIX a lo que es Boris Johnson en Inglaterra. Cierre con avance del próximo episodio, segunda parte Cierre al estilo de la historia es ayer: Andreu, diseñador sonoro, se va a tomar café con Mar, del equipo del Extraordinario, y deja a Marcus dentro en la cápsula.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res, flash back. Narrativo Entrevistas, documental, ensayo Narrador y varios archivos de audio antiguos y dramatización al final del episodio
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	Un enfoque más comprensivo, en el cual el narrador pasa, a ratos, a ser un personaje de la historia.

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, que incluye narración, conversación con el arqueólogo, efectos, recursos sonoros, y también archivos de audio y dramatización al final para cerrar el episodio
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps,	Disponible en el sitio de El extraordinario https://elextraordinario.com/series/la-historia-es-ayer/episodio/la-casa-es-un-reflejo-del-yo-1a-parte/ En spotify aquí https://bit.ly/44NED9v

plataformas de podcasts, radios, etc.)	Plataformas disponibles: Apple, spotify, ivoox, youtube, google podcast, podimo, amazon music, se puede compartir desde el sitio el episodio por WSSP, Twitter y Facebook.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia para toda la serie y cada capítulo
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Tiene Instagram https://www.instagram.com/elextraordinario.wtf/?hl=es https://twitter.com/extraordinario Tik tok https://www.tiktok.com/@el_extraordinario Youtube @ElExtraordinarioPodcast Hicieron "live"
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede descargar el episodio.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Una carátula o cover muy singular para cada episodio. En este cuarto episodio una caja de zapatillas Nike negra con rojo cerrada y alrededor manos con dinero apuntando a la caja "deseada".

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	La historia es ayer / España
2. Nombre del episodio	La casa es un reflejo del yo, segunda parte.
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / primera temporada
4. Año	2021 / diciembre
5. Duración	43' 32''
6. Productora	El extraordinario
7. Dirección	Marcus H
8. Equipo:	Guion y dirección: Marcus H Diseño sonido: Andreu Quesada Dirección editorial: Mar Abat Estrategia y difusión: Marina Alonso Música: Conga music Producción ejecutiva: David Cantolla, Óscar Hormigos. Sobre la base de la investigación del arqueólogo Alfredo González Ruibal
9. Descripción (Si es que la hay)	“Descubre cómo un ladrillo del siglo 16 se adelantó a Ikea y cómo el VHS fue el precursor de Netflix. Viaja miles de años en el tiempo excavando unos pocos metros de tierra, aprende lo que los humanos no se atreven a decir removiendo entre su basura. Escrito y dirigido por Marcus H, el arqueólogo Alfredo González Ruibal nos acompaña en este viaje a lo más profundo de la condición humana”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“En este capítulo seguiremos viajando por los lóbulos del cerebro en busca de las historias que somos incapaces de verbalizar. Descubriremos los orígenes del salón de casa, la moda minimalista en Silicon Valley, y profundizaremos en el mal gusto de los dictadores”.
11. Criterio de selección del podcast	Recomendado por Eugenio Viñas, editor creativo en Prisa Media, entre los mejores podcast del año 2022 recomendado https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html La semana del 10 de abril de 2023, La historia es ayer apareció en el puesto 23 del ranking de Spotify España.
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de los humanos con los objetos

13. Historias personales, historias históricas	En este episodio, se cuenta la historia, tal como bien lo describe el episodio, de los orígenes del salón de casa, la moda minimalista en Silicon Valley, y se profundiza en el mal gusto de los dictadores. Todo esto a través del viaje por los cuatro lóbulos restantes por los que transita Marcus H. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica, con varias grandes escenas o actos dentro de las cuales se va al presente y pasado para comparar y revelar las contradicciones humanas, a través de los objetos de una casa El resumen del episodio es: Comienza en el polígono Marconi, distrito de Villaverde, en un vertedero ilegal, donde se encuentra el arqueólogo y Marcus con restos de muebles, de obras. Estos hablan desde la fecha de esos objetos hasta de la extracción social de sus dueños Presentación del pódcast. Lóbulo 4: el yo social, de la cocina al salón y del salón al dormitorio. Cómo se articula el espacio público privado de una casa y las relaciones de poder que se dan en ella. A través de efectos sonoros, música y archivos se da paso al siguiente lóbulo. Lóbulo 5. El yo teledirigido. “Un plato no es solo un plato, y un vaso no es solo un vaso”. Así se sabe, por ejemplo, qué ocurrió con los platos resistentes del hotel Ware, creados en 1896. De un mundo sobre recargado a un mundo sobrio y limpio. Incluso un arquitecto se convierte en un ingeniero social que nos lleva al mundo nuevo. Lóbulo 6 el yo dictador. Reyes absolutos legitimados por dios, comparados con los dictadores contemporáneos, que son <i>kitsch</i>. Una reproducción, en versión caricaturesca, de un rey, ya que la mayoría viene de familias humildes.

	Así se da origen a una nueva clase que, a diferencia del pobre que busca salir de la pobreza, busca despojarse de todo. Ricos abrazando el ascetismo hipercapitalista del siglo XXI. Por ejemplo, el cantante J Balvin tiene su casa inspirada en Japón, suelos de piedras, no hay cuadros, etc. O Kanye West, al estilo Wabi Sabi, tiene su casa como un espacio casi religioso (aunque su sillón vale millones y una escultura millones). Aunque ese modelo viene de mucho tiempo, Bin Laden, quien viene de una familia muy rica, es quien decía ser como era. Del salón de casa a la del siglo XXI, cómo nos revelamos a lo que viene desde arriba, del dictador rumano Ceaușescu y el minimalismo del siglo XXI Lóbulo 7 el yo ego. 96 años cumple un edificio, como es la catedral de Justo Gallego, en Mejorada del campo, con bicicleta, bidones, etc. Este maestro del reciclaje hace esta catedral, después de ser expulsado de un convento en Soria por tener tuberculosis. La hace con los desechos de la modernidad. Cierre, con la “Fiesta de la historia de ayer”; cierre al estilo de la historia es ayer.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo	In extrema res, flash back Narrativo Entrevista, documental, ensayo Narrador, archivos de audios, recreación, dramatización al cierre.

de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	Un enfoque más comprensivo, en el cual el narrador se involucra en la historia. Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, que incluye narración, entrevista, efectos, recursos sonoros, y también archivos de audio, lecturas de textos, dramatización, etc. Descriptivos y narrativos Tiene diseño musical propio Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No

Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.); 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de El extraordinario https://elextraordinario.com/series/la-historia-es-ayer/episodio/la-casa-es-un-reflejo-del-yo-2a-parte/ En Spotify https://bit.ly/44TDJbJ Plataformas disponibles: Apple, Spotify, ivoox, YouTube, Google podcast, Podimo, Amazon music, se puede compartir desde el sitio el episodio por Whatsapp, Twitter y Facebook. Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia para toda la serie y cada capítulo Tiene Instagram https://www.instagram.com/elextraordinario.wtf/?hl=es https://twitter.com/extraordinario Tik tok https://www.tiktok.com/@el_extraordinario Youtube @ElExtraordinarioPodcast Hicieron “lives” _Se puede descargar el episodio.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Una carátula o cover muy singular para cada episodio, en este quinto episodio una casa con camarotes, que se aprecian en los vértices de la imagen, un WC, y abajo un papel higiénico y una bandeja con dos tazas de café, dos platos y dos cucharas pequeñas.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La historia es ayer / España
2. Nombre del episodio	La arqueología de los puticlubs 1
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / segunda temporada
4. Año	2023 / 25 de abril
5. Duración	24' 52''
6. Productora	El extraordinario
7. Dirección	Marcus H
8. Equipo:	Guion y dirección: Marcus H Diseño sonido: Andreu Quesada Dirección editorial: Mar Abat Estrategia y difusión: Marina Alonso Música: Conga music Producción ejecutiva: David Cantolla, Óscar Hormigos. Sobre la base de la investigación del arqueólogo Alfredo González Ruibal
9. Descripción (Si es que la hay)	Descubre cómo un ladrillo del siglo 16 se adelantó a Ikea y cómo el VHS fue el precursor de Netflix. Viaja miles de años en el tiempo excavando unos pocos metros de tierra, aprende lo que los humanos no se atreven a decir removiendo entre su basura. Escrito y dirigido por Marcus H, el arqueólogo Alfredo González Ruibal nos acompaña en este viaje a lo más profundo de la condición humana.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	Los arqueólogos Xurxo Ayán y Carlos Otero excavan en los burdeles abandonados de las carreteras nacionales, como si se tratara de un yacimiento de una civilización milenaria. En estos lugares cubiertos de moho, convertidos en escombreras, tapiados por láminas de madera y cuyas señales de neón se han apagado y oxidado, hay una historia triste sobre unas gentes sin voz.
11. Criterio de selección del pódcast	Recomendado por Eugenio Viñas, editor creativo en Prisa Media, entre los mejores pódcast del año 2022 recomendado https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html La semana del 10 de abril de 2023, La historia es ayer apareció en el puesto 23 del ranking de Spotify España.

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de los humanos con los objetos En este episodio, se cuenta la historia de los puticlubs, de burdeles abandonados en las carreteras de España, gracias a la investigación de dos arqueólogos. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica. El resumen del episodio es: Comienza con los puticlubs, en un bar de éstos; una España en la que se cerraban tratos allí. Sitios que operaban como rito de iniciación, teniendo estos espacios como imaginario putero incluso en la tele. Esto quedó fosilizado de los años '70, '80 y '90, en los márgenes de las carreteras nacionales. Xurxo, arqueólogo, cuenta sobre estos sitios y lo que pasaba en la sociedad de la época, y hasta qué punto estaba normalizado y naturalizado. Archivos en inglés y en español de la época, por ejemplo, con publicidad de coches, porque son hombres los que visitan estos sitios... en coche. Sin embargo, en los '90 se amplían las carreteras y esto afectó a los puticlubs también. Xurxo y Carlos comienzan a cavar en estos "yacimientos" que quedan abandonados. Presentación a los 12' Estas ruinas no las ves cuando pasas a 120 km por hora; son rastros de vidas pasadas, en descampados, no lugares, lugares muertos. Xurxo empezó a compartir sus ideas con Alfredo González Ruibal. Uno de los primeros sitios fue Blanco y Negro, que tuvo su esplendor en la década del '90. Reconstruyeron el sitio a partir de todos los vestigios que había (botellas,

	facturas, revistas, tabacos, casetes, etc.); vestigios que pueden reconstruir el espacio sonoro. Es la parte más oscura, dice Ruibal, de un mundo banal, separado, pero que a la vez nos identificamos perfectamente. Cierra con parodia entre Marcus y Andreu, en una supuesta escena en un puticlub de la Roma antigua.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res Narrativo Entrevistas, ficción, ensayo Narrador y varios archivos de audio (audios musicales, en inglés y español).
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la	Un enfoque imparcial. Narrador heterodiegético

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia para toda la serie y cada capítulo
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Tiene Instagram https://www.instagram.com/elextraordinario.wtf/?hl=es https://twitter.com/extraordinario Tik tok https://www.tiktok.com/@el_extraordinario Youtube @ElExtraordinarioPodcast Hicieron “lives”
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede descargar el episodio.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Una carátula o cover muy singular para cada episodio, en este episodio de la segunda temporada se refleja un “puticlub”, con botella de alcohol, cigarros y el pulldance para las chicas de estos sitios.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	La historia es ayer / España
2. Nombre del episodio	La arqueología de los puticlubs 2
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	6 / segunda temporada
4. Año	2023 / 2 de mayo
5. Duración	32' 44''
6. Productora	El extraordinario
7. Dirección	Marcus H
8. Equipo:	Guion y dirección: Marcus H Diseño sonido: Andreu Quesada Dirección editorial: Mar Abat Estrategia y difusión: Marina Alonso Música: Conga music Producción ejecutiva: David Cantolla, Óscar Hormigos. Sobre la base de la investigación del arqueólogo Alfredo González Ruibal
9. Descripción (Si es que la hay)	“Descubre cómo un ladrillo del siglo 16 se adelantó a Ikea y cómo el VHS fue el precursor de Netflix. Viaja miles de años en el tiempo excavando unos pocos metros de tierra, aprende lo que los humanos no se atreven a decir removiendo entre su basura. Escrito y dirigido por Marcus H, el arqueólogo Alfredo González Ruibal nos acompaña en este viaje a lo más profundo de la condición humana”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Desde la carretera, un puticlub abandonado transmite tristeza, decadencia y abandono. Pero su interior es una mina de historias para los arqueólogos. Porque los arqueólogos no solo excavan y recopilan objetos, los arqueólogos también se dedican a imaginar para rescatar estas historias del olvido”.
11. Criterio de selección del pódcast	Recomendado por Eugenio Viñas, editor creativo en Prisa Media, entre los mejores pódcast del año 2022 recomendado https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html La semana del 10 de abril de 2023, La historia es ayer apareció en el puesto 23 del ranking de Spotify España.

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de los humanos con los objetos En este episodio, se cuenta la historia de cómo es el interior de un puticlub Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica, utilizando la subestructura de contrapunto, que ya habían comenzado a introducir en el primer episodio de esta serie de dos capítulos. El resumen del episodio es: Comienza con las tareas de los arqueólogos para excavar y recomponer vidas pasadas. Cómo los espacios de vida, como el descampado de Vaciamadrid del siglo XIV pasan a ser esto. En 2018, González Ruibal comenzó a excavar y una de las cosas extrañas que encontró fue una medalla de Jorge V. Esto abre muchas historias más Entrar en los puticlubs también las abre. Se sabe mucho de Blanco y Negro, y de su dueño, pero no de las chicas; de ellas nada. Solo que sus habitaciones, que eran como celdas muy pequeñas y con diminutas ventanas. De la central térmica, de 1982, cerca de Ponferrada, no queda nada; solo una pequeña construcción que era un puticlub. Hacen este paralelismo entre ambos espacios de restos de vida, de finales del siglo 19 y 20, y los puticlubs en Galicia. Xurxo y Carlos proyectan cómo evolucionan los puticlubs, los que se concentran cerca de las grandes ciudades y a mano de las autovías. Antes se ofrecían estos servicios sin ningún complejo, mientras que ahora se han borrado; se han camuflado dentro del mundo urbano, con pisos dedicados a esto. “A veces la modernidad borra nuestra capacidad de ver nuestro pasado” dice Marcus.

	Xurxo y Carlos no quieren que esto se borre de nuestra memoria. Son 1600 puticlubs en ruinas y abandonados, sin embargo, pueden ser más. Algo que no ha cambiado mucho hoy. Ruinas que están hoy al lado de colegios u otros sitios de una ciudad. Son “museos al aire libre”, dice Xurxo, como fenómeno de esclavitud de estas mujeres. Desde Pompeya hasta hoy acercarse a los vestigios más contemporáneos, como son los puticlubs. Un mundo desconocido y oculto, dice Ruibal, con sordidez y abyección. Cierre y créditos al estilo ficción de La historia es ayer.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Continúa la historia, desde donde se dejó. Es decir, sería para este episodio in media res. Narrativo Entrevistas, ensayo Narrador, archivos de audio, ficción
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador:	Un enfoque imparcial. Narrador heterodiegético

narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio; muy rico sonoramente.
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Disponible en el sitio de El extraordinario https://elextraordinario.com/series/la-historia-es-ayer/episodio/la-arqueologia-de-los-puticlubs-parte-1-2/ Se puede compartir desde el sitio el episodio por Whatsapp, Twitter y Facebook.

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	En spotify https://bit.ly/43DqgnP Plataformas disponibles: Apple, Spotify, Ivoox, Youtube, Google podcast, Podimo, Amazon music. Descripción, audio y cuentan en el sitio con carátula propia para toda la serie y cada capítulo Tiene Instagram https://www.instagram.com/elextraordinario.wtf/?hl=es https://twitter.com/extraordinario Tik tok https://www.tiktok.com/@el_extraordinario Youtube @ElExtraordinarioPodcast Hicieron “lives” Se puede descargar el episodio.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Una carátula muy especial que refleja cómo eran estas “verdaderas celdas” en las que las prostitutas recibían a sus clientes dentro del “puticlub”.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Brazalete negro / España
2. Nombre del episodio	Streltsov, crimen y castigo en el fútbol soviético.
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / primera temporada
4. Año	2022 / mayo
5. Duración	38'
6. Productora	Panenka Podcast y Radio Primavera Sound
7. Realizador	Aitor Lagunas
8. Equipo:	Técnicos: David Camilleri, Nacho Medina y equipo Guion: Carlos Torres Diseño sonido: Matías Rossi Locuciones: Víctor Trapero y Alba Riera Productor ejecutivo: Marta Salicrú Narrador: Aitor Lagunas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Más allá de los focos y la fama, de las victorias y el dinero, el fútbol cuenta también con su lado oscuro. Relatos de perdedores en el campo, y en la vida. Equipos malditos, jugadores desaparecidos, estadios trágicos. Ya es momento de que algunas de esas historias, y sus protagonistas, abandonen la penumbra del olvido. Esto es Brazalete Negro, de Panenka Podcast y Radio Primavera Sound, presentado por Aitor Lagunas. Y recordad: Bill Shankly no tenía razón. El fútbol, a veces, sí es una cuestión de vida o muerte. Con el apoyo de Estrella Damm”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Unión Soviética, verano de 1958. Mientras se disputa el Mundial de fútbol, un joven ingresa como prisionero en un campo de trabajos forzados. A pesar de las dudas sobre el crimen que le imputan, pasará cinco años en el gulag. Ese joven es Eduard Streltsov, futbolista del Torpedo de Moscú con aires insolentes, y llamado a ser una de las estrellas de la Copa del Mundo. Pero la vida le condena un destino lejos de los focos. Streltsov logrará sobrevivir al oprobio del gulag y, cuando salga, firmará una resurrección imposible. Eso sí, las dudas sobre su crimen no se despejarán jamás”
11. Criterio de selección del pódcast	Recomendado por El País, entre los mejores pódcast del año 2022 https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html

	También fue recomendado por la plataforma Ivoox, entre los mejores podcast de true crime 2022. https://www.ivoox.com/blog/true-crime-los-mejores-podcasts-de-crimenes/ También fue reconocido por ivoox como uno de los mejores podcast revelación 2022 en deporte. https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/podcasts-mas-populares-ivoox-rewind Además, si bien no aparece en el ranking de Spotify, está en el lugar 25 en Apple podcast en enero de 2023 https://chartable.com/charts/itunes/es-music-podcasts
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular	La historia de futbolistas quienes tuvieron que lidiar con un lado oscuro más allá de la cancha. En este episodio, se cuenta la historia de uno de los mejores jugadores de la URSS a mediados de los '50, Eduard Streltsov. Sin ser un opositor al régimen soviético, la embriaguez y una supuesta violación lo llevaron a la cárcel y al Gulag. Esta es su historia contada por Alexander Mostovoi, jugador del Celta de Vigo a mediados de los 90 y 2000, quien participó como asesor en una película sobre el exfutbolista, y el periodista italiano de la Gazzetta dello Sport y escritor del libro «Donne, vodka e gulag», Marco Iaria.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace - Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático - Estructura maestra episódica	Clásica aristotélica Sigue una estructura que comienza por el final, en la que expone brevemente quién es Eduard Streltsov y su última aparición pública en 1990. Después viene la presentación del podcast y sigue la estructura lineal de principio a fin. El resumen de la historia es: Comienza con un aviso antes de comenzar alertando sobre los hechos reales y los relatos fuertes que se escucharán. En 3'30" se presenta la historia. Comienza con un llamado a la gran figura del Celta de Vigo, en los 90 y 2000, Alexander Moscovoi, quien conoce la historia del protagonista, quien fue

- Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	acusado de violación, sufrió represalias del Partido Comunista y fue condenado al gulag. Después se cuenta la historia del personaje desde la infancia hasta convertirse en un gran jugador adorado por la hinchada. Aunque jugaba en Torpedo era aficionado al Spartak, el que no estaba vinculado a ningún aparato del régimen. Eso lo convirtió en un objeto de sospecha. “Jugador y víctima” lo define Alexander. A diferencia de su gran amigo y portero Lev Yashin, quien recibió funeral de estado en marzo de 1990, Streltsov no lo recibió a su muerte a los 53 años. El punto de inflexión de la historia fue el 25 de mayo de 1958 cuando se pasan a un bar con compañeros, antes de probarse el vestuario para jugar el mundial de Suecia. Después se va de fiesta sin llegar a la concentración, donde habría intentado violar a una chica. Fue condenado a 12 años en el Gulag y recién en 1963 recupera su libertad y vuelve al fútbol. Se retira en los 70. En el funeral de Yashin fue la última vez que apareció en público y, al poco tiempo, el 22 de julio 1990 muere de cáncer. Créditos y la frase “Bill Shankly: no tenía razón. El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte”.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro,	In extrema res, para después hacer un largo racconto para comenzar desde el inicio. True Crime Entrevistas

documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	
18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Narrador y archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	Un enfoque imparcial incluso con cierto escepticismo por hechos que no están del todo claro y no se puede sostener “una verdad”
20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador heterodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos. Se incluyen locuciones de archivos de la época, narración, recreación sonora de ambientes, música, efectos y entrevistas (que son telefónicas, con menor calidad en este caso)
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo,	Descriptivos y narrativos

narrativo, decorativo)	
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio y licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Primavera Sound https://www.primaverasound.com/es/radio/shows/brazalete-negro En spotify aquí https://bit.ly/4a7B3eq También está disponible en Panenka podcast y se puede compartir el episodio en facebook, twitter, whatsapp y Pinterest https://www.panenka.org/panenkapodcast/brazalete-negro-2-streltsov/ Plataformas disponibles: Apple, spotify, ivoox.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto,	Descripción, audio, imagen en el sitio web del tema o personaje, y cuentan con carátula propia para toda la serie que se puede reproducir.

audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En ig @brazaletenegropodcast en @revistapanenka @radioprimaverasound @estrelladamm Twitter: http://twitter.com/Primavera_Sound https://www.twitter.com/revistapanenka Y otras redes de Primavera Sound http://www.youtube.com/PrimaveraSoundTV https://amzn.to/Primavera2023 De Panenka https://www.facebook.com/RevistaPanenka https://www.youtube.com/PanenkaOrg Han hecho “lives”
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Con el apoyo de cerveza Estrella Dahm. Sin marcas, solo la presentación y cierre con los créditos y la frase “El fútbol no es una cuestión de vida o muerte; es algo mucho más importante. Bill Shankly”.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Brazalete negro / España
2. Nombre del episodio	¡Muerte al traidor! La Stasi contra Lutz Eigendorf
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / primera temporada
4. Año	2022 / mayo
5. Duración	40'55''
6. Productora	Panenka Podcast y Radio Primavera Sound,
7. Realizador	Aitor Lagunas
8. Equipo:	Técnicos: David Camilleri, Nacho Medina y equipo Guion: Carlos Torres Diseño sonido: Matías Rossi Locuciones: Alba Riera Productor ejecutivo: Marta Salicrú Narrador: Aitor Lagunas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Más allá de los focos y la fama, de las victorias y el dinero, el fútbol cuenta también con su lado oscuro. Relatos de perdedores en el campo, y en la vida. Equipos malditos, jugadores desaparecidos, estadios trágicos. Ya es momento de que algunas de esas historias, y sus protagonistas, abandonen la penumbra del olvido. Esto es Brazalete Negro, de Panenka Podcast y Radio Primavera Sound, presentado por Aitor Lagunas. Y recordad: Bill Shankly no tenía razón. El fútbol, a veces, sí es una cuestión de vida o muerte. Con el apoyo de Estrella Damm”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Alemania Occidental, 5 de marzo de 1983. Poco antes de la medianoche la policía de Braunschweig recibe un aviso: un coche se ha empotrado contra un árbol. Dentro del vehículo hay un hombre con graves heridas en la cabeza y en el pecho. Cuando llegan los servicios de emergencias constatan que el conductor tiene 2,2 miligramos de alcohol en sangre. Su nombre es Lutz Eigendorf, un futbolista del Eintracht, quien pocos años atrás huyó de su país, la República Democrática Alemana, dejando a su familia al otro lado del Muro. Con solo 26 años Eigendorf acabará muriendo en el hospital, y la policía declarará el estado etílico del jugador como causa del siniestro. Caso cerrado”. Pero... si el caso estuviera cerrado, ¿de verdad creéis que le estaríamos dedicando un Brazalete Negro?

11. Criterio de selección del podcast	Recomendado por El País, entre los mejores podcast del año 2022 https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html También fue recomendado por la plataforma Ivoox, entre los mejores podcast de true crime 2022. https://www.ivoox.com/blog/true-crime-los-mejores-podcasts-de-crimenes/ También fue reconocido por ivoox como uno de los mejores podcast revelación 2022 en deporte. https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/podcasts-mas-populares-ivoox-rewind Además si bien no aparece en el ranking de Spotify, está en el lugar 25 en Apple podcast en enero de 2023 https://chartable.com/charts/itunes/es-music-podcasts
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular	La historia de futbolistas quienes tuvieron que lidiar con un lado oscuro más allá de la cancha. En este episodio, se cuenta la historia de una de las jóvenes promesas de la Alemania del Este, Lutz Eigendorf, quien pese a jugar en uno de los mejores clubes, Dynamo de Berlín, y tener el apoyo del dueño del club y jefe de la Stasi, Erich Mielke, se escapa del bus de vuelta de Alemania Federal, después de jugar un partido, y se queda en occidente. Años después muere, producto de un accidente, en extrañas circunstancias. Esta es su historia.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela	Estructura clásica aristotélica. Después de la introducción (en la que se cuenta cómo se reabre el caso de Lutz) y la presentación del podcast, sigue una estructura principalmente lineal, aunque hace varios viajes al pasado, con flash back. El resumen de la historia es: Comienza con un aviso antes de comenzar alertando sobre los hechos reales y los relatos fuertes que se escucharán. En todos los episodios

(brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	En 4' presenta la historia: Alemania, febrero de 2010, un exboxeador que enfrenta una causa llega ante un juez y declara que trabajó con la Stasi y entrega datos del caso del exjugador Lutz. Viaje al 5 de marzo de 1983, con música de Peter Schilling. Lutz está tomando cervezas en un bar, sale toma el coche y choca. La policía llega al lugar y constata, su alcoholemia que llega a 2,2. Dos días después muere en el hospital. Presentación del episodio. El 20 de marzo de 1979, el Dynamo de Berlín viaja a Kaiserslautern en la Alemania occidental. Después de jugar el partido, el bus hace una parada técnica, y Lutz no regresa y pide ayuda al presidente del club. Ahí comienza la historia de espionaje de la Stasi contra él, su familia y su esposa, ya que el jefe de la Stasi, Erich Mielke, se siente traicionado y otros jugadores podrían hacer lo mismo: escapar Gracias a archivos desclasificados, entrevista al escritor Eduardo Verdú, quien escribió la historia de Lutz en "Todo lo que ganamos cuando lo perdimos todo"; y entrevistas que dio Lutz a los medios federales de Alemania, se reconstruye la historia, aunque la verdad que está detrás del accidente y muerte nunca se supo. Quien será clave es Klaus Schlosser, exdelincuente reclutado por la Stasi para hacerse amigo de Lutz y seguirlo. El día de su muerte recibió dinero. No sé sabe si realmente él provocó la muerte. No se sabe y el podcast intenta al final ofrecer respuesta desde las dos veredas: la información "oficial" de Alemania Occidental y lo que se sabe sobre la operación de la Stasi. Hasta la fecha se ha abierto el expediente varias veces después de la caída del muro. El podcast termina con la historia de Verdu quien lo va a visitar al cementerio y de que nunca se pudo probar que, después de salir Lutz del bar, se habría encontrado con alguien o un amigo que le habría dado mucho alcohol, quizás con talio. Nunca se supo.

	Termina con la música de Peter Schilling y la voz de Eigendorf de fondo. Créditos y la frase “Bill Shankly: no tenía razón. El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte”.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res; flash back True Crime Entrevistas Narrador y archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast	Un enfoque imparcial incluso con cierto escepticismo por hechos que no están del todo claros, por lo que no se puede sostener “una verdad”. De hecho al final, de este episodio, para intentar descifrar la verdad de la muerte del futbolista: se mira desde los dos enfoques que son de la información oficial de Alemania Occidental y de la información que se obtuvo a través de la Stasi. Sin embargo, nunca se pudo esclarecer la verdad de la muerte si fue provocada por los servicios secretos del Este.

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador heterodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Estética sonora: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, que incluye locuciones de archivos de la época, narración, recreación sonora de ambientes, música, efectos y entrevista al periodista y escritor Eduardo Verdú, y archivos con la voz del futbolista que dio entrevistas para los medios de la Alemania Federal
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio y licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis

25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Primavera Sound https://www.primaverasound.com/es/radio/shows/brazalete-negro Este episodio en el siguiente enlace de spotify http://bit.ly/3DWWBf0 También está disponible en Panenka podcast y se puede compartir el episodio en facebook, twitter, whatsapp, y Pinterest Brazalete Negro #3 ¡Muerte al traidor! La Stasi contra Lutz Eigendorf - Panenka Plataformas disponibles: Apple, ivoox y Spotify.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio, imagen en el sitio web del tema o personaje, y cuentan con carátula propia para toda la serie que se puede reproducir.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En ig @brazaletenegropodcast en @revistapanenka @radioprimaverasound @estrelladamm Twitter: http://twitter.com/Primavera_Sound https://www.twitter.com/revistapanenka Y otras redes de Primavera Sound http://www.youtube.com/PrimaveraSoundTV https://amzn.to/Primavera2023 De Panenka https://www.facebook.com/RevistaPanenka https://www.youtube.com/PanenkaOrg

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Han hecho "lives"
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Con el apoyo de cerveza Estrella Dahm. Sin marcas, solo la presentación y cierre con los créditos y la frase de que Bill Shankly no tenía razón "El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte".

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Brazalete negro / España
2. Nombre del episodio	Doble asesinato en Chamartín
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	9 / primera temporada
4. Año	2022 / diciembre
5. Duración	36'56''
6. Productora	Panenka Podcast y Radio Primavera Sound,
7. Realizador	Aitor Lagunas
8. Equipo:	Técnicos: David Camilleri, Nacho Medina y equipo Guion: Carlos Torres Diseño sonido: Matías Rossi Locuciones: Alba Riera Productor ejecutivo: Marta Salicrú Narrador: Aitor Lagunas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Más allá de los focos y la fama, de las victorias y el dinero, el fútbol cuenta también con su lado oscuro. Relatos de perdedores en el campo, y en la vida. Equipos malditos, jugadores desaparecidos, estadios trágicos. Ya es momento de que algunas de esas historias, y sus protagonistas, abandonen la penumbra del olvido. Esto es Brazalete Negro, de Panenka Podcast y Radio Primavera Sound, presentado por Aitor Lagunas. Y recordad: Bill Shankly no tenía razón. El fútbol, a veces, sí es una cuestión de vida o muerte. Con el apoyo de Estrella Damm”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Madrid, 31 de agosto de 1946. Un coche cruza un Paseo de la Castellana aún por asfaltar. Se dirige a las obras del nuevo estadio del Real Madrid, que se está construyendo contiguo al viejo Chamartín. Se trata de un proyecto muy ambicioso de Santiago Bernabéu. El presidente cree que cuadruplicar el aforo del antiguo hogar madridista es fundamental para sacar al club de la crisis económica y deportiva que atraviesa desde el final de la Guerra Civil. Es esa guerra, aún reciente, la que explica por qué un puñado de hombres sobrevive en la clandestinidad conjurando contra Franco. Para ello necesitan dinero. Y hoy es día de pago en las obras del estadio. Los guerrilleros planean dar un atraco al coche que ahora levanta una polvareda en la futura Castellana. Pero nada saldrá como está previsto. Acompañadnos en este relato de fútbol y crimen en la España del hambre, la represión y el olvido”

11. Criterio de selección del podcast	Recomendado por El País, entre los mejores podcast del año 2022 https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html Fue recomendado por la plataforma Ivoox, entre los mejores podcast de true crime 2022. https://www.ivoox.com/blog/true-crime-los-mejores-podcasts-de-crimenes/ También fue reconocido por ivoox como uno de los mejores podcast revelación 2022 en deporte. https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/podcasts-mas-populares-ivoox-rewind Además, si bien no aparece en el ranking de Spotify, está en el lugar 25 en Apple podcast en enero de 2023 https://chartable.com/charts/itunes/es-music-podcasts
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular	La historia de futbolistas quienes tuvieron que lidiar con un lado oscuro más allá de la cancha. En este episodio, se cuenta la historia de un grupo de guerrilleros en la clandestinidad que planea un atraco el día de pago a los obreros que están ampliando el estadio madridista.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica	Estructura clásica aristotélica El resumen del episodio es: Comienza con un aviso antes de comenzar alertando sobre los hechos reales y los relatos fuertes que se escucharán. En todos los episodios. Fermín (José Isasa) y Julián (José Antonio Llerandi) escuchan su sentencia. La policía los conduce al cementerio, el pelotón apunta y dispara. Son fusilados por el franquismo. Presentación. Años 40, contexto que se vivía en Madrid, que en ese entonces llegaba a Nuevos Ministerios y más allá estaba

- Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Chamartín de la Rosa, que fue un campo de detención. A fines de 1939 abre las puertas al público. En 1943, el estadio del Real Madrid albergaba 20 mil personas. Era un estadio de 20 años que ya tenía varias fallas. Sergio Galán se convierte en presidente del Real en septiembre de 1943, para sacarlo de las vacas flacas. Quiere construir un nuevo estadio para 80 mil personas. El 27 de octubre de 1944 pone la primera piedra para el nuevo Chamartín, que se construye a poca distancia del viejo. Mientras José Isasa se exilió en Argentina y se enrola en el PC, con el alias de Fermín, jefe nacional de ejército Guerrillero. 1946 fue un año caliente para Madrid: explotan bombas en Madrid, atentados, etc. Luis Arnau lidera otro grupo que se suma a esta operación. Un grupo de inteligencia del PC mira cómo los capataces pagan a los trabajadores del nuevo Chamartín. El 31 de agosto es el día para el asalto. Dos guerrilleros mueren luego de intentar escapar con el dinero de los salarios, que eran 60 mil pesetas. Un comisario ordena la detención de varios opositores, pero no hay pruebas. Un comunista delata al líder, de chapa Julián, que estaría en Talavera de la reina después de encontrar una carta dejada a su madre. Policías y guerrilleros se encuentran frente a frente. El ABC de la época da cuenta del tiroteo. Dos guerrilleros se quitan la vida para no ser apresados y Llerandi es atrapado días después. Después detienen a José Isasa -Fermín- y luego a otra decena de opositores. Isasa y Llerandi condenados a muerte. El 14 de enero 1947 los fusilan. En 1952 se celebra el aniversario del club y desde ahí en adelante Di Stefano cambia la historia del Madrid. Se hizo un homenaje a los dos trabajadores muertos y a todos lo que lucharon caídos contra la dictadura. Canción gallo rojo, gallo negro de Chicho Sánchez.

	Créditos y la frase “Bill Shankly: no tenía razón. El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte”.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res; flash back True Crime Entrevistas Narrador y archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador	Un enfoque imparcial y bastante escéptico, ya que no da nada por sentado sin tener las “pruebas” Narrador heterodiegético

testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio y licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No

Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Primavera Sound https://www.primaverasound.com/es/radio/shows/brazalete-negro Este episodio en el siguiente enlace de Spotify http://bit.ly/3lmoRBn También está disponible en Panenka podcast y se puede compartir el episodio en facebook, twitter, whatsapp, y Pinterest https://www.panenka.org/panenkapodcast/brazalete-negro-9-doble-asesinato-en-chamartin/ Plataformas disponibles: Apple, ivoox y Spotify.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio, imagen en el sitio web del tema o personaje, y cuentan con carátula propia para toda la serie que se puede reproducir.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En ig @brazaletenegropodcast en @revistapanenka @radioprimaverasound @estrelladamm Twitter: http://twitter.com/Primavera_Sound https://www.twitter.com/revistapanenka Y otras redes de Primavera Sound http://www.youtube.com/PrimaveraSoundTV https://amzn.to/Primavera2023 De Panenka https://www.facebook.com/RevistaPanenka https://www.youtube.com/PanenkaOrg Han hecho “lives”
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios,	No.

transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Con el apoyo de cerveza Estrella Dahm. Sin marcas, solo la presentación y cierre con los créditos y la frase de que Bill Shankly no tenía razón “El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte”.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Brazalete negro / España
2. Nombre del episodio	El futbolista que robó el grito
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / segunda temporada
4. Año	2023 / enero
5. Duración	34'26''
6. Productora	Panenka Podcast y Radio Primavera Sound
7. Realizador	Aitor Lagunas
8. Equipo:	Técnicos: David Camilleri y Nacho Medina y equipo Guion: Carlos Torres Diseño sonido: Matías Rossi Locuciones: Alba Riera Productor ejecutivo: Marta Salicrú Narrador: Aitor Lagunas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Más allá de los focos y la fama, de las victorias y el dinero, el fútbol cuenta también con su lado oscuro. Relatos de perdedores en el campo, y en la vida. Equipos malditos, jugadores desaparecidos, estadios trágicos. Ya es momento de que algunas de esas historias, y sus protagonistas, abandonen la penumbra del olvido. Esto es Brazalete Negro, de Panenka Podcast y Radio Primavera Sound, presentado por Aitor Lagunas. Y recordad: Bill Shankly no tenía razón. El fútbol, a veces, sí es una cuestión de vida o muerte. Con el apoyo de Estrella Damm”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Oslo, madrugada del 12 de febrero de 1994. Mientras todo el planeta mira hacia Lillehammer, donde Noruega está inaugurando sus primeros Juegos Olímpicos, un individuo conduce hasta la Galería Nacional, coloca una escalera en una pared del edificio, trepa por ella, rompe una ventana y al cabo de pocos minutos sale cargando con una tabla del tamaño de una pizza familiar. Al caco le ha dado tiempo de dejar una nota a la policía: “gracias por la deficiente vigilancia”. La tabla es El Grito, de Edvard Munch, uno de los cuadros más conocidos de la historia. Y su ladrón es una joven promesa del fútbol noruego. Goles en el campo y golpes en los museos: acompañadnos en este relato de quinquis nórdicos de los 90 a ritmo de electropop”.

11. Criterio de selección del podcast	Recomendado por El País, entre los mejores podcast del año 2022 https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html También fue recomendado por la plataforma Ivoox, entre los mejores podcast de true crime 2022. https://www.ivoox.com/blog/true-crime-los-mejores-podcasts-de-crimeen-espanol/ También fue reconocido por ivoox como uno de los mejores podcast revelación 2022 en deporte. https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/podcasts-mas-populares-ivoox-rewind Además, si bien no aparece en el ranking de Spotify, está en el lugar 25 en Apple podcast en enero de 2023 https://chartable.com/charts/itunes/es-music-podcasts
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular	La historia de futbolistas quienes tuvieron que lidiar con un lado oscuro más allá de la cancha. En este episodio, se cuenta la historia de Paul Edgór, un joven futbolista noruego dedicado al robo de joyas y cuadros de gran valor a finales de los '80, en un contexto de una Noruega más pobre de lo que es hoy. El día de la inauguración de los juegos olímpicos de invierno de 1994, él y otro compañero de banda roban desde la Galería Nacional El Grito de Edvard Munch. Esta es su historia y lo que pasa con él
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con	Estructura clásica aristotélica. El resumen del episodio es: Comienza con un aviso antes de comenzar alertando sobre los hechos reales y los relatos fuertes que se escucharán. Comienza con música hablando de las montañas de Noruega, que recibirán los juegos olímpicos de invierno en 1994, en Lillehammer

nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Ese mismo día, a 180 km al sur, en la Galería Nacional de Arte, dos hombres trepan, rompen los cristales y roban el grito de Edvard Munch. Dejan una nota donde estaba el cuadro: “mil gracias por la poca vigilancia”, con la música fondo de la canción más famosa de aquella época Take on me de los noruegos A-Ha. Presentación del pódcast Comienza con la historia del fútbol noruego de la época y el contexto social y cultural de esa generación. Paul Enger es uno de esos futbolistas, quien, a diferencia del resto que tiene otro trabajo, él no lo tiene: un chico peculiar que lleva en su placa de auto la palabra <i>penger</i> que significa pasta, dinero, etc. Fanático de películas de mafiosos, y ladrón de joyerías y artículos de valor, el 11 junio de 1988 irrumpe en una joyería lujosa en el centro de Oslo. A los 21 años lo meten cuatro años en la cárcel. Sobre la base de la entrevista al periodista Paul Edegør, afincado en Valencia, y una serie de archivos de prensa, reconstruyen la historia de esta joven promesa del fútbol noruego, en un pódcast cada vez más sonoro. Sale en 1991 e intenta recomponer su vida. Pero el 12 de febrero de 1994, en los juegos de invierno, se roban El grito de Edvard Munch, que fue ¡calificado como el robo el siglo! La policía inventa una serie de locas teorías, incluso piensan en un complot internacional y deciden pedir ayuda a Scotland Yard. El detective Charles Hill toma el caso y la carpeta de Paul Enger, quien 5 días antes las cámaras lo grabaron visitando el museo. Además, justo en esa semana pone un anuncio en un periódico local porque nace su hijo esos días: “Oscar Cristofer ha llegado al mundo con un grito”. Hill se pasa por traficante de cuadros californianos y llega al entorno de los ladrones, pero pide una prueba de la contraparte para saber si el cuadro realmente lo tienen. Un compañero de Hill se junta con el ladrón para pasarle el dinero y un coche lleva a Hill a una casa de campo.

	Paul Enger estaba allí con otros dos hombres y le muestran el cuadro: es el verdadero. El operativo se activa, los detienen y recuperan el cuadro. 3 se libraron y a Enger le dieron 6 años. A mitad de condena se escapó y dio una entrevista declarándose inocente. En 2008 reconoció que robó El grito y dijo que lo tenía debajo del comedor de su casa. Ahora pinta cuadros y firma como ¡penger! Créditos y la frase “Bill Shankly: no tenía razón. El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte”.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res; racconto True Crime Entrevistas Narrador y archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el	Un enfoque imparcial y bastante escéptico, ya que no da nada por sentado sin tener las “pruebas”

enfoque del pódcast	
20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, que incluye archivos de la época, narración, recreación sonora de ambientes, música, efectos y entrevista al periodista Paul Edegor, que es entrevistado por teléfono (que sería lo único en menor calidad sonora)
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio y licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental

Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Primavera Sound https://www.primaverasound.com/es/radio/shows/brazalete-negro Este en el siguiente enlace de Spotify http://bit.ly/3IfTAcz También está disponible en Panenka podcast y se puede compartir el episodio en facebook, twitter, whatsapp, y Pinterest https://www.panenka.org/panenkapodcast/brazalete-negro-10-el-futbolista-que-robo-el-grito/ Plataformas disponibles: Apple, ivoox y Spotify.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio, imagen en el sitio web del tema o personaje, y cuentan con carátula propia para toda la serie que se puede reproducir.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En ig @brazaletenegropodcast en @revistapanenka @radioprimaverasound @estrelladamm Twitter: http://twitter.com/Primavera_Sound https://www.twitter.com/revistapanenka Y otras redes de Primavera Sound http://www.youtube.com/PrimaveraSoundTV https://amzn.to/Primavera2023 De Panenka https://www.facebook.com/RevistaPanenka https://www.youtube.com/PanenkaOrg

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Han hecho “lives” No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Con el apoyo de cerveza Estrella Dahm. Sin marcas, solo la presentación y cierre con los créditos y la frase de que Bill Shankly no tenía razón “El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte”.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Brazalete negro / España
2. Nombre del episodio	Arkan: grada y trinchera I
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	8 / segunda temporada
4. Año	2023 / 4 de julio
5. Duración	43'22''
6. Productora	Panenka Podcast y Radio Primavera Sound
7. Realizador	Aitor Lagunas
8. Equipo:	Técnicos: David Camilleri, Nacho medina y equipo. Guion: Carlos Torres Diseño sonido: Matías Rossi Locuciones: Andrea Ginés Productor ejecutivo: Marta Salicrú Narrador: Aitor Lagunas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Más allá de los focos y la fama, de las victorias y el dinero, el fútbol cuenta también con su lado oscuro. Relatos de perdedores en el campo, y en la vida. Equipos malditos, jugadores desaparecidos, estadios trágicos. Ya es momento de que algunas de esas historias, y sus protagonistas, abandonen la penumbra del olvido. Esto es Brazalete Negro, de Panenka Podcast y Radio Primavera Sound, presentado por Aitor Lagunas. Y recordad: Bill Shankly no tenía razón. El fútbol, a veces, sí es una cuestión de vida o muerte. Con el apoyo de Estrella Damm”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“11 de octubre de 1990: unos todoterrenos blindados llegan al monasterio de Pokajnica, 90 kilómetros al sur de Belgrado. De ellos bajan 26 hombres dispuestos a todo. Sienten que Yugoslavia está a punto de saltar en añicos y la idea de una Gran Serbia, a expensas de croatas, bosnios o kosovares, les inflama hasta el punto de jurar fidelidad a su líder paramilitar. Es el mismo que les ha guiado al frente de los Delije, el grupo ultra del Estrella Roja. Se llama Zeljko Raznatovic pero todo el mundo le conoce, le obedece o le teme por su apodo: Arkan. Según el escritor americano Paul Auster, “el fútbol es un milagro que ha permitido a Europa odiarse sin destruirse”. Desde luego, no en Yugoslavia. Porque a principios de los 90, el fútbol en los Balcanes será utilizado para odiarse primero y destruirse después. Y nadie como Arkan, atracador, hooligan, criminal de guerra y futuro presidente del Obilic de Belgrado, para escenificar ese salto: de la grada a la trinchera.

	Acompañadnos en esta primera entrega del capítulo doble que cierra la temporada de Brazaletes”.
11. Criterio de selección del podcast	Recomendado por El País, entre los mejores podcast del año 2022 https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html Fue recomendado por la plataforma Ivoxx, entre los mejores podcast de true crime 2022. https://www.ivoxx.com/blog/true-crime-los-mejores-podcasts-de-crimeen-espanol/ También fue reconocido por ivoxx como uno de los mejores podcast revelación 2022 en deporte. https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/podcasts-mas-populares-ivoxx-rewind Además, si bien no aparece en el ranking de Spotify, está en el lugar 25 en Apple podcast en enero de 2023 https://chartable.com/charts/itunes/es-music-podcasts
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular	La historia de futbolistas quienes tuvieron que lidiar con un lado oscuro más allá de la cancha. En este episodio, se cuenta la historia de Arkan, atracador y criminal de guerra que está detrás de unos de los clubes de fútbol de Serbia, Obilic. Esta es su historia. Primera parte.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos	Estructura maestra episódica. El resumen del episodio es: Comienza con un aviso antes de comenzar alertando sobre los hechos reales y los relatos fuertes que se escucharán. Verano 1998. Avión lleno de alemanes del Bayern llega a Belgrado. Franz Beckenbauer se queda en Alemania, ya que no quiere ser fotografiado con el dueño del Obilic de Belgrado, Zeljko Raznatovic (Arkan), criminal buscado por la guerra de los

-Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Balcenes. El empate los suma a la champions, mientras que los serbios van a la UEFA. Presentación del podcast a los 4 minutos. Madrid 1998. Diego Torres periodista de El país fue al aeropuerto a buscar al Obilic. Archivo. Se lee la crónica de Torres. En reemplazo de Arkan llega su esposa, una cantante pop famosa de Serbia, Svelana. Se escucha su música. Jesús Gil exalcalde de Marbella y presidente del Athletic de Madrid. Varios audios de él. Fue a Belgrado y decidió compartir mesa con Arkan. Vamos a conocer a Arkan, quien a los 20 años llega a Milán después de escaparse del maltrato familiar en Yugoslavia. Da cuenta de sus andanzas delictuales. Con el apoyo de la policía secreta yugoslava intentaron enderezarlo, pero finalmente lo cogieron como sicario, por su habilidad para eliminar en el exterior a opositores a Yugoslavia. Rasnatovic vuelve a Yugoslavia. Tito muere en 1980. El fútbol refleja lo que pasará en la política en Yugoslavia. Y Arkan se mete en este mundo, de la Estrella Roja de Belgrado. Carl Viñas ofrece una crónica de la vida de Arkan. Slobodan Milosevic, en 1986, presidía el comité central de Yugoslavia. Se alineó con los nacionalistas serbios en Kosovo. En la música y el fútbol de 1987 daban cuenta de otro sentir del país, a diferencia de la política. Una nueva generación de jóvenes futbolistas despuntaba en esa época. En el estadio Nacional de Chile, Yugoslavia fue campeón sub 20, con Boban como líder. Mientras en la política, se cuestiona el liderazgo de Milosevic, quien debe apoyarse en Arkan para combatir la oposición. En 1990 cambia la cara, cae el muro de Berlín, tambalea la URSS, y se dividen los nacionalistas contra Milosevic en Croacia y Eslovenia. Arkan y sus guardias cambian las gradas por las trincheras y operarán para Serbia en esta guerra.

	Termina con la música de Slavena y avance del próximo capítulo. Créditos y frase de Bill Shankly: “El fútbol no es una cuestión de vida o muerte; es algo mucho más importante”.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) y 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res True Crime Entrevista Narrador, recreación y archivos sonoros de distintas épocas.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast	Un enfoque imparcial y bastante escéptico, ya que no da nada por sentado sin tener las “pruebas” Aitor Lagunas narra la historia con apoyo en algunas locuciones, para leer archivos de la época, de Andrea Ginés.

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy Buena calidad sonora de todos los audios/sonidos, que incluye locuciones de archivos de prensa de la época, archivos sonoros/audiovisuales, narración, efectos y entrevistas.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio y licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o	No

publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Disponible en el sitio de Radio Primavera Sound https://www.primaverasound.com/es/radio/shows/brazalete-negro Este episodio en el siguiente enlace de spotify https://bit.ly/3OKvSlr También está disponible en Panenka podcast y se puede compartir el episodio en facebook, twitter, Whatsapp, y Pinterest https://www.panenka.org/panenkapodcast/brazalete-negro-9-doble-asesinato-en-chamartin/ Plataformas disponibles: Apple, Ivoox y Spotify.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio, imagen en el sitio web del tema o personaje, y cuentan con carátula propia para toda la serie que se puede reproducir.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En ig @brazaletenegropodcast en @revistapanenka @radioprimaverasound @estrelladamm Twitter: http://twitter.com/Primavera_Sound https://www.twitter.com/revistapanenka Y otras redes de Primavera Sound http://www.youtube.com/PrimaveraSoundTV https://amzn.to/Primavera2023 De Panenka https://www.facebook.com/RevistaPanenka https://www.youtube.com/PanenkaOrg Han hecho “lives”
29. Otros	No

contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Con el apoyo de cerveza Estrella Dahm. Sin marcas, solo la presentación y cierre con los créditos y la frase de que Bill Shankly no tenía razón “El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte”.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Brazalete negro / España
2. Nombre del episodio	Arkan: grada y trinchera II
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	9 / segunda temporada
4. Año	2023 / 14 de julio
5. Duración	40'12''
6. Productora	Panenka Podcast y Radio Primavera Sound,
7. Realizador	Aitor Lagunas
8. Equipo:	Técnicos: David Camilleri, Nacho medina y equipo Guion: Carlos Torres Diseño sonido: Matías Rossi Locuciones: Andrea Ginés Productora ejecutiva: Marta Salicrú Narrador: Aitor Lagunas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Más allá de los focos y la fama, de las victorias y el dinero, el fútbol cuenta también con su lado oscuro. Relatos de perdedores en el campo, y en la vida. Equipos malditos, jugadores desaparecidos, estadios trágicos. Ya es momento de que algunas de esas historias, y sus protagonistas, abandonen la penumbra del olvido. Esto es Brazalete Negro, de Panenka Podcast y Radio Primavera Sound, presentado por Aitor Lagunas. Y recordad: Bill Shankly no tenía razón. El fútbol, a veces, sí es una cuestión de vida o muerte. Con el apoyo de Estrella Damm”
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“29 de mayo de 1991, estadio de San Nicola, en Bari (Italia). Tras una final tediosa, el Estrella Roja de Belgrado se convierte en el primer equipo yugoslavo en ganar la Copa de Europa. Unos 20.000 aficionados lo celebran en las gradas. Entre ellos no está, sin embargo, el capo de sus ultras: Zeljko Raznatovic sigue el partido desde su celda de la cárcel de Zagreb. Como acostumbra, no tardará en salir de prisión ayudado por las cloacas del estado serbio. Esa década de los 90 Arkan la pasará entre sombras y conspiraciones, con un pie en los bajos fondos y el otro en las altas esferas. Cometerá crímenes de guerra y se mostrará arrogante ante las cámaras de televisión. Se casará con una estrella del pop y se comprará un club de fútbol. Estará cerca del poder, muy cerca; demasiado. Nadie como él, Arkan, para escenificar el salto al vacío de toda una generación yugoslava: de la grada a la trinchera.

	Acompañadnos en este capítulo de fútbol, turbofolk y crímenes de guerra que completa la segunda temporada de Brazalete”.
11. Criterio de selección del podcast	Recomendado por El País, entre los mejores podcast del año 2022 https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html También fue recomendado por la plataforma Ivoox, entre los mejores podcast de true crime 2022. https://www.ivoox.com/blog/true-crime-los-mejores-podcasts-de-crime/ También fue reconocido por ivoox como uno de los mejores podcast revelación 2022 en deporte. https://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/podcasts-mas-populares-ivoox-rewind Además, si bien no aparece en el ranking de Spotify, está en el lugar 25 en Apple podcast en enero de 2023 https://chartable.com/charts/itunes/es-music-podcasts
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y de este episodio en particular	La historia de futbolistas quienes tuvieron que lidiar con un lado oscuro más allá de la cancha. Se cuenta la historia de Arkan, atracador y criminal de guerra que está detrás de unos de los clubes de fútbol de Serbia, Obilic. Esta es su historia. Segunda parte.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con un aviso antes de comenzar alertando sobre los hechos reales y los relatos fuertes que se escucharán. Comienza con audio de partido de final de la copa de Europa. La primera que gana Serbia de la mano de Estrella Roja.

nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Rasnatovic (Arkan), líder de los ultra de los Estrella Roja y líder paramilitar, está en la cárcel en Zagreb. Arkan intentará salir de su celda En 1990, el fútbol en los Balcanes será usado para odiarse y destruirse después. Presentación del pódcast a los 4 minutos. Sale de prisión Arkan. 25 junio 1991, Croacia y Eslovenia declaran su independencia. Comienza la guerra. Una ciudad es ocupada por los soldados liderados por Arkan. Arkan saquea y se hace rico gracias a la guerra. Muchas familias son asesinadas y desplazadas, desde el 91 en Croacia y desde el 92 en Bosnia. Los tigres hacen limpieza étnica, además de violaciones, deportaciones, ejecuciones, etc. Archivos de prensa, como de New York Times, sobre Arkan y de este grupo paramilitar, Los tigres. Arkan se desplaza a Kosovo después de la matanza de Srebrenica liderada por Arkan. Arkan se presenta a diputado por Kosovo, partido por la unidad serbia. El diputado vuelve a fijarse en el fútbol, crea un equipo y ahí llega a conocer a Svelana. En 1995 es declarado criminal de guerra por La Haya. Pese a eso, quiere hacerse del Estrella Roja, pero no puede y le proponen a Obilic. Obilic, en 1997 y 1998, gana la liga y el derecho a la previa de Champions. Jugará con Bayern. Cruce con el Atlético de Madrid. Jesús Gil viaja a Belgrado. Roberto Palomar, de Marca, habla del partido de vuelta en Serbia. Obilic y el Atlético juegan la eliminatoria para la UEFA y Arkan se queda en Belgrado, que la OTAN bombardeará en 1999. En el 2000, en el hall del intercontinental, es asesinado Arkan. No se sabe quién mandó a matar al tigre de los Balcanes. Una posibilidad es que fue ordenado por el círculo cercano de Milosevic.

	Música de cierre y créditos frase “Bill Shankly: no tenía razón. El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte”.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	En este caso continúa la historia anterior. Sería in media res True Crime Entrevista Narrador, recreación y varios archivos sonoros de distintas épocas.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético,	Un enfoque imparcial y bastante escéptico, ya que no da nada por sentado sin tener las “pruebas” Aitor Lagunas narra la historia con apoyo en algunas locuciones, para leer archivos de la época, de Andrea Ginés. Heterodiegético

narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora de todos los audios/sonidos,
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Tiene diseño musical propio y licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No

Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de Radio Primavera Sound https://www.primaverasound.com/es/radio/shows/brazalete-negro Este episodio en el siguiente enlace de spotify https://bit.ly/44VjXND También está disponible en Panenka podcast y se puede compartir el episodio en Facebook, Twitter, Whatsapp y Pinterest https://www.panenka.org/panenkapodcast/brazalete-negro-9-doble-asesinato-en-chamartin/ Plataformas disponibles: Apple, ivoox y Spotify.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio, imagen en el sitio web del tema o personaje, y cuentan con carátula propia para toda la serie que se puede reproducir.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En ig @brazaletenegropodcast en @revistapanenka @radioprimaverasound @estrelladamm Twitter: http://twitter.com/Primavera_Sound https://www.twitter.com/revistapanenka Y otras redes de Primavera Sound http://www.youtube.com/PrimaveraSoundTV https://amzn.to/Primavera2023 De Panenka https://www.facebook.com/RevistaPanenka https://www.youtube.com/PanenkaOrg Han hecho “lives”
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios,	No

transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Con el apoyo de cerveza Estrella Dahm. Sin marcas, solo la presentación y cierre con los créditos y la frase de que Bill Shankly no tenía razón “El fútbol a veces sí es una cuestión de vida o muerte”.

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Cuir / México
2. Nombre del episodio	Ya me cansé de buscar
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada 1
4. Año	2021 / julio
5. Duración	21' 30'
6. Productora	Esto no es radio y Erick Yáñez
7. Realizador/a	Erick Yáñez
8. Equipo:	Producido y editado por Erick Yáñez Ilustración de episodio de YOLOMA Música de distintos intérpretes que menciona al final del episodio
9. Descripción (Si es que la hay)	“Una serie documental en audio sobre personas LGBTQ+ y de identidades disidentes. Experimenta en oídos propios cómo se vive el amor, la identidad, el sexo, el género y las relaciones desde la piel de sus protagonistas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Para algunos hombres homosexuales, abrir Grindr para encontrar a la pareja ideal es un ciclo que parece que nunca acabará. Advertencias de contenido: situaciones sexuales explícitas, descripciones sobre depresión”.
11. Criterio de selección del podcast	Premio Gilberto Román Gallardo XII Edición de los premios Rostros de la Discriminación otorgados por la secretaría de gobernación por el episodio de Guz Guevara, de mayo de 2022. https://www.gob.mx/segob/prensa/anuncia-gobernacion-a-personas-ganadoras-de-la-xvii-edicion-del-premio-rostros-de-la-discriminacion-gilberto-rincon-gallardo Nominado mejor documental en audio, en los Documentary Awards de The International Documentary Association (IDA), por episodio Jorge, Dina y Dante. http://bit.ly/3JnmEhF Recomendado por Martín Cruz de Las Raras podcast en El País de España, como los mejores podcast 2022. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de personas e identidades LGBTQ+ En este episodio se cuenta la historia de Yair Rodríguez, quien después de un par de relaciones, de pocos y varios años, se aburre de buscar en apps de citas gays, como grindr, y encuentra el amor. Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	La historia sigue la estructura clásica aristotélica de Introducción, nudo y desenlace. El resumen de la historia es: Comienza con una nota de advertencia por el tipo de contenido Luego una marca de “Esto no es radio” Se escuchan mensajes de grindr, entre dos chicos, con música de fondo, y termina de golpe. Llega Yair, a la casa o sitio donde está Erick Erick Yáñez presenta Cuir, historias disidentes y dice que esta historia es real. Después de una lucha contra sus padres y familia, con quienes enfrentó la violencia doméstica, con motivo de su sexualidad, y de estar un chico tres meses, Yair se libera y decide “ser puta”. Descargó muchas apps de citas, y se junta con varios chicos. Yair se cogió una ETS. Fue al doctor y le encontraron gonorrea. Por ello dejó la app por muchos meses. Entra en depresión, sobre todo por sentirse solo. Pensaba que “tu familia siempre va a ser tu familia y te va a apoyar siempre, pero no es así”, “tienes que volver a ganarte su cariño y su respeto”. Es decir, enfrentas “No solo el rechazo a la sociedad sino también de tu núcleo íntimo y cercano como es la familia”, “y la discriminación por ser minorías sexuales”.

	“Grindr es el reflejo del hartazgo”. Lo deja de hacer, pero se siente solo, así que vuelve constantemente. Se cuestiona las relaciones y los vínculos que se hacen por internet. Así finalmente conoció a su actual chico en Grindr. Se enamora de un chico que nunca había besado a nadie en su vida y reafirma su relación, cuando él le dice que no quiere esconderse. Así termina la historia de Yair, quien, aburrido de no querer buscar más, encuentra en esta red social de citas el chico que, hasta ahora, le ha cambiado la vida. Cierra Erick, de Cuir, recomendando el podcast de sexualidad “coge rico y amar bonito” Marca de “Esto no es radio”.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo, es decir, desde el inicio Narrativo entrevista Narrador e historia de vida (El realizador es el narrador del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o	El periodista / narrador es parte de la historia, con algunas preguntas y opiniones, que no son juicios. Narrador homodiegético

investigador objetivo y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora. Diseño sonoro propio envolvente, con muchos efectos y audios en distintos planos, con el apoyo de música de distintos artistas.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Mención a un podcast “amigo”.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://estonoeradio.mx/programas/cuir Este primer episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3FybKV1 Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast, Bullhorn, podbean, podhero y amazon music.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto,	Descripción, audio y cuentan con carátula cada episodio de la serie

audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RSS: ig: https://www.instagram.com/cuirpodcast/?hl=es y conexión a linktr.ee/CUIRPodcast tw: cuirpodcast Se puede compartir en Facebook, LinkedIn y twitter de la productora
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede descargar. Dos Tráilers.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Cuenta con un tráiler de julio de 2019, 5 minutos: (ágil, lleno de voces y sonoridad, y termina con: “quienes han roto los discursos de lo que es ser normal”, “soy quién soy”, “cuir, historias disidentes” y otro tráiler titulado “antes de empezar: este podcast es para ti”, de julio de 2021, de 9 minutos. Cuenta la historia de su pódcast anterior y de cómo ahora salió del “clóset” y “se enamoró”; terminó yendo a terapia; tomó el hábito de grabarse, expresando emociones atoradas por tanto tiempo. Empezó a hablar con otros, a compartir lo que le que pasaba y se dio cuenta que a otros también le pasaban cosas, tan parecidas como a las de él. Primera temporada sobre la base de un taller, en la que los participantes trajeron sus historias. 13 episodios la primera temporada 15 episodios la segunda temporada.

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Cuir / México
2. Nombre del episodio	No le cuentes a nadie
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada 1
4. Año	2021 / julio
5. Duración	51' 18'
6. Productora	Esto no es radio y Erick Yáñez
7. Realizador/a	Erick Yáñez
8. Equipo:	Eduardo Serralde y Erick Yáñez. Ilustración de episodio de Jafet Arellano La música de este episodio es de Zeta, Xylo-Ziko, Rest You Sleeping Giant, Nctnm, La Sonora Dinamita, Kai Engel, Ennio, Ritchie Everett, Edoy, Daniel Birch, Cryptic Scenery y Blear Moon. Visita https://estonoeradio.mx/programas/cuir para más detalles y más historias para seguir viviendo”
9. Descripción (Si es que la hay)	“Una serie documental en audio sobre personas LGBTQ+ y de identidades disidentes. Experimenta en oídos propios cómo se vive el amor, la identidad, el sexo, el género y las relaciones desde la piel de sus protagonistas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Manuel creció creyendo que el VIH era lo peor que le podía pasar a alguien, y que era algo de lo que no se tenía que hablar. Hasta que abrió Twitter”. Advertencias de contenido: situaciones sexuales explícitas, lenguaje discriminatorio y ansiedad relacionada a un diagnóstico de VIH Producido por Síguenos en Twitter y cuenta tu historia.
11. Criterio de selección del podcast	Premio Gilberto Román Gallardo XII Edición de los premios Rostros de la Discriminación otorgados por la secretaría de gobernación por el episodio de Guz Guevara, de mayo de 2022. https://www.gob.mx/segob/prensa/anuncia-gobernacion-a-personas-ganadoras-de-la-xvii-edicion-del-premio-rostros-de-la-discriminacion-gilberto-rincon-gallardo Nominado mejor documental en audio, en los Documentary Awards de The International Documentary Association (IDA), por episodio Jorge, Dina y Dante. http://bit.ly/3JnmEhF

	Recomendado por Martín Cruz de Las Raras podcast en El País de España, como los mejores pódcast 2022. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html
Narrativa	Descripción y añakissu
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de personas e identidades LGBTQ+ En este episodio se cuenta la historia de Manuel quien es diagnosticado de VIH y debe aprender a vivir con él. Todo cambia con un mensaje de twitter.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	La historia sigue la estructura clásica aristotélica de introducción, nudo y desenlace. El resumen de la historia es: Comienza con una nota de advertencia por el tipo de contenido Luego una marca de “Esto no es radio” Presenta brevemente la historia de Manuel quien tenía actitudes irresponsables en su sexualidad y era criticado por sus amigos. Así coge el VIH sin saberlo. Presentación de Erick Yáñez, de Cuir, es la historia de Manuel León (se cambia el nombre para proteger al protagonista) producida por Eduardo Serralde. Siempre quería ser aviador, y ve una oportunidad para ello en Royal Caribbean. Le piden prueba de VIH. Se lo hace y le llega un correo urgente. Llama a la doctora. La forma en la que le dicen lo derrumba enfermedad urinaria, problema a la cadera y VIH reactivo. Después de ser rechazado en este trabajo y sufrir discriminación en otro, decide poner una queja en la inspección laboral. Nunca pasó nada.

	A partir de esta historia hizo un hilo en Twitter que se volvió viral. La mayor justicia que logró fue hacerlo publico y visibilizar y ayudar a otros. Da acompañamiento y orientación a personas para la prevención y detección con VIH y detección VIH. Está con tratamiento retroviral desde 2020. Cierra con créditos, producida por Eduardo Serralde, producción general y diseño sonoro de Erick, y un equipo de Cuir. Recomienda el pódcast de sexualidad “coge rico y amar bonito”. Marca de “Esto no es radio”
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Ab ovo, es decir, desde el inicio Narrativo entrevista Narrador e historia de vida (El realizador es el narrador del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y	El periodista / narrador es parte de la historia, con algunas preguntas y opiniones, que no son juicios. Narrador homodiegético.

narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora. Muy sonoro, con efectos, ambientes, voces de activistas VIH. Descriptivo Licenciado Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Una mención
Publicación y distribución	
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto,	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://estonoeradio.mx/programas/cuir Este segundo episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3nBd1Vo Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast, Bullhorn, podbean, podhero y amazon music. Descripción, audio y cuentan con carátula cada episodio de la serie.

audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/cuirpodcast/?hl=es y conexión a linktr.ee/CUIRPodcast tw: cuirpodcast Se puede compartir en Facebook, LinkedIn y twitter de la productora
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede descargar
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
	Información que se entrega al final del pódcast: “Servicios: Si tú o alguien que conoces necesita atención especializada, revisa la siguiente información: VIH Libre: Programa activo de apoyo para personas con VIH y aliadxs. Ofrece apoyo psicológico y orientación médica en comunidad Inspira Cambio: Ofrece servicios de atención integral que incluye acompañamiento durante y después de pruebas de detección de VIH, además de conversatorios y concursos. AHF México, A.C.: Ofrece atención gratuita y acompañamiento, pruebas rápidas de VIH y vinculación a otros servicios”

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Cuir / México
2. Nombre del episodio	Jorge, Gina y Dante
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	7 / temporada 1
4. Año	2021 / septiembre
5. Duración	1 hora y 42"
6. Productora	Esto no es radio y Erick Yáñez
7. Realizador/a	Erick Yáñez
8. Equipo:	Producido por Erick Yáñez y Dante Ureta. Diseño sonoro de Erick Yáñez. Ilustración de Tomás Cervantes, Música con licencia, extraída de epidemesound, freemusicarchive y otros sitios.
9. Descripción (Si es que la hay)	"Una serie documental en audio sobre personas LGBTQ+ y de identidades disidentes. Experimenta en oídos propios cómo se vive el amor, la identidad, el sexo, el género y las relaciones desde la piel de sus protagonistas".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Dante y Jorge transicionaron, aunque no de la misma forma. Jorge (o Gina, como le llaman sus amigas) lo hizo en los ochenta, y Dante, hace apenas dos años. Y es a través de sus historias que ambos descubren que no basta con encontrarse para lograr entenderse". Advertencias de contenido: discusión sobre disforia de género.
11. Criterio de selección del podcast	Premio Gilberto Román Gallardo XII Edición de los premios Rostros de la Discriminación otorgados por la secretaría de gobernación por el episodio de Guz Guevara, de mayo de 2022. https://www.gob.mx/segob/prensa/anuncia-gobernacion-a-personas-ganadoras-de-la-xvii-edicion-del-premio-rostros-de-la-discriminacion-gilberto-rincon-gallardo Nominado mejor documental en audio, en los Documentary Awards de The International Documentary Association (IDA), por episodio Jorge, Dina y Dante. http://bit.ly/3JnmEhF Recomendado por Martín Cruz de Las Raras podcast en El País de España, como los mejores podcast

	2022. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de personas e identidades LGBTQ+ En este episodio se cuenta la historia de Dante, un chico trans y la búsqueda de su sentido de vida, a través de la historia de vida de Jorge, un trans de 50 años, quien debió vivir en su tiempo la discriminación y el rechazo.
13. Historias personales, historias históricas.	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Sigue una estructura de contrapunto. El resumen de la historia es: Comienza con una nota de advertencia por el tipo de contenido Luego una marca de “Esto no es radio” Dante Ureta, productor del episodio es el protagonista de la historia. Psicólogo, chico trans, 24 años, quien a los 22 comenzó la transición. Se pregunta por aquellas personas que tuvieron que ocultar su verdad. Que hicieron la lucha antes y vivieron la discriminación. Muchos de ellos que han sido matados. Quiere dejar memoria histórica a través de este episodio. Presentación del pódcast. En este caminar, Dante Conoció a Jorge (Gina). De 50 años, quien trabaja en un salón unisex. Cuentan sus historias de trans, de las hormonas, de su transición. Paisajes sonoros del barrio y del salón e intercambio de diálogos entre ellos. Dante entrevista a Gina. Ella cuenta su historia desde la infancia, cuando en los años 60 existía el primer club gay y comenzó a pintarse cuando nadie

	lo hacía. En ese tiempo, los policías les pegaban y los llevaban unas horas a la cárcel como castigo por ser gays. De ahí paso al transformismo y llegan los años 80, la década del sida. Cuenta como comenzó la transición con hormonas y decidió no operarse sabiendo las historias de otras. Mientras, en 2017, Dante se identificó como no binario, ni como hombre ni como mujer. Decide operarse. Después va a un comercial, al que lo habían invitado del mundo LGBTQ+. Decide ir. Lo tomó como el “sueño” de Jorge /Gina y para los que vengan después. Jorge, en tanto, se arrepiente de cosas, pero ha sido feliz. Su familia, que ahora lo cuida, le ha pedido perdón después de todo el rechazo que vivió. Cierra con créditos. Recomienda el podcast de sexualidad “coge rico y amar bonito”. Marca de “Esto no es radio”
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción)	Ab ovo, es decir, desde el inicio Narrativo Entrevista, crónica, paisaje sonoro. Narrador e historia de vida (El realizador es el narrador del podcast)

(recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador objetivo y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador es parte de la historia, con algunas preguntas y opiniones, que no son juicios. Narrador autodiegético (Dante)
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora. Diseño sonoro propio envolvente, con muchos efectos y audios en distintos planos, con el apoyo de música de distintos artistas. Descriptivo Licenciado. Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Una mención
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps,	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://estonoeradio.mx/programas/cuir

plataformas de podcasts, radios, etc.)	Este séptimo episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3ZsZ8G1
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast, Bullhorn, podbean, podhero y amazon music.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Descripción, audio y cuentan con carátula cada episodio de la serie En RSS: ig: https://www.instagram.com/cuirpodcast/?hl=es y conexión a linktr.ee/CUIRPodcast tw: cuirpodcast Se puede compartir en Facebook, LinkedIn y twitter de la productora
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede descargar
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Cuir / México
2. Nombre del episodio	Los juicios de Guz Guevara
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	14 / temporada 2 (primero de la 2da temporada)
4. Año	2022 / mayo
5. Duración	55'10
6. Productora	Esto no es radio y Erick Yáñez
7. Realizador/a	Erick Yáñez
8. Equipo:	Producido por Erick Yáñez y Elisa Ayala Diseño sonoro de Erick Yáñez. Licencia de Audio Soto
9. Descripción (Si es que la hay)	“Una serie documental en audio sobre personas LGBTQ+ y de identidades disidentes. Experimenta en oídos propios cómo se vive el amor, la identidad, el sexo, el género y las relaciones desde la piel de sus protagonistas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Guz siempre ha levantado la voz para defender los derechos de las personas, hasta que una cita de Grindr pone a prueba todo lo que ha construido a lo largo de su carrera”
11. Criterio de selección del pódcast	Premio Gilberto Román Gallardo XII Edición de los premios Rostros de la Discriminación otorgados por la secretaría de gobernación por el episodio de Guz Guevara, de mayo de 2022. https://www.gob.mx/segob/prensa/anuncia-gobernacion-a-personas-ganadoras-de-la-xvii-edicion-del-premio-rostros-de-la-discriminacion-gilberto-rincon-gallardo Nominado mejor documental en audio, en los Documentary Awards de The International Documentary Association (IDA), por episodio Jorge, Dina y Dante. http://bit.ly/3JnmEhF Recomendado por Martín Cruz de Las Raras podcast en El País de España, como los mejores pódcast 2022. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de personas e identidades LGBTQ+ En este episodio se cuenta la historia de Guz, un activista por los derechos sexuales, quien debe enfrentar lo peor después de una cita de grindr. Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	La estructura es clásica aristotélica siguiendo introducción, nudo y desenlace El resumen de la historia es: Comienza con una nota de advertencia por el tipo de contenido Luego una marca de “Esto no es radio” Comienza con la historia de Guz, quien se hizo una cuenta en Manhunt. Conoció a alguien por este sitio, en San Luis de Potosí. El chico le dijo cómo te reconozco y Guz le dijo que ando en sillas de ruedas. A partir de este episodio decidí decirles a los hombres que tenía una discapacidad. Sin embargo, algo terrible pasó en dicha cita. Presentación del podcast. Se juntó con un chico por una app, le dijo que era discapacitado y él dijo que no es problema. Lleva un vino que estaba abierto y lo toma, y pierde el conocimiento. Despierta tirado en el suelo, sin lentes, desorientado, sus calzoncillos a mitad de rodillas, dolor en el brazo y dolor rectal. Le había robado y además abusado. Lo llevan al hospital. Se decide a denunciar, aunque la policía omitió el abuso, solo el robo a casa habitada. Decidió reconstruir la historia, se hizo exámenes, etc. Para poder capturarlo. Ocupó sus contactos como activista, para mover su carpeta a una fiscalía especializada.

	Finalmente avanza el caso, pero no cómo esperaba. Sigue reconstruyendo los hechos y llega a Uber, y logra identificarlo. Logran detenerlo. Decidió afrontar la audiencia. El juez determinó que sí había pruebas y pasó el caso a investigación complementaria mientras el agresor está en prisión preventiva. En marzo 2022 el agresor fue procesado por 11 años y reparación de los daños. Y Guz comenzó a rapear...su vida cambió. Cierra con créditos y un equipo de Cuir. Recomienda el podcast de sexualidad “coge rico y amar bonito”. Marca de “Esto no es radio.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Ab ovo, es decir, desde el inicio Narrativo Entrevista, crónica, paisaje sonoro Narrador e historia de vida (El realizador es el narrador del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast y el compromiso que toma el autor/creador 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o	El periodista / narrador es parte de la historia, con algunas preguntas y opiniones, que no son juicios. Narrador homodiegético.

autodiegético, narrador heterodiegético o investigador objetivo y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciado.
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiación y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	Mención a un podcast “amigo”.
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://estonoeradio.mx/programas/cuir Este episodio catorce se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3K2ksMS Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast, Bullhorn, podbean, podhero y amazon music.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto,	Descripción, audio y cuentan con carátula cada episodio de la serie

audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/cuirpodcast/?hl=es y conexión a linktr.ee/CUIRPodcast tw: cuirpodcast Se puede compartir en Facebook, LinkedIn y twitter de la productora
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede descargar
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Se puso links al final de este episodio con ayuda para aquellas personas víctimas de violencia sexual.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Cuir / México
2. Nombre del episodio	Rueda, cae, levántate. Repite.
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	19 / temporada 2 (6to de esta segunda temporada)
4. Año	2022 / julio
5. Duración	57'
6. Productora	Esto no es radio y Erick Yáñez
7. Realizador/a	Erick Yáñez
8. Equipo:	Este episodio fue co-producido por Esto No es Radio. Guion y producción: Fernando "Micro" Hernández Becerra. Diseño sonoro de Luis Raúl López. Productor general: Erick Yáñez Ilustración de Fabiana Andrade Música de distintos intérpretes que menciona al final del episodio
9. Descripción (Si es que la hay)	"Una serie documental en audio sobre personas LGBTQ+ y de identidades disidentes. Experimenta en oídos propios cómo se vive el amor, la identidad, el sexo, el género y las relaciones desde la piel de sus protagonistas".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Dannie Darko formó parte de una de las primeras ligas de Roller Derby en México. Y cuando decidió transicionar, tuvo que elegir entre lo que más amaba, o ser él mismo". Sigue a Darko en redes sociales. Lo encuentras como @danniedarko
11. Criterio de selección del pódcast	Premio Gilberto Román Gallardo XII Edición de los premios Rostros de la Discriminación otorgados por la secretaría de gobernación por el episodio de Guz Guevara, de mayo de 2022. https://www.gob.mx/segob/prensa/anuncia-gobernacion-a-personas-ganadoras-de-la-xvii-edicion-del-premio-rostros-de-la-discriminacion-gilberto-rincon-gallardo Nominado mejor documental en audio, en los Documentary Awards de The International Documentary Association (IDA), por episodio Jorge, Dina y Dante. http://bit.ly/3JnmEhF

	Recomendado por Martín Cruz de Las Raras podcast en El País de España, como los mejores pódcast 2022. https://elpais.com/television/2022-12-30/los-mejores-podcasts-del-ano-para-los-creadores-de-audio-en-espanol.html
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de personas e identidades LGBTQ+ En este episodio se cuenta la historia de Darko, un chico dedicado al roller derby -un juego rudo- quien decide transicionar. Deberá optar entre él y lo que más quiere.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	La historia sigue la estructura clásica aristotélica, de Introducción, nudo y desenlace. El resumen de la historia es: Comienza con una nota de advertencia por el tipo de contenido. Luego una marca de “Esto no es radio” Lo que más ama es nadar, dice Darko, y cuando cogió los patines sintió algo similar. Esta es su historia en torno al roller derby y su transición. Presentación del pódcast. Dani Darko es un atleta trans de 32 años, que ama los patines, el roller derby. Nos invita a ponerse en sus patines. Lleva 13 años patinando. Cuenta su historia. No podía verse al espejo. Odiaba su cuerpo y también lo complejo de armar relaciones y que lo aceptaran. Cuenta cómo ha sido su historia con el roller. No hablaba eso sí de su género, más aún, porque era una liga muy machista y homofóbica. Encontró referentes en el roller que le inspiraron, como una grande del roller norteamericano, y su

	pareja era un hombre trans, quien le explicó y lo orientó para iniciar esta etapa de transición. Llegó a México y fue a la clínica, para comenzar su terapia de reemplazo hormonal y se lo cuenta a su chica, en quien encontró su aceptación. Y después le cuenta a su equipo de roller que era un hombre trans, quienes se burlaron, muy distinto a lo que él pensaba. Pensó que era su familia inclusiva, pero se equivocó y decepcionó. Era un equipo heteronormado, dice Darko, quien sintió que le estaban dando la espalda, además de su madre que estaba enferma. Todo esto le generó ansiedad. Renunció al equipo y se fue a otro, donde se presentó como hombre trans con su nuevo equipo de chicas. Quería grandes ligas y se fue a EEUU, Portland. Nadie es enteramente straight sino que queer, dice Darko, ante la pregunta de Erick. Lograron un gran triunfo que cambió su vida, con los grandes de las ligas de roller. Clasificaron al All stars. Pero vino el lockdown y pasaron 2 meses. Se le acaba la visa, pero no quería irse. Regresó a México y decidió seguir su proceso. Decide operarse, con apoyos de personas de distintas partes aprovechando sus contactos. El 3 de diciembre de 2020 fue su cirugía. Cinco meses disfrutó a su madre y murió. Está intentando volver al roller y volvió a nadar. Se volvió a sentir libre. Aunque las transiciones no terminan, dice Darko. Era necesario para el hormonarse y hacerse la cirugía. Y decide pasar al activismo para que otras personas puedan seguir su camino de lucha y aceptación. Rose City Roller volverá después de la pandemia y es posible que Dani vuelva a portland. Cierra Erick, de Cuir, con los créditos e invitación a seguirlos en las redes y a opinar de esta historia.

	Marca esto no es radio.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo, es decir, desde el inicio Narrativo entrevista Narrador e historia de vida (El realizador es el narrador del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast y el compromiso que toma el autor/creador 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador es parte de la historia, con algunas preguntas y opiniones, que no son juicios. Narrador homodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Muy buena calidad sonora. Principalmente es una historia que se cuenta sola, con la historia del protagonista y muchos sonidos de apoyo y escenas sonoras detrás asociadas al tema del roller u otros. Descriptivo y narrativo

23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://estonoeradio.mx/programas/cuir Este 19 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3ZtCilq Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast, Bullhorn, podbean, podhero y amazon music.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula cada episodio de la serie
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/cuirpodcast/?hl=es y conexión a linktr.ee/CUIRPodcast tw: cuirpodcast Se puede compartir en Facebook, Linkedin y twitter de la productora
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede descargar
Otros	Observaciones, comentarios, etc.

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Así como suena / México
2. Nombre del episodio	Pies migrantes
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	113 / temporada 7
4. Año	2022 / 29 de junio
5. Duración	26'
6. Productora	Puro Contenido
7. Realizador/a	Galia García
8. Equipo:	Producción, Mezcla, diseño sonoro, y la música de BHD estudios Dirección de producción: Mariana Linares Directora editorial: María Scherer y todo lo demás Yissel Ibarra Presentador de las historias: Carlos Puig.
9. Descripción (Si es que la hay)	“En Así como suena contamos historias: historias de amor y de odio, de crimen, de política, de corrupción, de vida cotidiana. Nuestro extraordinario equipo de reporteros no se queda en la superficie, en la nota. Cava profundo. Y te ofrece piezas sonoras extraordinarias; historias que merecen ser escuchadas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“¿Qué hace a alguien caminar cuatro mil kilómetros y enfrentarse a todo, incluso a Donald Trump? Hace unos meses, miles de hondureños, guatemaltecos y salvadoreños de la Primera Caravana Migrante pararon en Ciudad de México en su éxodo al norte. Llegaron con los pies destrozados, pero no perdían la fuerza para llegar hasta la frontera. En ese momento no sabíamos que atrás vendrías muchos más. Escucha esta historia contada por Galia García Palafox”
11. Criterio de selección del podcast	Nominado mejor podcast internacional 2022 en iHeart Radio Podcast Awards El episodio El color de la belleza, de febrero de 2020, fue galardonado con la Mención Honorífica del premio Rostros Contra la Discriminación de CONAPRED, 2020, México. Premio Nacional de Periodismo 2018 por “El hombre que no estuvo aquella noche en Iguala”, en categoría reportaje.

	El episodio La ciudad se queda sin palmeras ganó el primer lugar en el premio alemán de periodismo Walter Reuters 2022. http://www.papwr.org/ganadores-2022/ en la categoría radio, televisión y multimedia
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de personas migrantes centroamericanos que emprenden una larga y dura travesía para llegar a Estados Unidos. Historias históricas.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	La historia tiene la estructura de maestra de replay. El resumen de la historia es: Presentación del episodio haciéndose la pregunta por qué hace caminar 4 mil kilómetros para llegar a los Estados Unidos. Son miles de salvadoreños, hondureños, guatemaltecos, etc. que no se conocían y arman caravana para salir de la pobreza y solucionar la falta de empleo. Se escuchan testimonios de migrantes, quienes cuentan cómo viven para caminar, al menos zapatos de plástico, sombrero y mochila. Son 26 días caminando, 13 horas diarias. En la ciudad de México se arma un campamento, con 8 mil pies de hombres lastimados. Se describe este “escenario” con toda esta gente acampando, la ayuda del gobierno de la ciudad de México y de organizaciones como World Visión, Oxfam, etc. Un migrante cuenta cómo se arma la caravana y como él y su hijo Ezequiel salieron de San Pedro Sula en Honduras. Después se escucha la historia de una mujer hondureña, quien sacó solo la ropa de ellas y sus papeles. Todos tienen hechos de violencia que contar, dice la narradora Galia, y el efecto que tienen las pandillas, como Los Maras, para motivar a salir de su país.

	La vida que van buscando y la que dejaron es gran parte de la conversación durante la caravana. Hablan niños y padres, quienes cuentan lo que quieren hacer en Estados Unidos: trabajar, estudiar, etc. Ante las amenazas de Trump, la idea es quedarse en México o intentar llegar y pedir asilo. Voluntarios explican el proceso a la narradora y a los migrantes acampados. Explican que es muy peligroso cruzar con coyotes, ya que los abandonan y les roban todo, además los militares federales los pueden apresar y devolver. Hablan de sus sueños y del derecho que creen tener estas 4 mil personas de llegar a la “tierra prometida”. Mientras cuentan aquello, ellos buscan sanarse y tener piernas fuertes. Tienen fe en dios, que llegarán a su destino. Cierre créditos en la voz de Carlos Puig.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevista, crónica, algo de paisaje sonoro Narradora (la realizadora es la narradora del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	La periodista investiga la historia; no emite juicios

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador objetivo y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	Narrador heterodiegético.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Buena calidad sonora. Diseño sonoro simple, pero efectivo con audios ambientes y música que separa algunas escenas.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio.
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://asicomosuena.mx/asi-como-suena Este episodio se puede escuchar en Spotify en https://bit.ly/3Js95UP Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast y deezer

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Cuentan con carátula para cada episodio, guardando el mismo diseño de base.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: Facebook: https://www.facebook.com/asicomosuenamx ig: https://www.instagram.com/asicomosuenamx/ tw: https://twitter.com/asicomosuenamx se puede compartir en twitter, Facebook y linkedin.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Tienen newsletter al que se puede suscribir y cuentan con app, que se puede descargar en play store y app store.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Comenzaron en octubre de 2016, con el episodio 0 Corazón de escolta, de 25 min. Después de 7 años, llevan 288 episodios publicados a diciembre de 2023.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Así como suena / México
2. Nombre del episodio	Qué hay detrás de una taza de café
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	224 / temporada 7
4. Año	2022 / 31 de enero
5. Duración	21'
6. Productora	Puro Contenido
7. Realizador/a	Orsetta Bellani
8. Equipo:	Directora editorial: María Scherer Producción ejecutiva: Yissel Ibarra Consola y edición: Hugo Santos y Santiago Mijares Coordinadora de producción: Andrea Hispano
9. Descripción (Si es que la hay)	“En Así como suena contamos historias: historias de amor y de odio, de crimen, de política, de corrupción, de vida cotidiana. Nuestro extraordinario equipo de reporteros no se queda en la superficie, en la nota. Cava profundo. Y te ofrece piezas sonoras extraordinarias; historias que merecen ser escuchadas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Tomamos café con leche o negro, con azúcar o amargo. Espresso, americano, turco o con prensa francesa. Tomamos café para despertarnos o concentrarnos en el trabajo, y lo usamos como pretexto para encontrarnos con una amiga. El café es la segunda bebida más consumida en el mundo, después del agua. A pesar de que el comercio del grano mueve millones de dólares, quienes lo producen viven en pobreza. Hasta ahora, que el precio del café está por las nubes. Nos los cuenta Orsetta Bellani”
11. Criterio de selección del pódcast	Nominado mejor pódcast internacional 2022 en iHeart Radio Podcast Awards El episodio El color de la belleza, de febrero de 2020, fue galardonado con la Mención Honorífica del premio Rostros Contra la Discriminación de CONAPRED, 2020, México. Premio Nacional de Periodismo 2018 por “El hombre que no estuvo aquella noche en Iguala”, en categoría reportaje.

	El episodio La ciudad se queda sin palmeras ganó el primer lugar en el premio alemán de periodismo Walter Reuters 2022. http://www.papwr.org/ganadores-2022/ en la categoría radio, televisión y multimedia
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de las personas que están detrás de quienes producen el café, una historia de pobreza y deshumanización.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	La historia es contada utilizando la estructura maestra de replay. El resumen de la historia es: Comienza la historia planteándose que después de beber agua lo que más bebemos los hombres es el café. Se presenta el episodio que hará Orsetta en Chiapas sobre la gran diferencia que existe entre consumidores, distribuidores y productores de café Se hace una breve radiografía de esta bebida y un testimonio de la organización internacional del café asegura que el precio está alto debido a la escasez. Además, el cambio climático ha afectado la producción en Brasil y el comercio se ha afectado por la pandemia. Son 1.400 millones de tasas diarias y su precio varía entre medio dólar y 8 dólares ONG Impacto Café asegura que las grandes empresas que comercializan el café a nivel mundial pagan una miseria al campesino y esto depende de cuánto se valora su precio en la bolsa Un campesino explica todo el trabajo que tiene el café: proceso de madurar, cortar, secarlo y salir a venderlo. Aunque ganan el doble ahora, no compensa lo que cuesta hacer el café. Preferiría un precio fijo.

	Esta es la paradoja del grano: se producen millones, pero quienes lo producen viven en pobreza. La periodista viajó a la selva para ver esta realidad: habla una mujer de una cafetería del pueblo, Cristina Méndez, codirectora de un grupo de empresas de economía social y solidaria, quien trabaja con más de 300 familias indígenas que viven en pobreza extrema. Buscan no replicar procesos convencionales e incluir a la familia en toda la cadena de valor del café. Desde el cafetal hasta la taza se hace un proceso agroecológico, cuenta Cristina Entrevista a especialista para saber cuál es el problema: Jesús Salazar cuenta que esto viene desde los tiempos de la colonia. Dice que requiere una legislación, porque hay ausencia de regulación. Testimonios confirman que falta voluntad política y políticas públicas. Hay intereses políticos y empresariales detrás de la taza de café, y también trabajadores que piden trato y comercio justo. “habemos muchos bebedores de café que también deseamos que así sea”, dice Orsetta al cerrar el episodio. Cierre créditos en la voz de Carlos Puig.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión,	Ab ovo, es decir, planteando el tema desde la realidad actual que viven los productores de café en Chiapas y comienza la historia; flash back Narrativo Entrevista, crónica, algo de paisaje sonoro. Narradora (El realizador es la narradora del pódcast)

narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	La periodista investiga la historia; no emite juicios, excepto al cierre del episodio cuando se compromete con la realidad de estos productores indígenas empobrecidos Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Calidad sonora media, algunos audios con eco. Regular. Diseño sonoro casi inexistente Decorativos Propio Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia:	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio

dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	https://asicomosuenamx/asi-como-suenamx Este episodio se puede escuchar en Spotify en https://bit.ly/3Nttmo8 Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast y deezer
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula para cada episodio, guardando el mismo diseño de base.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: Facebook: https://www.facebook.com/asicomosuenamx ig: https://www.instagram.com/asicomosuenamx/ tw: https://twitter.com/asicomosuenamx se puede compartir en twitter, Facebook y linkedin.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Tienen newsletter al que se puede suscribir y cuentan con app, que se puede descargar en play store y app store.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Así como suena / México
2. Nombre del episodio	Cuando tu seguro no te cura
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	240 / temporada 7
4. Año	2022 / agosto
5. Duración	23' 11"
6. Productora	Puro contenido
7. Realizador/a	Carmina de la Luz.
8. Equipo:	Directora editorial: María Scherer Producción ejecutiva: Yissel Ibarra Consola y edición: Hugo Santo y Patricio Mijares Coordinadora de producción: Andrea Hispano Presentador de las historias Carlos Puig.
9. Descripción (Si es que la hay)	“En Así como suena contamos historias: historias de amor y de odio, de crimen, de política, de corrupción, de vida cotidiana. Nuestro extraordinario equipo de reporteros no se queda en la superficie, en la nota. Cava profundo. Y te ofrece piezas sonoras extraordinarias; historias que merecen ser escuchadas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Miles de personas en México recurren a los seguros de gastos médicos mayores para la eventualidad de una emergencia de salud. Lo que no pocos descubren, para mal, es que cuando más necesitan el respaldo de un servicio que pagaron por años, terminan en situaciones en las que la aseguradora no responde como ellos hubieran esperado. ¿De quién es la responsabilidad cuando un seguro falla tus expectativas? Te presentamos cuatro casos donde los pacientes enfrentaron un sistema fallido en donde hospitales, médicos, compañías aseguradoras e incluso, en algunos casos, los pacientes tienen algo de responsabilidad”
11. Criterio de selección del pódcast	Nominado mejor pódcast internacional 2022 en iHeart Radio Podcast Awards El episodio El color de la belleza, de febrero de 2020, fue galardonado con la Mención Honorífica del premio Rostros Contra la Discriminación de CONAPRED, 2020, México.

	Premio Nacional de Periodismo 2018 por “El hombre que no estuvo aquella noche en Iguala”, en categoría reportaje. El episodio La ciudad se queda sin palmeras ganó el primer lugar en el premio alemán de periodismo Walter Reuters 2022. http://www.papwr.org/ganadores-2022/ en la categoría radio, televisión y multimedia
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	La historia de cuatro personas que deben recurrir al seguro médico en caso de enfermedades. Sin embargo, la experiencia no ha sido la que esperaban. Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra paralela. El resumen de la historia es: Presentación del pódcast Así como suena, historias que merecen ser escuchadas... Presentación del episodio de Carlos Puig: la compra de un seguro médico que no es tal como pensábamos. Son 4 historias sucesivas, que dan cuenta de los fallos del sistema: Antonio que sufrió un infarto, pese a llevar más de una década pagando un seguro, éste no respondió del todo y finalmente él murió en un segundo infarto; Selene quien se lesionó en una práctica para su examen final; Viana con un problema al hígado; y Teresa con una oclusión intestinal. Se incorporan testimonios de vendedor de seguros, de una médica y de un abogado. Esto refleja las fallas del sistema del seguro médico en México, donde, lamentablemente, la víctima siempre es el paciente. Cierre créditos en la voz de Carlos Puig.

15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo, es decir, por el inicio. Narrativo Entrevista Narradora (El realizador es la narradora del pódcast)
19. Perspectiva autorral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal.	El periodista / narrador no emite juicios. Narradora heterodiegética.
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Calidad sonora buena. Diseño sonoro simple pero efectivo con música y efectos de sonido. Descriptivos Propio

24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://asicomosuena.mx/asi-como-suena Este episodio se puede escuchar en Spotify en https://bit.ly/3NNEWMf Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast y deezer Descripción, audio y cuentan con carátula para cada episodio, guardando el mismo diseño de base. En RRSS: Facebook: https://www.facebook.com/asicomosuenamx ig: https://www.instagram.com/asicomosuenamx/ tw: https://twitter.com/asicomosuenamx se puede compartir en twitter, Facebook y linkedin. Tienen newsletter al que se puede suscribir y cuentan con app, que se puede descargar en play store y app store.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Así como suena / México
2. Nombre del episodio	Desapariciones de Estado, primera parte
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	276 / temporada 8
4. Año	2023 / 15 de junio
5. Duración	31' 12"
6. Productora	Puro Contenido
7. Realizador/a	París Martínez, del colectivo Fue el Estado y parte de DATA Cívica
8. Equipo:	Directora editorial: María Scherer Producción ejecutiva: Yissel Ibarra Editores: Galia García y Salvador Camarena Consola y edición: Hugo Santo y Patricio Mijares Coordinadora de producción: Rosana Díaz Presentador de las historias Carlos Puig.
9. Descripción (Si es que la hay)	"En Así como suena contamos historias: historias de amor y de odio, de crimen, de política, de corrupción, de vida cotidiana. Nuestro extraordinario equipo de reporteros no se queda en la superficie, en la nota. Cava profundo. Y te ofrece piezas sonoras extraordinarias; historias que merecen ser escuchadas".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Saúl Becerra no conoció a los hermanos Carlos y José Luis Guzmán, pero sus historias se cruzan en el desierto de Chihuahua hasta volverse una misma, junto con las historias de cientos, quizás miles de personas más, que comparten un común denominador: todas murieron por ser inocentes, sin vínculo alguno con actividades ilícitas; por estar indefensos, vulnerables; y por haberse cruzado con las fuerzas públicas, en esta guerra mexicana contra el crimen organizado que ha durado ya 16 años. París Martínez, de Animal Político y Data Cívica, el académico Jacobo Dayán y un grupo de periodistas se propusieron identificar esos asesinatos arbitrarios. Crearon un robot que identificó más de 66 mil homicidios en los que estuvo involucrada la autoridad. De estos al menos 857 fueron ejecuciones extrajudiciales. Uno de los patrones que encontraron, el que se cuenta en este episodio es de las víctimas a las que las autoridades les crearon falsos delitos o pasados delictivos. París Martínez se lo cuenta.

11. Criterio de selección del podcast	Nominado mejor podcast internacional 2022 en iHeart Radio Podcast Awards El episodio El color de la belleza, de febrero de 2020, fue galardonado con la Mención Honorífica del premio Rostros Contra la Discriminación de CONAPRED, 2020, México. Premio Nacional de Periodismo 2018 por “El hombre que no estuvo aquella noche en Iguala”, en categoría reportaje. El episodio La ciudad se queda sin palmeras ganó el primer lugar en el premio alemán de periodismo Walter Reuters 2022. http://www.papwr.org/ganadores-2022/ en la categoría radio, televisión y multimedia
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de Saúl, Carlos y José Luis, tres historias que se entrecruzan. Tres desaparecidos y asesinados por fuerzas del Estado por cometer ningún delito
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra paralela. El resumen de la historia es: Presentación del podcast Así como suena, historias que merecen ser escuchadas. Presentación del episodio de Carlos Puig. Testimonio de personas que hablan de personas/familiares desaparecidos y se escuchan disparos, ráfagas, etc. Habla París, habla del fracaso; de los años que se lleva hablando de desaparecidos y asesinados, en 16 años de guerra entre el estado y el crimen organizado. Fracasos acumulados de las autoridades. Esta serán las historias de las víctimas de estos fracasos: de Saúl, Carlos y José Luis.

	Militares detienen a Saúl, mientras lavaba su auto. Su esposa Brenda intenta atajarlo, pero lo suben a una tanqueta, junto a otros 4 hombres, el 21 de octubre de 2008, en Chihuahua, municipio de Ciudad Juárez. Lo llevaron al regimiento en ciudad Juárez. Fueron torturados 8 días, y fueron obligados a firmar una declaración de que eran parte de una célula de delincuencia organizada. Saúl murió producto de las torturas. 5 meses después fue encontrado el cadáver momificado de Saúl. En febrero de 2020, periodistas y académicos comenzaron la búsqueda de las historias de personas inocentes a manos de las autoridades. Data cívica creó un robot virtual para investigar la cobertura de este tipo de casos. Más de 66 mil homicidios encontraron, pero no se sabía si eran arbitrarios o no. Por eso, un equipo comenzó a investigar y se determinó que más de 850 casos eran muertes extrajudiciales. 96% de los casos impunes. En 2008 ciudad Juárez fue laboratorio contra el crimen organizado, mediante la ocupación militar, durante el gobierno de Calderón. Sin embargo, con la llegada de los militares, los casos aumentaron (robo de bancos, delitos sexuales, etc.) Poco más de un mes después del caso de Saúl, el Ejército y las policías municipal y federal se llevaron a Carlos y José Luis. El ejército negó haber detenido y desaparecido a los hermanos. Entraron al mismo regimiento que Saúl y nunca fueron vistos. En 2009 comenzó la investigación; en 2013 se procesó a militares de bajo rango. Se determinó que ellos fueron asesinados y llevados al desierto. Los cuerpos siguen sin ser localizados y los mandos siguen sin asumir la responsabilidad. Se cierra el episodio con una cita a Hesse, en esta relación entre paz y guerra. Finalmente, en la actualidad, en estos dos años de López Obrador, aumentó en más de un 40% las muertes relacionadas al crimen organizado.

	Cierre créditos en la voz de Carlos Puig.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevista Narradora (la realizadora es la narradora del pódcast) y archivos sonoros (del presidente Calderón y otras fuentes).
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador es parte de la historia, pero no emite juicios, aunque sí busca la interpretación sobre la base de las fuentes y otros recursos, como Herman Hesse, en este caso. Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre y uso de recursos: marcas, efectos, música, sonidos, etc. (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Calidad sonora muy buena

22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos y narrativos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Diseño musical propio.
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Función incidental y diegética
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://asicomosuena.mx/asi-como-suena Este episodio se puede escuchar en Spotify en https://bit.ly/3rPkQIX Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast y deezer
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula para cada episodio, guardando el mismo diseño de base.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: Facebook: https://www.facebook.com/asicomosuenamx ig: https://www.instagram.com/asicomosuenamx/ tw: https://twitter.com/asicomosuenamx se puede compartir en twitter, Facebook y linkedin.
29. Otros contenidos u opciones complementarias	Tienen newsletter al que se puede suscribir y cuentan con una app, que se puede descargar en play store y app store.

(fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Así como suena / México
2. Nombre del episodio	Desapariciones de Estado, segunda parte
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	277 / temporada 8
4. Año	2023 / 21 de junio
5. Duración	26' 14''
6. Productora	Puro Contenido
7. Realizador/a	París Martínez, del colectivo Fue el Estado y parte de DATA Cívica
8. Equipo:	Directora editorial: María Scherer Producción ejecutiva: Yissel Ibarra Editores: Galia García y Salvador Camarena Consola y edición: Hugo Santo y Patricio Mijares Coordinadora de producción: Rosana Díaz Presentador de las historias Carlos Puig.
9. Descripción (Si es que la hay)	“En Así como suena contamos historias: historias de amor y de odio, de crimen, de política, de corrupción, de vida cotidiana. Nuestro extraordinario equipo de reporteros no se queda en la superficie, en la nota. Cava profundo. Y te ofrece piezas sonoras extraordinarias; historias que merecen ser escuchadas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Giovanni dio vuelta en la calle incorrecta y desapareció. Tenía 32 años, cantaba, bailaba, nadaba, estudiaba derecho y trabajaba en un banco, pero ese día, su coche entró en sentido contrario. Lo detuvo una patrulla naval, lo captó una cámara y fue la última imagen que se tuvo de él. Su padre Don René lo buscó cuatro años hasta encontrarlo: su cuerpo en un predio, en una enorme fosa clandestina. Una víctima más de la guerra contra el crimen organizado, desaparecido por las propias autoridades. En esta segunda entrega, París Martínez le cuenta cómo las fuerzas de seguridad operan para las mafias. París Martínez, Animal Político, Data Cívica, el académico Jacobo Dayán y un grupo de periodistas se propusieron identificar esos asesinatos arbitrarios. Crearon un robot que identificó más de 66 mil homicidios en los que estuvo involucrada la autoridad. Encontraron que al menos mil 308 personas han sido víctimas de desaparición forzada

	o ejecución a manos de fuerzas de seguridad pública, la inmensa mayoría no tenía ningún vínculo con el crimen organizado”.
11. Criterio de selección del podcast	Nominado mejor podcast internacional 2022 en iHeart Radio Podcast Awards El episodio El color de la belleza, de febrero de 2020, fue galardonado con la Mención Honorífica del premio Rostros Contra la Discriminación de CONAPRED, 2020, México. Premio Nacional de Periodismo 2018 por “El hombre que no estuvo aquella noche en Iguala”, en categoría reportaje. El episodio La ciudad se queda sin palmeras ganó el primer lugar en el premio alemán de periodismo Walter Reuters 2022. http://www.papwr.org/ganadores-2022/ en la categoría radio, televisión y multimedia
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de Giovanni y Susana otras dos víctimas del Estado en la supuesta lucha contra el crimen organizado en México. Un fracaso del Estado, del cual cobran víctimas inocentes.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra paralela. Presentación del podcast Así como suena, historias que merecen ser escuchadas. Presentación del episodio de Carlos Puig Comienza con las mismas cuñas del primer episodio, de testimonios de personas y familiares desaparecidos a manos del ejército y la policía mexicana, supuestamente operando contra el crimen organizado. París cuenta la historia de Rubén, portando el retrato de su hijo de Giovanni. En 2014, en Veracruz, Giovanni se metió en una calle con sentido

	contrario, y la patrulla naval lo detectó. Después fue asaltado y después desaparecido. 9 años después se mantienen las dudas y la falta de respuestas. En una fosa clandestina en Veracruz se encontró el cuerpo entero de Giovanni. Periodista de La Silla Rota y parte de esta investigación, Miguel León, cuenta sobre la relación entre el ejército, los policías, los carteles y las autoridades estatales. Archivos de carteles, que han raptado y asesinado cruelmente a inocentes. Carmen, madre de susana de 16 años, desaparecida en 2016, junto con otros chicos, por policías estatales, cuenta la historia de ella. Vídeo muestra cuando el auto con Susana fue alcanzado por la policía. Luego ellos fueron subidos a la patrulla, mientras detrás iba el coche conducido por un policía. Esta construyó evidencias falsas y mostró como evidencia huesos de animales. Con este montaje se buscó cerrar el caso. Pero finalmente tuvieron que decir dónde llevaron a los jóvenes asesinados. Solo de 2 de los 5 cuerpos, no Susana, fueron encontrados. 8 policías fueron apresados y luego 11 por este caso. El eslabón de la impunidad entre el estado y el crimen organizado: 224 servidores públicos entre 2006 y 2022 por casos extrajudiciales, sin embargo, solo 4 han recibido sentencia condenatoria en Veracruz. La regla en el caso mexicano: que la guerra no es más que el arte del engaño, según un filósofo chino. Cierre créditos en la voz de Carlos Puig.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in	In extrema res

extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Entrevistas, Narradora (la realizadora es la narradora del pódcast) y archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador es parte de la historia, pero no emite juicios, aunque sí busca la interpretación sobre la base de las fuentes y otros recursos. Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música:	calidad sonora muy buena Descriptivos y narrativos Diseño musical propio Incidental y diegético

Diegética, incidental o no diegética, sin música.	
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://asicomosuenamx/asi-como-suenamx Este episodio se puede escuchar en Spotify en https://bit.ly/3OnF0Bt Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast y deezer Descripción, audio y cuentan con carátula para cada episodio, guardando el mismo diseño de base. En RRSS: Facebook: https://www.facebook.com/asicomosuenamx ig: https://www.instagram.com/asicomosuenamx/ tw: https://twitter.com/asicomosuenamx se puede compartir en twitter, Facebook y linkedin. Tienen newsletter al que se puede suscribir y cuentan con app, que se puede descargar en play store y app store.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Así como suena / México
2. Nombre del episodio	Morras de la UAM
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	278 / temporada 8
4. Año	2023 / 5 de julio
5. Duración	36' 26''
6. Productora	Puro contenido
7. Realizador/a	Laura Castellanos
8. Equipo:	Directora editorial: María Scherer Producción ejecutiva: Yissel Ibarra Editores: Galia García y Salvador Camarena Consola y edición: Hugo Santo y Patricio Mijares Coordinadora de producción: Rosana Díaz Presentador de las historias Carlos Puig.
9. Descripción (Si es que la hay)	“En Así como suena contamos historias: historias de amor y de odio, de crimen, de política, de corrupción, de vida cotidiana. Nuestro extraordinario equipo de reporteros no se queda en la superficie, en la nota. Cava profundo. Y te ofrece piezas sonoras extraordinarias; historias que merecen ser escuchadas”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“La Universidad Autónoma Metropolitana, la segunda más grande de la capital mexicana estuvo en paro 61 días después de que una estudiante denunció que su novio y compañero de clase la violó y la universidad no lo sancionó. En protesta, alumnas de los cinco campus de la UAM tomaron cada una su escuela. Exigían además cambios estructurales, además de las peticiones de cada campus. Las paristas del campus más alejado, pequeño y marginado, las de Lerma, en un humedal del Estado de México, son también las más radicales. Las morras de Lerma vienen de la periferia, se consideran anarquistas, están embozadas de pies a cabeza y sobre todo están hartas de ser violentadas y sentirse inseguras en una de las universidades públicas con la reputación más progresista, y de ser discriminadas por su género y su clase social. Con el voto a favor del alumnado, pero sin un peso tomaron su escuela, vivieron en un aula, pasaron sustos, amenazas y hubo días que vivieron de galletas y agua, pero se mantuvieron firmes. En

	medio del paro tenían que salir a vender y trabajar para comer y mantener el movimiento vivo, y la escuela tomada hasta que las autoridades universitarias les resolvieran sus peticiones, algunas tan básicas como una barda para su universidad o seguridad en el largo y solitario trayecto que hacen todos los días para llegar a las aulas. Una escuela digna y segura, pues. Lo consiguieron, lograron la promesa firmada de las autoridades universitarias de la solución a cada una de sus peticiones. Laura Castellanos estuvo con ellas esos días.
11. Criterio de selección del podcast	Nominado mejor podcast internacional 2022 en iHeart Radio Podcast Awards El episodio El color de la belleza, de febrero de 2020, fue galardonado con la Mención Honorífica del premio Rostros Contra la Discriminación de CONAPRED, 2020, México. Premio Nacional de Periodismo 2018 por “El hombre que no estuvo aquella noche en Iguala”, en categoría reportaje. El episodio La ciudad se queda sin palmeras ganó el primer lugar en el premio alemán de periodismo Walter Reuters 2022. http://www.papwr.org/ganadores-2022/ en la categoría radio, televisión y multimedia
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de un grupo de estudiantes del campus Lerma de la UNAM, quienes se tomaron la universidad en solidaridad con una compañera violada por un compañero impunemente. De allí comienza una lucha por su seguridad y por cambiar las reglas del juego de esta universidad pública mexicana.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace	Estructura maestra de replay. El resumen de la historia es: Presentación del podcast Así como suena, historias que merecen ser escuchadas...

-Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Presentación del episodio de Carlos Puig Comienza con un discurso de Las Morras denunciando el miedo y la violencia que sufren estudiantes en Lerma, unidad de la UAM. Las morras se enfrentan a las autoridades después de 19 días de paro hasta llegar a 61 días en toma. Se cuenta del conflicto, que entre otras cosas está cruzado por las precariedades del campus en el cual un chico violó a una compañera de salón. Hablan dos de las morras, que son feministas y anarquistas, de las demandas y la vida que viven las estudiantes allí No pudo hacer nada Karen, la víctima, porque si bien el chico reconoció que la violó dice que fue un accidente. La universidad no tomó ninguna medida, porque el reglamento de alumnos no dice nada de esto. Debido a esto se tomaron el campus y se extendió a toda la universidad. Con distintas demandas como una barda que separe el barrio de la universidad, asistencia psicológica, medidas de seguridad, etc. Buscaron el apoyo de las académicas feministas de la UAM para presentar su petitorio. La UAM después presentó una unidad especializada en delitos sexuales y acoso, etc. Esto se extendió a otras universidades. Ganaron el paro, después de 12 horas de negociaciones, y las autoridades aceptaron las demandas de las estudiantes (se logró concretar un programa de seguridad feminista). Una morra dijo el día del fin del paro: “dos meses de lucha que encabezamos ellas y yo, y mis maestras. Estamos agotadas, pero en nosotros se encendió un fuego que no se apagará”; “Las paristas transformamos la universidad y le dimos una buena cachetada al patriarcado”. Cierre créditos en la voz de Carlos Puig.

15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In media res Narrativo Entrevista, paisaje sonoro Narradora (la realizadora es la narradora del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narrador no emite juicios. Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño	Calidad sonora muy buena Descriptivos y narrativos Diseño musical propio.

musical propio y/o licenciado, no tiene)	
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental y diegético.
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en el sitio de la productora Esto no es radio https://asicomosuena.mx/asi-como-suena Este episodio se puede escuchar en Spotify en https://bit.ly/441yFkR Plataformas disponibles: En Spotify, Apple Podcast, Google podcast y deezer
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula para cada episodio, guardando el mismo diseño de base.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: Facebook: https://www.facebook.com/asicomosuenamx ig: https://www.instagram.com/asicomosuenamx/ tw: https://twitter.com/asicomosuenamx se puede compartir en twitter, Facebook y linkedin.
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Tienen newsletter al que se puede suscribir y cuentan con app, que se puede descargar en play store y app store.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Transhistorias de cuidados / Perú
2. Nombre del episodio	Débora
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada única
4. Año	2022 / mayo
5. Duración	14'56
6. Productora	No hay
7. Realizador/a	Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría.
8. Equipo:	Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría.
9. Descripción (Si es que la hay)	“En este podcast escucharás historias reales de mujeres trans que, a pesar del descuido del Estado, de sus familias y de la sociedad conservadora y hostil, han desarrollado maneras de cuidar y de cuidarse. Trans - historias de cuidados ha sido escrito y producido por Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría. Este podcast es resultado del Fondo de becas para investigar y contar la desigualdad en la distribución de trabajos del cuidado y sus implicaciones socioeconómicas en América Latina y el Caribe, que cuenta con el apoyo de la Fundación Gabo y Oxfam”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Cuando Débora llegó al mundo su padre estaba orgulloso, porque había nacido su primer hijo varón. Durante su niñez fue cuidada y engreída por sus padres y hermanos. Sin embargo, como muchas mujeres trans, para poder vivir su identidad plenamente, tuvo que irse de casa al cumplir los 18 años y buscarse la vida”.
11. Criterio de selección del pódcast	Beca Fundación Gabo y OXFAM Ganador 2023 en la categoría pódcast periodístico en la Bienal Internacional de Radio en México https://www.gob.mx/cultura/prensa/concluye-la-decimo-cuarta-bienal-internacional-de-radio-con-la-premiacion-de-los-mejores-18-programas Recomendado por la documentalista sonora peruana, Vanessa Valencia, integrante del Centro de Producciones Radiofónicas (CPR), de América Latina

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	Historias de mujeres trans En este episodio se cuenta la historia de Débora, quien dejó su casa por el desprecio del padre y se contagió el VIH y volvió a ser cuidada por su familia. Después pudo recuperarse y tiene una peluquería en Lima. Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura clásica aristotélica, de Introducción, nudo y desenlace, contando la historia de vida de Débora desde el presente para ir al pasado y su infancia. El resumen del episodio es: Maju Carrion hace una presentación muy breve de la historia de Débora, quien era el sueño del padre que fuera un hombre. Sin embargo, no fue así y a los 18 años tuvo que irse a la casa Presentación del nombre pódcast, sobre los cuidados y las mujeres trans. Después comienza la historia situando a Débora, quien actualmente es dueña de una peluquería en villa del triunfo, en la periferia de Lima. Desde allí ella rememora su historia: Cuando salía con sus amigos era una chica; en la casa como un chico. La madre le empieza a asignar las labores de cuidado y debe soportar la incompreensión del padre, por eso decide irse de la casa. Encuentra una amiga, trabajadora sexual trans, con quien se cuidaban mutuamente. Finalmente, la cuida por 10 años, de los “matacabros” y delincuentes. Después de este tiempo, Débora pasa a dedicarse a la peluquería, sin embargo, Débora fue diagnosticada de VIH. Volvió a su casa familiar, donde la familia se puso a cuidarla. Débora recuperó su salud y volvió a su labor y cuida de su sobrino. Pasó de cuidada a cuidadora; un ida y vuelta en la vida de Débora.

	Remata la historia la narradora, Maju, quien llama a informarse y concientizarse sobre las mujeres trans. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res (su situación actual para después ir al pasado; desde su infancia). Narrativo Entrevista Narradora e historia de vida (la realizadora es la narradora del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	La narradora entrega juicios informados y hay una o dos locutoras que entregan información oficial o resultados de investigación, asociados al tema que están hablando. Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre	Muy buena calidad sonora

(muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Diseño sonoro con buen apoyo de música y efectos decorativos y descriptivos.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciada
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental principalmente
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.);	Solo disponible en Spotify y este primer episodio se puede escuchar en esta app http://bit.ly/3K3Lbsh
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Contó con la colaboración de los sitios nuestramaerica.tv y Radio Comas, que transmitió la serie.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	No tienen
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
	Son 4 episodios realizados el 2022, con beca de la Fundación Gabo y OXFAM.

	Contaron con la colaboración de los portales de comunicación digitales Nuestramerica.TV y Radio Comas. Fue una de las propuestas ganadoras de la beca, para investigar y contar la desigualdad en la distribución de trabajos del cuidado y sus implicaciones socioeconómicas en América Latina y el Caribe, otorgada por la Fundación Gabo y Oxfam para investigar sobre las temáticas de cuidado. El pódcast es conducido por Maju Carrión, activista trans.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Transhistorias de cuidado / Perú
2. Nombre del episodio	Fernanda
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada única
4. Año	2022 / mayo
5. Duración	15'22"
6. Productora	No hay
7. Realizador/a	Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría.
8. Equipo:	Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría.
9. Descripción (Si es que la hay)	“En este podcast escucharás historias reales de mujeres trans que, a pesar del descuido del Estado, de sus familias y de la sociedad conservadora y hostil, han desarrollado maneras de cuidar y de cuidarse. Trans - historias de cuidados ha sido escrito y producido por Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría. Este podcast es resultado del Fondo de becas para investigar y contar la desigualdad en la distribución de trabajos del cuidado y sus implicaciones socioeconómicas en América Latina y el Caribe, que cuenta con el apoyo de la Fundación Gabo y Oxfam”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Cuando Fernanda cumplió 20 años tuvo que tomar una compleja decisión. Su familia se mudaba a otro barrio más acomodado y para irse con ellos había una condición: verse como hombre. Fernanda decide vivir sola y no ocultar su identidad. *Este episodio es resultado del Fondo de becas para investigar y contar la desigualdad en la distribución de trabajos del cuidado y sus implicaciones socioeconómicas en América Latina y el Caribe, que cuenta con el apoyo de la Fundación Gabo y Oxfam”.
11. Criterio de selección del pódcast	Beca Fundación Gabo y OXFAM Ganador 2023 en la categoría pódcast periodístico en la Bienal Internacional de Radio en México https://www.gob.mx/cultura/prensa/concluye-la-decimo-cuarta-bienal-internacional-de-radio-con-la-premiacion-de-los-mejores-18-programas

	Recomendado por la documentalista sonora peruana, Vanessa Valencia, integrante del Centro de Producciones Radiofónicas (CPR), de América Latina
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Historias de mujeres trans En este episodio se cuenta la historia de Fernanda quien deja a su familia para vivir su propia vida, pese al rechazo de ellos. Se hizo cambios corporales y tiene actualmente relación con alguien menor, aunque no cree en el amor.
13. Historias personales, historias históricas	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	La historia tiene la estructura clásica aristotélica de Introducción, nudo, desenlace, contando la historia de vida de Fernanda desde la mitad de su vida, para ir al pasado y su niñez. El resumen de este episodio es: Presentación muy breve, de Maju Carrión, de la historia de Fernanda, quien deja a su familia ya que le exigen verse como hombre ya que se cambiarán a un barrio acomodado. Ella decide dejarla. Presentación del pódcast, sobre los cuidados y las mujeres trans. Fernanda cuenta cómo era su vida cuando chica. Le daban dinero, pero no cariño. Tenía un padre machista y su familia pensaba que esto era una enfermedad, hasta la llevaron a un chamán para sacarle esto “mental”. Su familia deja Villa María del triunfo, pero ella decide dejarlos: “Voy a vivir sola, quiero vivir mi opción y quiero que me respeten”. Se ha sometido a cambios corporales (tetas, piernas). En su casa da protección a otras chicas, por ejemplo, tres adolescentes, ya que a las personas trans cuando las “tiran” de la casa familiar es un gran problema para ellas.

	Entre el alquiler y algo de peluquería ha podido mantenerse, además de “pechar” a los hombres (dar casa y comida, entre otras cosas, para mantener al hombre a su lado). Se enamoró de un chico de 18. Dos años saliendo y 8 años viviendo juntos. La transfobia hace difícil tener relaciones de pareja, aunque son muy desiguales, dice Maju, a propósito de la historia de Fernanda. Ella espera solo amistad, porque nunca va a tener hijos y se va a enamorar, dice. La trans tiene miedo a la vejez dice Fernanda, quien no quiere llegar a los 70 años. Termina con un resumen del episodio, en otra voz de locutora, para concluir con una escena de diálogo con Fernanda.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In media res (cuando se va de la casa y después su niñez hasta llegar al presente). Narrativo Entrevista Narradora e historia de vida (la realizadora es la narradora del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o	La narradora entrega juicios informados y hay una o dos locutoras que entregan información oficial o resultados de investigaciones asociados al tema que están hablando. Narradora heterodiegética

investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc)	Muy buena calidad sonora
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Decorativo y descriptivo. Diseño sonoro con buen apoyo de música y efectos, para crear ambientes de escenas.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental principalmente
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Solo disponible en Spotify y este segundo episodio se puede escuchar en esta app http://bit.ly/3K5S78c
27. Cómo se publica en la web y en las plataformas (texto, audio, carátula para la serie, para cada episodio, etc.)	Contó con la colaboración de los sitios <i>nuestramaerica.tv</i> y <i>Radio Comas</i> , que transmitió la serie.
	No tienen web. Se sube a Spotify con audio, descripción y cuentan con carátula para cada episodio con un estilo común, que va variando.
	No

28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	No
29. Otros contenidos u opciones complementarias (audios, fotos, textos, transcripción, descarga del episodio, etc)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Presentación y cierre pregrabados para todos los episodios.

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Transhistorias de cuidados / Perú
2. Nombre del episodio	Sandra
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / temporada única
4. Año	2022 / mayo
5. Duración	16'03
6. Productora	No hay
7. Realizador/a	Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría.
8. Equipo:	Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría.
9. Descripción (Si es que la hay)	“En este podcast escucharás historias reales de mujeres trans que, a pesar del descuido del Estado, de sus familias y de la sociedad conservadora y hostil, han desarrollado maneras de cuidar y de cuidarse. Trans - historias de cuidados ha sido escrito y producido por Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría. Este podcast es resultado del Fondo de becas para investigar y contar la desigualdad en la distribución de trabajos del cuidado y sus implicaciones socioeconómicas en América Latina y el Caribe, que cuenta con el apoyo de la Fundación Gabo y Oxfam”
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Cuando su madre trans la encontró llorando, no la consoló, le dijo que se pelee y aprenda a defenderse. Desde ese día Sandra se ganó el respeto de otras chicas que trabajaban en la calle y aprendió la lección: Nunca dejarse pegar por nadie y no ser abusiva con otra chica trans *Este episodio es resultado del Fondo de becas para investigar y contar la desigualdad en la distribución de trabajos del cuidado y sus implicaciones socioeconómicas en América Latina y el Caribe, que cuenta con el apoyo de la Fundación Gabo y Oxfam”.
11. Criterio de selección del podcast	Beca Fundación Gabo y OXFAM Ganador 2023 en la categoría podcast periodístico en la Bienal Internacional de Radio en México https://www.gob.mx/cultura/prensa/concluye-la-

	decimo-cuarta-bienal-internacional-de-radio-con-la-premiacion-de-los-mejores-18-programas Recomendado por la documentalista sonora peruana, Vanessa Valencia, integrante del Centro de Producciones Radiofónicas (CPR), de América Latina
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	Historias de mujeres trans En este episodio se cuenta la historia de Sandra quien debió ser cuidadora desde niña y luego dejó la casa para explorar la calle. Finalmente, su vida da un vuelco. Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	La historia guarda la estructura clásica aristotélica de Introducción, nudo y desenlace, comenzando por su situación actual o reciente para después ir al inicio o infancia de la protagonista. Presentación muy breve, de Maju Carrión, de la historia de Sandra, que en el fondo es el texto que describe el episodio. Presentación del pódcast, sobre los cuidados y las mujeres trans. El resumen de la historia es: Maju Carrión presenta a Sandra, quien ya no vive donde la madre, sino que en el interior cuidando la casa de un hermano. Recuerda su infancia cuidando a sus hermanos como hermana mayor. La madre cuidaba otros hogares, ya que eran muy pobres, y dejaba de cuidar el propio. En ese tiempo, no sabía que Sandra era gay y que ella sufrió abuso sexual cuando pequeña. A los 13 años dejó los estudios para dedicarse a los hermanos. Después empezó a explorar la calle. Se incluye una voz de locutora que entrega fuentes de caracterización de la población trans.

	Se prostituye y aprendió a “meter mano”, además de defenderse para ganarse el respeto en la calle, con su madre trans, Candy. Tuvo que aprender a defenderse de los “matacabros”. Cuenta varios episodios de violencia que ha vivido, en los que aprendió a defender a sus compañeras de la calle, como ocurrió con algunas policías, a quienes califica de homofóbicos, dice Sandra. Se entregan datos de casos de violencia, en la voz de otra locutora, cometidos por policías y serenos. Es transfobia institucional, dice la locutora. Así y todo, ha ayudado a los vecinos dándoles un vaso de leche. Se organizaba con otras mujeres del barrio para el cuidado comunitario, incluyendo a las mujeres trans, dice la locutora, aunque esto es invisibilizado. Resumen de la historia en la voz de otra locutora Termina con una escena final de diálogo con Sandra
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, Narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevista Narradora e historia de vida (la realizadora es la narradora del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	La narradora entrega juicios informados y hay una o dos locutoras que entregan información oficial o

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	resultados de investigación asociados al tema que están hablando. Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivo y decorativo. Diseño sonoro con buen apoyo de música y efectos, para crear ambientes de escenas.
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciado
24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música.	Función incidental principalmente
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Solo disponible en Spotify y este tercer episodio se puede escuchar en esta app http://bit.ly/3ZHitDy Contó con la colaboración de los sitios nuestramaerica.tv y Radio Comas, que transmitió la serie.

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	No tienen web. Se sube a Spotify con audio, descripción y cuentan con carátula para cada episodio con un estilo común, que va variando.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	No
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Ninguno

Ficha de análisis de podcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del podcast y país	Transhistorias de cuidados / Perú
2. Nombre del episodio	Pierina
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / temporada única
4. Año	2022 / mayo
5. Duración	17'43"
6. Productora	No hay
7. Realizador/a	Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría.
8. Equipo:	Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría.
9. Descripción (Si es que la hay)	“En este podcast escucharás historias reales de mujeres trans que, a pesar del descuido del Estado, de sus familias y de la sociedad conservadora y hostil, han desarrollado maneras de cuidar y de cuidarse. Trans - historias de cuidados ha sido escrito y producido por Maju Carrión, Angelica Motta, Carolina Ibáñez y Fernando Echevarría. Este podcast es resultado del Fondo de becas para investigar y contar la desigualdad en la distribución de trabajos del cuidado y sus implicaciones socioeconómicas en América Latina y el Caribe, que cuenta con el apoyo de la Fundación Gabo y Oxfam”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Cuando llegó con una pareja se armó el escándalo. Toda su familia le dijo que aceptaban que se vistiera de mujer, pero que nada de hombres en la casa. Ella entendió que en realidad su identidad no era aceptada del todo. *Este episodio es resultado del Fondo de becas para investigar y contar la desigualdad en la distribución de trabajos del cuidado y sus implicaciones socioeconómicas en América Latina y el Caribe, que cuenta con el apoyo de la Fundación Gabo y Oxfam”.
11. Criterio de selección del podcast	Beca Fundación Gabo y OXFAM Ganador 2023 en la categoría podcast periodístico en la Bienal Internacional de Radio en México https://www.gob.mx/cultura/prensa/concluye-la-decimo-cuarta-bienal-internacional-de-radio-con-la-premiacion-de-los-mejores-18-programas

	Recomendado por la documentalista sonora peruana, Vanessa Valencia, integrante del Centro de Producciones Radiofónicas (CPR), de América Latina
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	historias de mujeres trans En este episodio se cuenta la historia de Pierina quien vivió la homofobia de su padre y el bullying en el colegio. Decidió no hormonarse y ahora busca integrarse en la sociedad con su nombre social.
13. Historias personales, historias históricas)	Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	La historia guarda la estructura clásica aristotélica: Introducción, nudo, desenlace comenzando por su situación presente para ir después al pasado y su niñez. Presentación muy breve, de Maju Carrión, de la historia de Pierina, que en el fondo es el texto que describe el episodio. Presentación del podcast, sobre los cuidados y las mujeres trans. El resumen de la historia es: Se escucha la voz de Pierina probando el micrófono. Después Maju presenta a Pierina. Ella dice que su familia la quiere y la acepta a su manera, quienes viven cerca de ella. Vive con su hermana. Pero no acepta que traiga su pareja a su casa. Respetar a una mujer trans no es tolerar; es dejarla libre en todo sentido, dice Maju. La relación con su padre no fue buena, cuenta Pierina, quien murió cuando ella tenía 18 años. Experimentó la homofobia de su padre, pero también la de sus compañeros de colegio, quienes le hacían bullying. Según datos de Convivencia escolar en el Perú, El 12% y el 22% de hombres les fastidia tener un compañero homosexual, dice la voz de una locutora.

	De gay a trans, no es un paso fácil, dice Maju. El acompañamiento es fundamental, dice ella. No está de acuerdo, Pierina, de “pechar”. Las de antes estaban acostumbradas pero las más jóvenes, como ella, dice que no. Ella decidió no hormonarse. Es difícil en el Perú que la salud pública permita a las personas trans acceder a este proceso, dice una voz de locutora. Fue trabajadora de casa, incluyendo el cuidado de un anciano, pero era un esfuerzo muy grande y con poco reconocimiento. Lo dejó debido a los salarios bajos e informales. Ahora tiene su propio negocio y la reconocen por su nombre social. Aunque ha tenido problemas como ir al baño público, ya que hay ausencia de políticas culturales y educativas que impactan en estas personas, dice Maju. Resumen de la historia en la voz de otra locutora Termina con una escena final de diálogo con Pierina
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevista Narradora e historia de vida (la realizadora es la narradora del pódcast)

19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	La narradora entrega juicios informados y hay una o dos locutoras que entregan información oficial o resultados de investigación asociados al tema que están hablando. Narradora heterodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora Decorativos y descriptivos. Licenciado Función incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Solo disponible en Spotify y este cuarto episodio se puede escuchar en esta app http://bit.ly/3GbeGam

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Contó con la colaboración de los sitios nuestramaerica.tv y Radio Comas, que transmitió la serie.
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	No
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Sin observaciones

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Sons de Lisboa / Portugal
2. Nombre del episodio	O largo de Graça perdeu o seu grito de guerra
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / temporada única
4. Año	2021 / marzo
5. Duración	8' 09"
6. Productora	A Mensagem
7. Realizador/a	Catarina Reis
8. Equipo:	Producción, edición y montaje: Catarina Reis
9. Descripción (Si es que la hay)	“Quase nem dávamos por eles, os sons da cidade. Depois de as ruas se terem esvaziado por força da pandemia, percebemos o volume e a diversidade que tinham as nossas memórias auditivas de Lisboa. Há aquelas que assustam: antes da pandemia, estávamos expostos a mais de 50 decibéis, o que corresponde ao que ouvimos sentados ao lado de uma máquina de lavar roupa em funcionamento. E há as outras, as que contam a cidade e quem a ela pertence. Por isso, na Mensagem, resolvemos fazer um podcast em homenagem aos Sons da Lisboa. Todas as quinzenas, vamos atrás de um destes sons, para lhe contar a história e a ciência que têm por detrás”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Quem passava pelo Largo da Graça cruzava ouvidos com este pregão: "Vai, flores!". Mas não resistiu à segunda vaga da pandemia. Ouça o podcast da Mensagem que homenageia os sons da cidade”.
11. Criterio de selección del pódcast	Nominado a melhor pódcast narrativo em Premios Podes 2021, Portugal https://podes.pt/nomeados2021/ y 2022 https://podes.pt/nomeados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre los personajes y sonidos de Lisboa, Portugal. En este episodio se cuenta la historia de una florista de muchos años en una plaza histórica de Lisboa, que debió dejar su oficio por la pandemia.

13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Clásica aristotélica El resumen de la historia es: Comienza con sonidos de la calle y un sonido de una máquina de café, con música característica de fondo. Cómo la gente volvió lentamente a la calle después de la pandemia, dónde se encuentra, es una pregunta hoy. En la plaza histórica Largo da Graca había una florista de 80 años, que pregonaba “Vai flores” Presentación 1’33” del pódcast Música característica Así como el fado es familiar para Lisboa, también lo es María Odette, que lleva 51 años siendo florista en esa plaza. Sin embargo, desde mayo de 2020 está sin trabajar (este episodio fue publicado en marzo de 2021) En un pequeño kiosco, por donde veía pasar el eléctrico 28, María Odette es un testimonio del barrio y de su entorno con una panadería, carnicería, una pastelería -que antes era una farmacia- etc.). Natural de Beira Mar, en el norte, se mudó a los 24 años a Lisboa y cuenta cómo comenzó como florista y las flores frescas que vendía en el barrio. Sin embargo, las ventas bajas, su salud empeorada y la pandemia le hicieron dejar su oficio. Espera volver, como lo espera la gente del barrio, al son de su grito “vai flores”. Termina con la canción característica y la cafetera que suena.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in	In extrema res

extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Entrevista, crónica, paisaje sonoro Narradora (la periodista es la narradora del podcast), la entrevista se cuela como breve historia de vida
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	La periodista / narradora participa de la historia, pero con imparcialidad. Narradora homodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música:	Buena calidad sonora, pese a que se graba en exteriores. Su base sonora son los paisajes naturales y una música característica que acompaña la entrada y el cierre, con el sonido de una máquina de café. Descriptivos No hay diseño musical, aunque la música característica o base de la presentación es licenciada libre de derechos. Incidental

Diegética, incidental o no diegética, sin música.	
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3m50NmW información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://amensagem.pt/podcast/ Plataformas disponibles: Solo en spotify Este tercer episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3Ya0qF9 Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio: En RRSS: ig: https://www.instagram.com/mensagem.lisboa/ Tw: https://twitter.com/mensagem_lisboa Face: https://www.facebook.com/MensagemdeLisboa/ No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	Tiene carátula o cover propio. En cada episodio, manteniendo la tipografía del título del podcast, propone una imagen de fondo que representa el tema del capítulo.

	No tiene tráiler. Cierra sin créditos el pódcast y estos no aparecen en ninguna parte de las pistas de Spotify o el sitio de A Mensagem.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Sons de Lisboa / Portugal
2. Nombre del episodio	A bica de Adriano ainda se ouve em Lisboa
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / temporada única
4. Año	2021 / abril
5. Duración	10' 27"
6. Productora	A Mensagem
7. Realizador/a	Catarina Reis
8. Equipo:	Producción, edición y montaje: Catarina Reis
9. Descripción (Si es que la hay)	“Quase nem dávamos por eles, os sons da cidade. Depois de as ruas se terem esvaziado por força da pandemia, percebemos o volume e a diversidade que tinham as nossas memórias auditivas de Lisboa. Há aquelas que assustam: antes da pandemia, estávamos expostos a mais de 50 decibéis, o que corresponde ao que ouvimos sentados ao lado de uma máquina de lavar roupa em funcionamento. E há as outras, as que contam a cidade e quem a ela pertence. Por isso, na Mensagem, resolvemos fazer um podcast em homenagem aos Sons da Lisboa. Todas as quinzenas, vamos atrás de um destes sons, para lhe contar a história e a ciência que têm por detrás”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“De onde vem, afinal, o nome deste grão torrado que bebemos numa chávena? E porque é que ouvimos este som sempre que alguém prepara a nossa bica atrás de um balcão? Ouça o podcast da Mensagem que homenageia os sons da cidade.”.
11. Criterio de selección del pódcast	Nominado a mejor pódcast narrativo en Premios Podes 20221, Portugal https://podes.pt/nomeados2021/ y 2022 https://podes.pt/nomeados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre los personajes y sonidos de Lisboa, Portugal. En este episodio se cuenta la historia de Adriano Telles, del café A brasileira en Lisboa, un café y sitio con tradición.

13. Historias personales, historias históricas	Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Clásica aristotélica El resumen del episodio es: Comienza con sonidos de calle, música característica y suena una cafetera. Paisaje sonoro que da paso a la narradora: Desde el silencio de la pandemia al aumento del sonido progresivo, de la gente, de trompetas, una cafetera, la taza; habla el camarero... Presentación 1'40'' Entre una <i>chávena</i> o taza, se prepara una bica, y el camarero cuenta la historia de Adriano Telles, inmigrante brasileiro que vino a Portugal para después abrir el Café A Brasileira en 1905 con el objetivo de vender el auténtico café de Brasil. Primero se vendía el café en paquete y después se convirtió en cafetería. La bica es un tipo de café similar al expresso, pero más largo y un poco más suave. El camarero cuenta que el secreto para una buena bica es un molino de café, la máquina y el propio café Se armó una cultura del café, una cultura popular con artistas y escritores como Fernando Pessoa. Se perdió en las últimas décadas, después del 70, lo que era el centro de la actividad política cultural del país, pero “queremos recuperar eso, no solo para la mesa”, en un contexto figurado, dice Adriano Telles, sino cómo el café local es un punto de encuentro de sus comunidades. Del origen de la bica hay muchas historias, pero es posible que la más certera, dice él, “sea la menos sexy y más sobria”: nació dentro de cuatro paredes cuando se servía el café muy caliente listo desde la máquina.

	Termina el podcast con el sonido característico de la maquina y ruidos de fondo de la cafetería.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res Narrativo Entrevista y paisaje sonoro Narradora (la periodista es la narradora del podcast), la entrevista se cuela como breve historia de vida
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	La periodista / narradora participa de la historia, pero con imparcialidad. Narradora homodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros	Buena calidad sonora, pese a que se graba en exteriores. Su base sonora son los paisajes naturales y una música característica que acompaña la entrada y el cierre, con el sonido de una máquina de café. Descriptivos

(descriptivo, narrativo, decorativo)	
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	No hay diseño musical propiamente tal. Solo la música característica.
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3m50NmW información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://amensagem.pt/podcast/ Plataformas disponibles: Solo en spotify Este cuarto episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3KJaK3O
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/mensagem.lisboa/ Tw: https://twitter.com/mensagem_lisboa Face: https://www.facebook.com/MensagemdeLisboa/
29. Otros contenidos u opciones complementarias	No

(fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	El podcast termina sin créditos

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Sons de Lisboa / Portugal
2. Nombre del episodio	Que notas são estas que a ponte 25 de abril faz ecoar pela cidade
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / temporada única
4. Año	2021 / mayo
5. Duración	11' 05''
6. Productora	A Mensagem
7. Realizador/a	Catarina Reis
8. Equipo:	Producción, edición y montaje: Catarina Reis
9. Descripción (Si es que la hay)	“Quase nem dávamos por eles, os sons da cidade. Depois de as ruas se terem esvaziado por força da pandemia, percebemos o volume e a diversidade que tinham as nossas memórias auditivas de Lisboa. Há aquelas que assustam: antes da pandemia, estávamos expostos a mais de 50 decibéis, o que corresponde ao que ouvimos sentados ao lado de uma máquina de lavar roupa em funcionamento. E há as outras, as que contam a cidade e quem a ela pertence. Por isso, na Mensagem, resolvemos fazer um podcast em homenagem aos Sons da Lisboa. Todas as quinzenas, vamos atrás de um destes sons, para lhe contar a história e a ciência que têm por detrás”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“O zumbido da ponte que une Lisboa a Almada não é novo, mas o musicólogo e saxofonista Carlos Martins conta que há muito mais no que ouvimos todos os dias: daqui, ecoam notas musicais, associadas ao bem-estar do corpo e da mente. Ouça o podcast da Mensagem que homenageia os sons da cidade”.
11. Criterio de selección del pódcast	Nominado a mejor pódcast narrativo en Premios Podes 20221, Portugal https://podes.pt/nomeados2021/ y 2022 https://podes.pt/nomeados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre los personajes y sonidos de Lisboa, Portugal.

13. Historias personales, historias históricas	En este episodio se cuenta de un músico que busca la musicalidad que tiene uno de los puentes más importantes y bulliciosos de Lisboa, junto con criticar la contaminación acústica y el daño que provoca a las personas. Historias personales.
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Clásica aristotélica Comienza con la música característica y la cafetera que suena de fondo Luego un hombre tararea cuando pasan los carros y el tren por el puente 25 de abril, en Lisboa. Qué música es esta en el puente 25 de abril, se pregunta Catarina, periodista y narradora del pódcast. El musicólogo y saxofonista, Carlos Martins, dice que no es solo ruido, sino que pueden ser utilizados como una terapia Presentación y música 2'26" Carlos dice que es un ritmo e intenta determinar las notas de lo que escucha en el puente, inaugurado en 1966, bajo el cual se escuchan los trenes y carros, como de fórmula 1, dice él. Tiene una frecuencia de vibración de Do o Re, que están dentro de las notas indianas, que corresponde a la vibración del cuerpo, dice Carlos. Sería una relación entre cuerpo y alma, cuando conseguimos visualizar los sonidos. Sin embargo, sobre esta "sinfonía", debió intervenir el ministerio por el alto nivel de ruido. Carlos dice que la basura que tenemos en la cabeza viene del sonido que es altamente desgastante para una relación, para una vida, para la democracia. La intención del sonido es esencial para vivir en conjunto, dice, ya que los ritmos y los sonidos que no vienen de la naturaleza provienen de la actividad humana, y pueden afectar la vida.

	Pese a esto, la “sinfonía” continúa, dice la narradora, mientras se escucha Beethoven y pasa el tren Cierre con música característica.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevista y paisaje sonoro Narradora (la periodista es la narradora del podcast), la entrevista se cuela como breve historia de vida
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast y el compromiso que toma el autor/creador 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	La periodista / narradora participa de la historia, pero con imparcialidad. Narradora homodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre	Buena calidad sonora, pese a que se graba en exteriores.

(muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Su base sonora son los paisajes naturales y una música característica que acompaña la entrada y el cierre, con el sonido de una máquina de café.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Diseño musical más presente en este caso. Licenciado, libre de derechos.
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3m50NmW información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://amensagem.pt/podcast/ Plataformas disponibles: Solo en spotify Este quinto episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3y1Xv6Y
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio:
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/mensagem.lisboa/ Tw: https://twitter.com/mensagem_lisboa

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Face: https://www.facebook.com/MensagemdeLisboa/ No.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	El episodio termina sin créditos.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Sons de Lisboa / Portugal
2. Nombre del episodio	Vasco trouxe de volta do estadio os "15 minutos" aos Belenenses
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	11 / temporada única
4. Año	2022 / febrero
5. Duración	13' 15''
6. Productora	A Mensagem
7. Realizador/a	Catarina Reis
8. Equipo:	Producción, edición y montaje: Catarina Reis
9. Descripción (Si es que la hay)	"Quase nem dávamos por eles, os sons da cidade. Depois de as ruas se terem esvaziado por força da pandemia, percebemos o volume e a diversidade que tinham as nossas memórias auditivas de Lisboa. Há aquelas que assustam: antes da pandemia, estávamos expostos a mais de 50 decibéis, o que corresponde ao que ouvimos sentados ao lado de uma máquina de lavar roupa em funcionamento. E há as outras, as que contam a cidade e quem a ela pertence. Por isso, na Mensagem, resolvemos fazer um podcast em homenagem aos Sons da Lisboa. Todas as quinzenas, vamos atrás de um destes sons, para lhe contar a história e a ciência que têm por detrás".
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	"Era Vasco Alves um miúdo quando perguntou ao avô que apito era aquele que os adeptos tocavam nos minutos finais de cada jogo d'Os Belenenses. Chamam-lhe os "15 minutos à Belenenses". A tradição morreu entretanto, mas Vasco, hoje com 35 anos, faz questão de a reavivar. Nos 75 minutos antes de cada apito final, este adepto pega na sua gaita de foles e toca o hino do clube centenário.
11. Criterio de selección del pódcast	Nominado a mejor pódcast narrativo en Premios Podes 20221, Portugal https://podes.pt/nomeados2021/ y 2022 https://podes.pt/nomeados/

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	Se cuenta sobre los personajes y sonidos de Lisboa, Portugal. En este episodio se cuenta la historia de Vasco, un fanático del equipo de fútbol Belenense, que busca recuperar una tradición muy importante: tocar el himno del club en los últimos 15 minutos de partido para alentar al equipo. Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Clásica aristotélica. Comienza con los canticos de los adeptos, cuando quedan 15 minutos para que termine el partido. Vasco Alves comienza la tradición que renació con él: toca con la gaita el himno del club para alentar a su equipo Belenense. Presentación 2'07' con música y cafetera característica. Sonido de gente y autos. Comienza con la memoria de Vasco, cuando era pequeño, y estando con su abuelo le pregunta por esa tradición que luego se perdió, pero que él tenía en su memoria Está ahora en el estadio de Sintra, en la cola para entrar al estadio y ver a su equipo de sus amores. Ocurrió una diatriba con el equipo que ahora está en la segunda división del fútbol. "El equipo fue fundado en 2018 como una escisión del C. F. Os Belenenses, después de que la sociedad anónima deportiva, de carácter profesional, se desligara del histórico club deportivo. A pesar de que se quedó con la plaza en Primera División, para efectos legales no tiene ninguna relación con Os Belenenses y tampoco puede usar sus símbolos ni instalaciones. El B-SAD juega como local en el Estadio Nacional de Jamor, Sintra". En 2018 recuperó esta tradición, que duró aprox. hasta fines de 1970, y que nació en 1926

	Se recuerda que los adeptos en los últimos 15 minutos hacían mucho ruido para animar al equipo, el que incluso lograba victorias inesperadas. La División del club se produce y Vasco quiere reunir las piezas, y propone a la barra y amigos recuperar esta tradición. André Pires es el amigo que ayudó a tocar el instrumento y comenzó clases para lograr ello. Termina con André y Vasco tocando en los últimos 15 min de partido. Para no perder esta tradición invitaron a un adolescente, que toca la trompeta, a sumarse a estos festejos. Se termina con la trompeta. Cierre característico.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevista y paisaje sonoro Narradora (la periodista es la narradora del podcast), la entrevista se cuela como breve historia de vida
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador	La periodista / narradora participa de la historia, pero con imparcialidad. Narradora homodiegética

heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Buena calidad sonora, pese a que se graba en exteriores. Descriptivos No hay. La única música característica es licenciada, libre de derechos. Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3m50NmW información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://amensagem.pt/podcast/ Plataformas disponibles: Solo en spotify

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Este undécimo episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3ZvFQ33
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio: En RRSS: ig: https://www.instagram.com/mensagem.lisboa/ Tw: https://twitter.com/mensagem_lisboa Face: https://www.facebook.com/MensagemdeLisboa/
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	No
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	El episodio no tiene créditos al final

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Sons de Lisboa / Portugal
2. Nombre del episodio	O mais antigo polícia sinaleiro deu apito final
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	12 / temporada única.
4. Año	2022 / junio
5. Duración	10' 00''
6. Productora	A Mensagem
7. Realizador/a	Catarina Reis
8. Equipo:	Producción, edición y montaje: Catarina Reis
9. Descripción (Si es que la hay)	“Quase nem dávamos por eles, os sons da cidade. Depois de as ruas se terem esvaziado por força da pandemia, percebemos o volume e a diversidade que tinham as nossas memórias auditivas de Lisboa. Há aquelas que assustam: antes da pandemia, estávamos expostos a mais de 50 decibéis, o que corresponde ao que ouvimos sentados ao lado de uma máquina de lavar roupa em funcionamento. E há as outras, as que contam a cidade e quem a ela pertence. Por isso, na Mensagem, resolvemos fazer um podcast em homenagem aos Sons da Lisboa. Todas as quinzenas, vamos atrás de um destes sons, para lhe contar a história e a ciência que têm por detrás”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Era figura familiar do cruzamento entre a Rua da Junqueira, a Rua de Belém e a Calçada da Ajuda. Vizinho da pastelaria Versailles e do Presidente da República, que decidiu homenageá-lo no último dia de trabalho. António Paixão diz que, mais do que polícia, o que fazia era ser um assistente da comunidade. Depois dele, já só resta um sinaleiro em Lisboa”.
11. Criterio de selección del pódcast	Nominado a mejor pódcast narrativo en Premios Podes 20221, Portugal https://podes.pt/nomeados2021/ y 2022 https://podes.pt/nomeados/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre los personajes y sonidos de Lisboa, Portugal.

13. Historias personales, historias históricas	En este episodio se cuenta de Antonio, el penúltimo <i>sinaleiro</i> (o guardavía) de Lisboa, que dejó de tocar el pito el año pasado. Historias personales
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexos temáticos -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Clásica aristotélica. Comienza con pitito y sonido de calles y la voz de Antonio Mario Paixao, policía <i>sinaleiro</i> en vías de extinción. Es como una danza, dice él, entre el brazo en el aire y el pito sonando. Es una armonía, agrega El 2 de mayo de 2022 dio el pitazo final. 1'46" presentación del pódcast, con música y sonido de cafetera. Nació en Coimbra. Trabajaba en una fábrica y se fue a Lisboa. En 1989 comenzó su labor policial como parte de una patrulla policial fiscalizadora de carros. Desde 1927 está la figura de <i>sinaleiro</i>, que él comienza a realizarla en 1995, en esta calle céntrica del palacio de gobierno, desde donde ha visto cómo ha cambiado el barrio. <i>Sinaleiro</i> es especializado en tránsito; cuenta cómo se hace y lo que es. Cuando llegó a Lisboa habían 10 <i>sinaleiros</i>, pero ya solo queda un <i>sinaleiro</i>. Para él ser <i>sinaleiro</i> es ser asistente de la comunidad, para las personas. Manuel, dueño de unos de los restaurantes en torno a estas calles, con vistas a donde trabajaba Antonio, habla de él y de su amistad por tantos años. Es el sabor al café y la vida de Manuel que conoce Antonio. Ya no hay nadie más en su lugar. Antonio se despidió de <i>sinaleiro</i>, con una visita especial: salió a

	despedirlo del palacio presidencial el presidente de Portugal, Marcelo de Sousa. Cierre característico.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res Narrativo Entrevista, crónica, paisaje sonoro Narradora (la periodista es la narradora del podcast), la entrevista se cuenta como breve historia de vida
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narradora: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	La periodista / narradora participa de la historia, pero con imparcialidad. Narradora homodiegética
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros	Buena calidad sonora, pese a que se graba en exteriores. Descriptivos

(descriptivo, narrativo, decorativo)	
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	No hay diseño musical. La música característica es licenciada, libre de derechos
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3m50NmW información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://amensagem.pt/podcast/ Plataformas disponibles: Solo en spotify Este duodécimo episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3ZtQY0Z
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio:
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/mensagem.lisboa/ Tw: https://twitter.com/mensagem_lisboa Face: https://www.facebook.com/MensagemdeLisboa/
29. Otros contenidos u opciones complementarias	No

(fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	El episodio no tiene créditos al final.

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	110 histórias, 110 objetos / Portugal
2. Nombre del episodio	O violino de Bensaude
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada única con 110 historias
4. Año	2021 / mayo
5. Duración	13' 19''
6. Productora	366 ideias y Instituto Técnico Superior de Lisboa
7. Realizador/a	Marco Antonio
8. Equipo:	Realização: Marco António (366 ideias) Produção executiva: Filipa Soares (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Conteúdos site e redes sociais: Sílvio Mendes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Fotografia: © Instituto Superior Técnico Design: Patrícia Guerreiro (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Webdesign: Leandro Contreras (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Apoio à produção e conteúdos: Pedro Garvão Pereira (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Coordenação: Joana Lobo Antunes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) É feito por Joana Lobo Antunes, Pedro Garvão Pereira, Sílvio Mendes e Filipa Soares da Área de Comunicação Imagem e Marketing do Técnico, com realização de Marco António "110 Histórias 110 Objetos" é um programa do Instituto Superior Técnico, com produção 366 ideias.
9. Descripción (Si es que la hay)	“No podcast “110 Histórias 110 Objetos” percorremos os 110 anos de história do Instituto Superior Técnico através dos seus objetos do passado, do presente e do futuro. Objetos de ciência, de ensino, de música, de arte, do desporto, que nos chegam do fundo da Terra ou caem do Espaço, que ganham corridas, construídos por estudantes universitários ou cientistas consagrados, são o ponto de partida para conversas com pessoas que nos explicam do que estamos a falar.

	110 anos de história e de histórias, para ouvir todas as semanas. * O projeto integra a Rede de Podcasts do Jornal Público”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay) (en este caso se selecciona la descripción que está publicada en el sitio, ya que si bien es más larga es más completa que la de Spotify)	“Bensaude fez a sua formação no exterior e, quando regressou a Portugal defendeu um conjunto de ideias, em termos de ensino, bastante disruptivas na altura e que inclusivamente lhe causaram alguns dissabores entre os colegas que não estavam habituados a ideias tão progressistas. Defendia que a formação técnica se faz pela prática, ou seja, com as mãos nas coisas”. Foi com as próprias mãos que Bensaude construiu os seus violinos, um detalhe que Rogério Colaço considera profundamente simbólico. “É que faz parte da matriz de formação do Técnico, ao longo de mais de um século: a formação pela prática. Os nossos alunos têm que ter acesso a laboratórios, a empresas, e isso vem desde o tempo do Bensaude. O saber é indissociável do saber fazer”. E a qualidade o objeto? “Não está mal mas não é assim nada de especial”, brinca Christian Bayon, violoncelista profissional e fabricante de violinos e violoncelos. Segura o violino número 3 com as próprias mãos, enquanto o avalia: “É um violino com história, feito por uma pessoa importante para o país”. “É um trabalho de amador muito bem feito, de acordo com as regras. É uma pessoa que se informou, feito com métodos profissionais”, complementa. Construído em 1904, estimado uma vida inteira, e tocado pela última vez em 2011, o violino n.º 3 de Alfredo Bensaude apresenta a sua história no 110.º aniversário do Instituto Superior Técnico. A música que se ouve ao longo do episódio foi tocada pela jovem violinista Maria Madalena Lopes, que nasceu em 2005... 101 anos após a data de construção deste violino. Recomendamos:

	Conteúdo Extra: Entrevista a Rogério Colaço, Presidente do Técnico, sobre o violino de Alfredo Bensaude Conteúdo Extra: Conheça Christian Bayon, Luthier profissional Site Alfredo Bensaude – Vida e Obra (1856 – 1941) Agradecimentos: Rogério Colaço (Presidente do Instituto Superior Técnico) Christian Bayon (Violeiro) Maria Madalena Lopes (Violinista, Aluna do Conservatório Nacional”.
11. Criterio de selección del podcast	Ganador mejor podcast en Ciencia y Tecnología, Premio Podes 2022 https://podes.pt/vencedores/ Nominado a mejor podcast narrativo en Premios Podes 2021 https://podes.pt/nomeados2021/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre la historia y personajes que hay detrás de 110 objetos asociados a la historia de los 110 años del Instituto Superior Técnico de Lisboa En este episodio se cuenta la historia del violín diseñado por Alfredo Bensaude en 1904, que es uno de los siete violines que construyó.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra de replay. El resumen del episodio es: Introducción del podcast con Marco Antonio, con la frase “está a ouvir 110 historias 110 objetos do instituto técnico superior” Un hombre habla del violín Nº3 de Bensaude, que está en buen estado y puede ser tocado; lo toca/se escucha. Este violín es de 1904 y casi 120 años después se habla de este violín de Alfredo Bensaude, hecho en Portugal. Se escucha la música de la joven violinista, Maria Madalena Lopes.

	Christian Bayon, de 65 años, es un luthier francés radicado en Portugal. Es fabricante de violín y violonchelo, y habla de los 7 violines que construyó Alfredo. A su juicio, muestra el ingenio de Alfredo, hecho con las reglas, de manera profesional, pero es más una expresión del gusto que de lo técnico. Después Marco Antonio conversa con el presidente del Superior Técnico donde está el violín de Alfredo, mientras se escucha el violín de María Madalena. “yo fui a buscarlo donde estaba anteriormente (el violín). Guardado varios años en un cofre y algunos meses decidí que estuviese en un nuevo local para resguardarlo para el gabinete del presidente del técnico” Bensaude fue un pedagogo con formación en Alemania. Después hizo un doctorado proponiendo “técnicas disruptivas”. Su sello es que “defiende que la formación técnica se hace con la práctica”, ya que el saber no puede ser dissociado del saber hacer. Tiene un simbolismo enorme este violín, porque tiene la formación técnica de este centro de estudios y fue construido por él. Marco Antonio termina anunciando el próximo programa y cuenta quién toca el violín. Luego da la dirección del sitio de 110 historias. Termina con los agradecimientos y créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje)	In extrema res Narrativo Entrevista, crónica

sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	
18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrador (el periodista es el narrador del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador participa/ se escucha en la historia como entrevistador, pero con imparcialidad.
20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora Episodio muy sonoro, con violín de fondo y otros recursos como el mismo violín antiguo que se escucha cuando se manipula, se toca, se limpia, además de los pasos y pasillos del Instituto.
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	No
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Descriptivos
23. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música	Diseño musical licenciado y además en este episodio propia, cuando toca la violista Lopes. Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No

Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3Ybd7zr información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://110.tecnico.ulisboa.pt/ (presentación del proyecto, episodios y ficha técnica) Este primer episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3ZvFQ33 Plataformas disponibles: Spotify Apple Podcasts Anchor.fm, Google podcast, poket cast y Radio Public. Además es difundido por la red de podcast de Jornal Público https://www.publico.pt/podcast-110-historias Cuentan con carátula o cover promocional de la serie y después una carátula para cada episodio. Algunas Se puede compartir a través de Facebook, Twitter y LinkedIn https://www.instagram.com/tecnico_lisboa/ Twitter @istecnico Tráiler. Ofrece contenido extra, como dos entrevistas más extensas a dos entrevistados en el episodio más enlace a web de Alfredo Bensaude.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
	Tiene carátula o cover propio el episodio, que corresponde a una fotografía de los objetos. O “110 Histórias 110 Objetos” integra a Rede de Podcasts do Jornal Público. Al cierre de esta la selección y análisis de esta muestra, van en el episodio número 83 publicado, de 110. https://110.tecnico.ulisboa.pt/episodios/

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	110 histórias, 110 objetos / Portugal
2. Nombre del episodio	O carro sustentavel do PSEM
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada única
4. Año	2021 / 28 de mayo
5. Duración	10' 51''
6. Productora	366 ideias y Instituto Técnico Superior de Lisboa
7. Realizador/a	Marco Antonio
8. Equipo:	Realização: Marco António (366 ideias) Produção executiva: Filipa Soares (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Conteúdos site e redes sociais: Sílvio Mendes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Fotografia: © Instituto Superior Técnico Design: Patrícia Guerreiro (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Webdesign: Leandro Contreras (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Apoio à produção e conteúdos: Pedro Garvão Pereira (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Coordenação: Joana Lobo Antunes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) É feito por Joana Lobo Antunes, Pedro Garvão Pereira, Sílvio Mendes e Filipa Soares da Área de Comunicação Imagem e Marketing do Técnico, com realização de Marco António "110 Histórias 110 Objetos" é um programa do Instituto Superior Técnico, com produção 366 ideias.
9. Descripción (Si es que la hay)	“No podcast “110 Histórias 110 Objetos” percorremos os 110 anos de história do Instituto Superior Técnico através dos seus objetos do passado, do presente e do futuro. Objetos de ciência, de ensino, de música, de arte, do desporto, que nos chegam do fundo da Terra ou caem do Espaço, que ganham corridas, construídos por estudantes universitários ou cientistas consagrados, são o ponto de partida para conversas com pessoas que nos explicam do que estamos a falar.

	110 anos de história e de histórias, para ouvir todas as semanas. * O projeto integra a Rede de Podcasts do Jornal Público”
10. Descripción del episodio (si es que la hay) (en este caso se selecciona la descripción que está publicada en el sitio, ya que si bien es más larga es más completa que la de Spotify)	“A história do primeiro veículo construído pelo PSEM (Projeto de Sustentabilidade Energética Móvel do Técnico) é tão acidentada quanto inspiradora. Começa em 2013 e inclui um ano de construção do primeiro veículo elétrico do projeto – o GP14 – para que pudesse participar numa competição internacional. Já em Goodwood (Inglaterra), pronto para competir, uma noite de extrema humidade foi suficiente para bloquear o dispositivo eletrónico do veículo. Resultado: o carro ligava mas recusava-se a andar na estreia do PSEM em finais internacionais. Entra então o G14 na história do Técnico pelos piores motivos? Pelo contrário, responde Vítor Teixeira, coordenador do projeto: “Foi o começo de uma grande equipa e de uma grande história. E foi o ponto que nos levou a chegar até aqui. A partir daquela primeira corrida, nós aprendemos imenso”. Nos anos seguintes, o PSEM acumulou uma série de prémios de Engenharia e de bons resultados nas corridas: Vencedores do Siemens Engineering and Design Award em 2015, 2016 e do Siemens Digital Award em 2017, 2018 e 2019; 6.º lugar na corrida internacional de 2017 e 2.º lugar em 2019. Mas de que carros e de que corridas estamos afinal a falar? Com um design inspirado numa gota de água, para garantir uma melhor performance aerodinâmica, o GP14 foi o primeiro dos veículos elétricos sustentáveis construídos pelo PSEM, uma equipa composta maioritariamente por alunos de Engenharia Mecânica, Aeroespacial e Eletrotécnica do Instituto Superior Técnico. Seguiram-se os modelos GP16, GP17, GP19 e o GP21, que está em processo de conclusão. Todos foram concebidos com o mesmo objetivo: garantir a maior eficiência possível, no fundo aquele que é o grande desafio da indústria automóvel. “Maximizar o alcance do veículo com o mínimo possível, com a maior eficiência aerodinâmica e o mínimo de peso possível”, explica Vítor Teixeira, aluno de Engenharia Aeroespacial. As provas duram 60 minutos e o

	objetivo é fazer o maior número de quilómetros possível durante esse período. A velocidade máxima dos veículos ronda os 70 km/h, dependendo do peso, mantendo uma velocidade média de 55 ou 60 km/h ao longo de uma prova. Está assim encontrada a grande missão do PSEM: projetar e construir veículos elétricos altamente eficientes para competir na Greenpower IET Formula 24. Como é que o faz? Aplicando o conhecimento fornecido pelo Técnico e as tecnologias mais recentes para a resolução de vários problemas. Há também um objetivo extra: atingir o melhor resultado possível em todas as corridas. E a história do melhor resultado alcançado até ao momento, em 2019, também não está isenta de grandes emoções, já ao volante do GP19, na final internacional realizada em East Fortune (Escócia). Depois de, nos treinos, terem surgido problemas com as baterias que não conseguiram perceber, ocuparam o último lugar da grelha de partida da corrida. Mas, no final da primeira volta, o GP19 já tinha ultrapassado todos os outros concorrentes e ocupava a primeira posição. Vitória à vista? Duas voltas depois, o problema voltou, o motor perdeu potência e o regresso às boxes foi inevitável. Foram 15 longos minutos para trocar o cabo de potência principal. E o que aconteceu a seguir? “Partimos para a pista em último e ultrapassámos quase toda a gente. Ficámos em segundo lugar”. O GP14 foi o primeiro carro elétrico sustentável elétrico construído pelo Projeto de Sustentabilidade Energética Móvel. Foi o veículo que, em 2014, se recusou a correr numa final internacional e, dessa forma, ensinou aos alunos do Técnico uma grande lição de superação. Nascia a capacidade de uma equipa resolver problemas e aprender com eles. A história do carro sustentável do PSEM no 110.º aniversário do Instituto Superior Técnico. (Na foto, uma versão evoluída do protótipo G14 – O GP14EVO – que, em 2015, terminou a corrida da final internacional na 14.ª posição, entre 40 participantes) Recomendamos:

	Conteúdo Extra: Entrevista a Vítor Teixeira, coordenador do PSEM Site Oficial do PSEM Redes Sociais do PSEM (Facebook, Instagram, LinkedIn) Site oficial da Competição Greenpower Agradecimentos: Vítor Teixeira (Coordenador do PSEM) Toda a equipa do PSEM (Projeto de Sustentabilidade Energética Móvel do Técnico)”.
11. Criterio de selección del podcast	Ganador mejor podcast en Ciencia y Tecnología, Premio Podes 2022 https://podes.pt/vencedores/ Nominado a mejor podcast narrativo en Premios Podes 2021 https://podes.pt/nomeados2021/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre la historia y personajes que hay detrás de 110 objetos asociados a la historia de los 110 años del Instituto Superior Técnico de Lisboa En este episodio se cuenta la historia del primer vehículo eléctrico sustentable para competición GP14, cuya historia comenzó en 2013 no sin dificultades.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Clásica aristotélica Introducción del podcast con Marco Antonio, con la frase “está a ouvir 110 historias 110 objetos do instituto superior técnico” Invita al oyente a imaginar una corrida de carros en autódromo. Se escucha una transmisión de una carrera en inglés, cuyos coches de carrera corren a 300 km por hora. Esto contrasta, con otra corrida. Se escucha cómo un grupo prende el motor y acelera. Suena muy distinto a un carro de corrida: “básicamente 60 km por hora a lo largo de la prueba”, dice el entrevistado Vítor Teixeira Presentación del episodio “O carro sustentavel”

	Victor Teixeira: “El objetivo es la eficiencia aerodinámica, no la velocidad. Se busca optimizar el alcance con pruebas de 60 minutos”, cuyo modelo está inspirado en una gota de agua (suena la gota de agua) Cuenta la historia del proyecto de sustentabilidad energética móvil, que comenzó en 2013. Se construyó el carro con un prototipo de fibra de carbono para competir en Inglaterra. “No pudimos competir porque el carro no anduvo después de una lluvia intensa, que impidió prender el carro”. Pese a esto, la historia continua hasta hoy, con una nueva carrocería del carro y lograron el lugar 14 de 40 en la primera competición, para un gran proyecto de ingeniería de este tipo. Después en 2019, en una prueba de calificación para una final internacional, tuvieron problemas de baterías. Pese a ello llegaron al segundo lugar. Ya quedaron en la historia del Instituto. Música que acompaña, como música futurista Marco Antonio termina anunciando el sitio de 110 historias y el material extra. Finaliza con los agradecimientos y créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar:	In extrema res Narrativo Entrevista Narrador (el periodista es el narrador del pódcast), archivos

periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador participa/ se escucha en la historia como entrevistador, pero con imparcialidad.
20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps,	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3Ybd7zr

plataformas de podcasts, radios, etc.)	información del pódcast y enlace a las distintas plataformas en: https://110.tecnico.ulisboa.pt/ (presentación del proyecto, episodios y ficha técnica.) Este segundo episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/41EWK18 Plataformas disponibles: Spotify Apple Podcasts Anchor.fm, Google podcast, poket cast y Radio Public. O “110 Histórias 110 Objetos” integra a Rede de Podcasts do Jornal Público.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Cuentan con carátula o cover promocional de la serie y después una carátula para cada episodio. Se puede compartir a través de: Facebook, Twitter y LinkedIn
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	https://www.instagram.com/tecnico_lisboa/ Twitter @istecnico
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Ofrece contenido extra, como la entrevista realizada para el episodio y enlace externo al centro de ingeniería del Instituto.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	110 histórias, 110 objetos / Portugal
2. Nombre del episodio	Um telefone do século XIX
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / temporada única
4. Año	2021 / 18 de junio
5. Duración	11' 13''
6. Productora	366 ideias y Instituto Técnico Superior de Lisboa
7. Realizador/a	Marco Antonio
8. Equipo:	Realização: Marco António (366 ideias) Produção executiva: Filipa Soares (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Conteúdos site e redes sociais: Sílvio Mendes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Fotografia: © Instituto Superior Técnico Design: Patrícia Guerreiro (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Webdesign: Leandro Contreras (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Apoio à produção e conteúdos: Pedro Garvão Pereira (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Coordenação: Joana Lobo Antunes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) É feito por Joana Lobo Antunes, Pedro Garvão Pereira, Sílvio Mendes e Filipa Soares da Área de Comunicação Imagem e Marketing do Técnico, com realização de Marco António "110 Histórias 110 Objetos" é um programa do Instituto Superior Técnico, com produção 366 ideias.
9. Descripción (Si es que la hay)	"No podcast "110 Histórias 110 Objetos" percorremos os 110 anos de história do Instituto Superior Técnico através dos seus objetos do passado, do presente e do futuro. Objetos de ciência, de ensino, de música, de arte, do desporto, que nos chegam do fundo da Terra ou caem do Espaço, que ganham corridas, construídos por estudantes universitários ou cientistas consagrados, são o ponto de partida para conversas com pessoas que nos explicam do que estamos a falar.

	110 anos de história e de histórias, para ouvir todas as semanas. * O projeto integra a Rede de Podcasts do Jornal Público
10. Descripción del episodio (si es que la hay) (en este caso se selecciona la descripción que está publicada en el sitio, ya que si bien es más larga es más completa que la de Spotify)	“Quem atravessar os corredores do antigo Pavilhão de Eletricidade do Técnico pode ser surpreendido por um ruído estridente, produzido por uma viagem no tempo. Estará a ouvir o barulho do Gower-Bell, um telefone construído em 1882, a tocar encostado a uma parede do Museu Faraday, no campus da Alameda (Lisboa) do Instituto Superior Técnico. Em poucos segundos, é possível viajar quase 140 anos, à velocidade da ligação entre um telemóvel de 2021 e um telefone de 1882. E cada uma dessas chamadas pode perfeitamente ser atendida por Moisés Piedade ou por Carlos Ferreira Fernandes, ambos antigos Professores do Técnico e fundadores do mais recente museu do Técnico, inaugurado em 2017. Do tamanho e com o aspeto de um móvel, este telefone não tem bocal (fala-se para um painel que regista as vibrações da voz) e incorpora dois auscultadores, ou mais concretamente dois tubos que saem do aparelho e que encostamos às orelhas. Foi inventado por Frederick Gower, que depois ter trabalhado com Alexander Bell, nos Estados Unidos, se mudou para Inglaterra e “procurou fazer diferentes dos que eram patenteados por Bell”, como explica Moisés Piedade. O telefone alcançou muito sucesso, sobretudo por ter sido um dos primeiros do British Post Office – mas não há registo da existência de muitos exemplares em Portugal. O Gower-Bell era um “modelo de luxo” e, na altura do seu lançamento, Portugal ainda dava os primeiros passos no setor: “Em Inglaterra foram vendidos cerca de 25 mil. Em Portugal, poucos. Quando surgiram as primeiras linhas telefónicas no país, exatamente em 1882, apenas havia 15 subscritores e, desses, só 6 eram de pessoas”. O telefone deixaria de ser comercializado em 1900, altura em que se realizariam em Portugal cerca de 5 mil ou 6 mil chamadas por ano. O telefone do século XIX do Técnico foi encontrado numa cave do Complexo Interdisciplinar e foi alvo de

	algumas reparações e adaptações antes de integrar a coleção do Museu Faraday. É possivelmente uma herança do antigo Instituto Industrial e Comercial de Lisboa, que se situava onde hoje funciona o Museu das Comunicações. “O telefone é talvez a nossa estrela”, conta Carlos Ferreira Fernandes. Destaca-se pela interação que permite estabelecer com os visitantes, entre as mais de 600 peças do Museu, que personificam mais de 100 anos de história de ensino e investigação no Técnico. Organizado pelo Departamento de Engenharia Eletrotécnica e de Computadores do Técnico, o Faraday apresenta “objetos de diferentes épocas, desde a eletroquímica, dos princípios do eletromagnetismo, da radiação eletromagnética, as válvulas, transistores, reprodução de som...”. Ocupa sete salas e organiza-se em três áreas temáticas: Instrumentação, Escrita e Computação; Áudio, Rádio, TV e Comunicações. Todas elas unidas pelo mesmo princípio: o entusiasmo pela ciência e pela pedagogia. “Agrada-nos muito que, quando as pessoas chegam ao fim da visita, possam dizer: «Sente-se paixão»”, enquadra Ferreira Fernandes. Para que o Gower-Bell do Técnico pudesse funcionar já no século XXI, foi necessário fazer algumas alterações. Mas não tantas como se pode pensar. “Em termos de princípios não há assim tantas diferenças. As tecnologias mudam, mas os princípios são os mesmos. Por isso é importante manter os museus vivos. São uma prova da criatividade humana e do desenvolvimento dos conceitos básicos que depois são usados por várias tecnologias”, explica. Depois de reparado o telefone e ligado à rede interna do Técnico, foi feita uma primeira chamada de um telemóvel, seguida de um salto de alegria. “Isto funciona!”. Foi aplicada mais uma vez com sucesso a filosofia do Museu Faraday, resumida assim por Moisés Piedade: “Pôr a trabalhar tudo o que encontramos”. Em poucos segundos, é possível viajar quase 140 anos, à velocidade da ligação entre um telemóvel de 2021 e um telefone de 1882. No Técnico, um telefone construído no século XIX assume-se como a estrela do Museu Faraday e ajuda a estrutura a gerar entusiasmo pela ciência e pela pedagogia. A

	história deste aparelho da filosofia do Museu no quinto episódio do podcast “110 Histórias 110 Objetos”. Conteúdo Extra: Entrevista a Moisés Piedade, antigo Professor do Técnico e fundador do Museu Faraday Entrevista a Carlos Alberto Ferreira Fernandes, antigo Professor e fundador do Museu Faraday Recomendamos: Informação sobre o “E2- Telefone Gower-Bell” (Museu Faraday) Vídeo Trabalho de tese de mestrado de João Barreto, orientado por Rui Prada (Técnico) e Patrícia Gouveia (Belas Artes) sobre realidade aumentada e um jogo usando o telefone Gower- Bell Artigo na sequência da teste: “Extended Play at Faraday Museum” Notícias sobre o Museu Faraday no site do Técnico Lisboa Mais fotografias do telefone Gower-Bell do Museu Faraday Inauguração do Museu Faraday (2017) – RTP (14’29) “Histórias da Engenharia – A introdução do telefone em Portugal – I” (Portal da Ordem dos Engenheiros) Agradecimentos: Moisés Piedade Carlos Alberto Ferreira Fernandes”.
11. Criterio de selección del podcast	Ganador mejor podcast en Ciencia y Tecnología, Premio Podes 2022 https://podes.pt/vencedores/ Nominado a mejor podcast narrativo en Premios Podes 2021 https://podes.pt/nomeados2021/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre la historia y personajes que hay detrás de 110 objetos asociados a la historia de los 110 años del Instituto Superior Técnico de Lisboa En este episodio se cuenta la historia del Gower-Bell, un teléfono construido en 1882, que aún funciona y que está en el actual museo Faraday de Lisboa.

13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura clásica aristotélica El resumen del episodio es: Introducción del podcast con Marco Antonio, con la frase “está a ouvir 110 historias 110 objetos do instituto superior técnico” Llamada del móvil de Marco Antonio al teléfono antiguo, contesta Moisés Piedade, fundador del museo Faraday, una llamada del 2021 al 1882. Termina llamada, música. Presentación del episodio: “Um telefone do seculo XIX”. Moisés cuenta la historia del teléfono de Gower y de este teléfono en particular. Dice que es muy diferente del de Bell. Cuenta por qué es diferente. Entre otras cosas, uno puede ver la foto que es un teléfono grande pegado a la pared y que se escucha de una forma particular. Carlos Alberto Fernandes, unos de los directores del museo, cuenta por qué se llama Faraday el museo inaugurado en 2017, con aparatos electrónicos históricos que han sido reparados por los ingenieros del Museo, incluyendo el teléfono. Moisés narra cómo lo rescataron del Instituto Industrial de Lisboa, el que estaba casi como basura y lleno de polvo Después de repararlo, hicieron la primera llamada de un móvil a una red interna del instituto. “Fue una alegría inmensa” cuenta. A partir de esto se hizo una experiencia de realidad aumentada para sacarle partido a este teléfono histórico. Marco Antonio termina anunciando el sitio de 110 historias y el material extra (los fonos que se usaron

	y cuántas llamadas que se hicieron en ese tiempo con este tipo de aparato, entre otros). Concluye con los agradecimientos y créditos, con las voces del propio equipo del instituto. Termina con el teléfono sonando, llamando del móvil al teléfono antiguo, que suena como en esa época. Contesta una grabadora del Museo Faraday.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevista, crónica Narrador (el periodista es el narrador del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador participa/ se escucha en la historia como entrevistador, pero con imparcialidad. Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre	Muy buena calidad sonora Episodio muy sonoro, con sonidos del teléfono y otros audios

(muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Diseño musical licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3Ybd7zr Información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://110.tecnico.ulisboa.pt/ (presentación del proyecto, episodios y ficha técnica.) Este quinto episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3ZA9RPI Plataformas disponibles: Spotify Apple Podcasts Anchor.fm, Google podcast, poket cast y Radio Public. “110 Histórias 110 Objetos” integra a Rede de Podcasts do Jornal Público.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto,	Cuentan con carátula promocional de la serie y después una carátula para cada episodio. Algunas Se puede compartir a través de:

audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Facebook, Twitter y LinkedIn
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	https://www.instagram.com/tecnico_lisboa/ Twitter @istecnico
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Ofrece contenido extra, como las entrevistas completas realizadas para el episodio o contenido extra asociado, a través de enlaces externos a otros medios o instituciones afines. En este caso entrevista, vídeo, sitio web recomendado, etc.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	110 histórias, 110 objetos / Portugal
2. Nombre del episodio	Primer láser en Portugal
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	18 / temporada única
4. Año	2021 / 29 de octubre
5. Duración	18' 42''
6. Productora	366 ideias y Instituto Técnico Superior de Lisboa
7. Realizador/a	Marco Antonio
8. Equipo:	Realização: Marco António (366 ideias) Produção executiva: Filipa Soares (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Conteúdos site e redes sociais: Sílvio Mendes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Fotografia: © Instituto Superior Técnico Design: Patrícia Guerreiro (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Webdesign: Leandro Contreras (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Apoio à produção e conteúdos: Pedro Garvão Pereira (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Coordenação: Joana Lobo Antunes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) É feito por Joana Lobo Antunes, Pedro Garvão Pereira, Sílvio Mendes e Filipa Soares da Área de Comunicação Imagem e Marketing do Técnico, com realização de Marco António "110 Histórias 110 Objetos" é um programa do Instituto Superior Técnico, com produção 366 ideias.
9. Descripción (Si es que la hay)	"No podcast "110 Histórias 110 Objetos" percorremos os 110 anos de história do Instituto Superior Técnico através dos seus objetos do passado, do presente e do futuro. Objetos de ciência, de ensino, de música, de arte, do desporto, que nos chegam do fundo da Terra ou caem do Espaço, que ganham corridas, construídos por estudantes universitários ou cientistas consagrados, são o ponto de partida para conversas com pessoas que nos explicam do que estamos a falar.

	110 anos de história e de histórias, para ouvir todas as semanas. * O projeto integra a Rede de Podcasts do Jornal Público”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay) (en este caso se selecciona la descripción que está publicada en el sitio, ya que si bien es más larga es más completa que la de Spotify)	“Os lasers estão hoje em todo o lado, de forma mais ou menos invisível. Da indústria automóvel para cortar chapa aos apontadores que são usados nas aulas, da depilação a laser à fibra ótica que transporta a informação, dos videojogos aos projetores de cinema, ou até mesmo para desviar os resíduos de satélites que existem na alta atmosfera. Mas foi nos anos 60, quando ninguém sabia muito bem para que poderiam vir a servir, que testemunhámos a entrada do primeiro laser em Portugal, e no Técnico, pelas mãos do professor e investigador Manuel Alves Marques (1930- 2010). Um laser de rubi, com cerca de dois palmos de tamanho, constituído por um núcleo principal feito de cristal de rubi, envolvido por uma lâmpada de flash. “Na altura (anos 60) havia aplicações para a transmissão de dados, mas não sabemos para que foi realmente utilizado”, explica-nos João Mendoanha Dias, professor do Departamento de Física e investigador no Grupo de Lasers e Plasmas do Instituto de Plasmas e Fusão Nuclear (IPFN). “Também houve um laser de rubi no Batalhão de Transmissões de Lisboa. Não sei se será o mesmo ou se havia dois iguais, um para a parte militar e outro para a parte civil”, complementa. O laser chegou ao Grupo de Lasers e Plasmas do IPFN na altura da sua fundação, nos anos 90. “Nessa altura, o Prof. Alves Marques deu-nos algum equipamento, um deles foi este laser de rubi. E passou para nós. No início tentámos ligar logo aquilo, tivemos que arranjar um transformador, acabámos por pô-lo a funcionar, só mais tarde viemos a saber que teria sido o primeiro laser em Portugal. No início nem percebíamos como funcionava”, recorda. O primeiro laser do mundo, construído em 1960 num laboratório da Califórnia, era de resto muito parecido com este, mas com metade do tamanho. “Termos aqui o primeiro laser que funcionou em Portugal tem um aspeto simbólico. Serve-nos de inspiração, mostramos a outras pessoas e ficam

	encantadas em ver o cristal e a lâmpada de flash. Também tem aqui uma parte pedagógica porque não é muito comum podermos olhar para dentro de um laser”, descreve Luís Oliveira e Silva, presidente do Conselho de Escola do Técnico e professor no Departamento de Física e investigador no Grupo de Lasers e Plasmas do IPFN. “Como todos os lasers, produz luz muito especial: move-se numa única direção e tem uma única cor, é coerente (os fotões estão todos sincronizados) e isso é que torna esta luz verdadeiramente especial. O princípio que está aqui é o que existe em todos os lasers, desde lasers industriais até ao laser mais simples que nós vemos quando vamos fazer compras no supermercado e passamos o código de barras”, descreve. “Há três componentes principais do laser: o cristal, que é o meio ativo onde se dá a amplificação por emissão estimulada de luz, a fonte de bombeamento, que é a lâmpada de flash, que dá energia para estimularmos o cristal e depois o sistema de realimentação e amplificação, para fazer os fotões andarem para trás e para a frente e cópias de si próprios e fazerem a tal luz coerente e muito brilhante, que é um laser”, complementa João Mendanha Dias. A utilização do laser acabou por ser “ uma evolução natural da investigação que era feita no Técnico pelo Professor Alves Marques”, como partilha Luís Oliveira e Silva. Alves Marques, o primeiro a realizar um doutoramento pelo Instituto Superior Técnico (em 1962), estudava as propriedades físicas e químicas de soluções e diferentes compósitos e, antes dos lasers, recorria a outras fontes de luz menos precisas. A investigação que hoje se faz no Técnico é também herdeira dessa tradição da Física Experimental, que remonta também aos anos 30 e ao trabalho de António da Silveira (1904-1985), professor de Física do Técnico desde 1936 até 1974. Mas as diferenças da investigação que hoje se faz nesta área para a dos anos 60 está a “várias ordens de grandeza” de distância. “Neste momento, temos no Técnico vários lasers intensos que ocupam praticamente uma sala completa – o Laboratório de Lasers Intensos tem cerca de 100 metros quadrados, 80 deles ocupados com o laser. Os estudos que agora se fazem são em condições ainda mais

	extremas do que era possível fazer nessa altura. Há mais luz, é mais controlado, mais intenso, flashes de luz ainda mais curtos, as características agora são ainda mais interessantes”, aponta Luís Oliveira e Silva. A herança dessa tradição espelha-se também na filosofia que seguida pelos investigadores do Técnico e sintetizada por Luís Oliveira e Silva: “Sempre acreditamos que a física é essencialmente uma ciência experimental. É no confronto com as experiências que os nossos avanços são validados”. Conteúdo Extra Entrevista completa com Luís Oliveira e Silva e João Mendanha Dias Recomendamos Biografia de António Silveira “A propósito do primeiro de doutoramento do Técnico” (Revista Técnica, 1962) Site do IPFN Grupo de Lasers e Plasmas (IPFN) Luís Oliviera e Silva no programa “90 segundos de ciência” Agradecimentos: Luís Oliveira e Silva João Mendanha Dias”.
11. Criterio de selección del podcast	Ganador mejor podcast en Ciencia y Tecnología, Premio Podes 2022 https://podes.pt/vencedores/ Nominado a mejor podcast narrativo en Premios Podes 2021 https://podes.pt/nomeados2021/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre la historia y personajes que hay detrás de 110 objetos asociados a la historia de los 110 años del Instituto Superior Técnico de Lisboa En este episodio se cuenta la historia del primer láser en Portugal. Cuando hoy es usado en distintas áreas de la vida y de la industria, conocemos este primer láser usado en Portugal en los años 60.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas.

14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura clásica aristotélica Introducción del pódcast con Marco Antonio, con la frase “está a ouvir 110 historias 110 objetos do instituto superior técnico” Comienza hablando de la ficción científica de los años ‘70, con un archivo de programa de televisión que contaba aventuras científicas en el espacio hasta llegar a Star Wars o Star Trek. Pero esto no solo está en el imaginario sino en la vida misma, dice Marco Antonio Frase de presentación del episodio: “El primer laser en Portugal” Con entrevistas a Luís Oliveira e Silva e João Mendanha Dias se conoce de este láser y de la importancia para Portugal. Es una pieza frágil y sus componentes son piezas ópticas de cristal. Lo muestran, lo tocan; se escucha todo eso. Hecho de cristal de rubí y una lámpara de flash, que da energía para hacer la captura y concentrar la luz dentro del cristal. Es una pieza única, dicen los científicos, ya que “produce luz especial en única dirección...” Con música de fondo “futurista”, Marco Antonio lo compara con las compras en el supermercado cuando pasan los productos por el láser que lee el código de barras Los componentes del láser son el cristal, bomba de energía y sistema de realimentación y amplificación. Este laser es de los años 60, aunque no se sabe si es el mismo, que se ocupó en la parte militar o civil o son distintos. “es un descubrimiento compartido que intentaron volver a hacerlo funcionar y lo lograron...”; “fue un gran proceso de aprendizaje...” cuentan los científicos.

	Luis Oliveira habla de ese tiempo cómo era la investigación y cómo se usaba esto en esa época. Cuál es la importancia de este objeto para el instituto: “este primer laser es un objeto simbólico e inspiración (...) que sirve a la vez para mostrarlo y para hacer acciones de divulgación”; “Es bonito y didáctico, lo califican, y muy parecido al primer laser a nivel mundial”. En 1973 fue hecho el primero en Portugal y en 1985 se hicieron para nivel industrial. Sus usos van desde el supermercado hasta otras utilidades en cirugías y odontología, y son parte de piezas de armamentos. Agradecimientos a los científicos y Marco Antonio termina anunciando el sitio de 110 historias y el material extra. Luego los créditos, con las voces del propio equipo del instituto. Sonido de un láser verdadero, del Instituto superior Técnico; se escucha cómo suena cuando corta un cartón de plástico e interactúan los científicos con Marco Antonio.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res; racconto Narrativo Entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast), archivos sonoros
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast	El periodista / narrador participa/ se escucha en la historia como entrevistador, pero con imparcialidad.

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora Episodio sonoro, en el cual el objeto es protagonista. Esto pasa también en otros episodios
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Diseño musical licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de pódcast principal http://bit.ly/3Ybd7zr información del pódcast y enlace a las distintas plataformas en: https://110.tecnico.ulisboa.pt/ (presentación del proyecto, episodios y ficha técnica.) Este 18 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3ydQIH2

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Plataformas disponibles: Spotify Apple Podcasts Anchor.fm, Google podcast, poket cast y Radio Public. “110 Histórias 110 Objetos” integra a Rede de Podcasts do Jornal Público. Cuentan con carátula promocional de la serie y después una carátula para cada episodio. Algunas Se puede compartir a través de: Facebook, Twitter y LinkedIn
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	https://www.instagram.com/tecnico_lisboa/ Twitter @istecnico
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Ofrece contenido extra. En este caso una entrevista completa realizada y recomendaciones para visitar/acceder a contenido complementario.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	110 histórias, 110 objetos / Portugal
2. Nombre del episodio	O maquete da ponte da Arrábida.
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	35 / temporada única
4. Año	2022 / 25 de febrero
5. Duración	12' 59''
6. Productora	366 ideias y Instituto Técnico Superior de Lisboa
7. Realizador/a	Marco Antonio
8. Equipo:	Realização: Marco António (366 ideias) Produção executiva: Filipa Soares (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Conteúdos site e redes sociais: Sílvio Mendes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Fotografia: © Instituto Superior Técnico Design: Patrícia Guerreiro (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Webdesign: Leandro Contreras (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Apoio à produção e conteúdos: Pedro Garvão Pereira (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Coordenação: Joana Lobo Antunes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) É feito por Joana Lobo Antunes, Pedro Garvão Pereira, Sílvio Mendes e Filipa Soares da Área de Comunicação Imagem e Marketing do Técnico, com realização de Marco António "110 Histórias 110 Objetos" é um programa do Instituto Superior Técnico, com produção 366 ideias.
9. Descripción (Si es que la hay)	"No podcast "110 Histórias 110 Objetos" percorremos os 110 anos de história do Instituto Superior Técnico através dos seus objetos do passado, do presente e do futuro. Objetos de ciência, de ensino, de música, de arte, do desporto, que nos chegam do fundo da Terra ou caem do Espaço, que ganham corridas, construídos por estudantes universitários ou cientistas consagrados, são o ponto de partida para conversas com pessoas que nos explicam do que estamos a falar.

	110 anos de história e de histórias, para ouvir todas as semanas. * O projeto integra a Rede de Podcasts do Jornal Público
10. Descripción del episodio (si es que la hay) (en este caso se selecciona la descripción que está publicada en el sitio, ya que si bien es más larga es más completa que la de Spotify)	“A 22 de junho de 1963 era lançado sobre o rio Douro um record mundial em forma de ponte, naquela que viria a ser a segunda ligação rodoviária entre o Porto e Vila Nova de Gaia. Nascia a Ponte da Arrábida, obra de arquitetura e engenharia assinada por Edgar Cardoso (1913-2000) e que inclui elementos escultóricos assinados por Salvador Barata Foyo (ouvir episódio 23) e por Gustavo Bastos, que se assumia como a ponte com o maior arco em betão armado de todo o mundo. Pelo Técnico, onde Edgar Cardoso foi também uma das grandes referências no ensino de Pontes e Estruturas, passou e ficou – pelo menos a partir dos anos 70 – a Maquete da Ponte, que representa uma versão intermédia da obra. “Eu não sei exatamente a origem, mas lembro-me ainda como aluno, portanto estamos a falar dos anos 70, de a ver nos corredores do Pavilhão Central do Técnico. Imagino que deve ter sido uma maquete oferecida pelo professor Edgar Cardoso, que era aqui professor da disciplina de Pontes e Estruturas Especiais”. Quem percorre a memória é Fernando Branco, professor catedrático do Instituto Superior Técnico, no Departamento de Departamento de Engenharia Civil, Arquitectura e Georrecursos. A maquete remonta ao período de início das obras de construção da ponte, a partir de 1957. “As maquetes habitualmente são feitas para as pessoas verem a ponte que vai ser realizada. Esta maquete deve ter sido feita depois de estar já concebida”, explica. Depois de ter estado longos anos nos corredores do Pavilhão Central do Campus da Alameda, encontrou finalmente espaço no Museu de Civil, inserido do Pavilhão de Civil, inaugurado em 1993. “Estamos a falar de uma época – anos 70 – em que o Técnico já denotava alguns problemas de conservação. Todo o ensino da Engenharia Civil era feito no Pavilhão Central, em salas em que as janelas não abriam nem fechavam, em que as carteiras estavam com poucas condições. Do que me lembro, a maquete estava bastante deteriorada na altura. A

	maquete é metálica e eu tenho ideia de a ver verde, nem estava sequer pintada, estava relativamente deteriorada”, complementa Fernando Branco. A maquete foi, entretanto, retocada e pintada, provavelmente quando foi mudada para o Edifício de Civil. Informação mais específica tem Carlos Ferraz, atual representante da empresa Edgar Cardoso, Laboratório e Estruturas, e que muito colaborou com o professor: “A ponte foi estudada no princípio dos anos 50 – porque a avaliação depois da solução que foi mesmo a concurso é de 1954. Portanto, esta é uma hipótese de ponte, porque existira uma solução também em metal e estrutura metálica. Duas em betão, uma pré-esforçada e era apenas um pórtico, a de betão era praticamente igual a esta, assim como também de alvenaria, de pedra, de granito. A opção que veio a ser executada é muito parecida com esta ou quase igual, mas de betão armado. A razão para isso foi a escolha sobre os materiais, preferindo-se os materiais nacionais”. Edgar Cardoso, com um trabalho “exigente” e “rigoroso”, de acordo com Carlos Ferraz, raramente fazia uma obra igual à anterior. “Estava sempre a estudar e a fazer coisas novas”. E acompanhava de perto todas as suas obras. Por exemplo, no caso das obras da Ponte da Arrábida, “todas as semanas se ia ver os trabalhos da ponte e reunia com cerca de 20 pessoas”. As obras preferidas de Fernando Branco são a Ponte São João, também no Porto, e duas pontes construídas no então Ultramar, em Moçambique, no Save e no Tete, onde utilizou pela primeira vez, de forma pioneira, o sistema das pontes suspensas mas de múltiplos vãos. “Se pensarmos que aquilo foi construído em África sem tecnologias nenhuma e com meios muito complicados. Para mim aquelas pontes são, digamos, as mais notáveis que foram feitas”, defende. Edgar Cardoso foi também pioneiro no recurso a modelos de ponte, com secções desenhadas à escala, para lhe colocar sensores e medir extensões, deslocamentos, testando a sua resistência. “Começou a usar modelos com instrumentação mecânica, para estudar os esforços equivalentes na ponte ou no próprio modelo final, no protótipo. Na

	altura não havia, ele próprio desenhou esses instrumentos para poder medir os deslocamentos, as flechas, as extensões, tudo isso”, recorda Carlos Ferraz. “Isto foi a grande inovação que ele trouxe. Até ter começado a usar os modelos, basicamente os projetos eram feitos com modelos planos, ou seja, não havia a terceira dimensão nas pontes”, complementa Fernando Branco. As obras de Edgar Cardoso destacavam-se ainda pelo forte pendor estético. “As obras dele são sempre anormalmente belas. O produto das coisas que ele fazia é de facto muito bonito. São obras de engenharia, mas que tem a beleza de uma escultura”, descreve Fernando Branco. Mas será que o engenheiro se via como um artista. Carlos Ferraz nega-o. “Via-se como uma pessoa que trabalhava muito”. Três histórias sobre Edgar Cardoso: Um: Salazar e o preço das esculturas da Ponte «É uma história engraçada e verídica, contada pela filha do Governador Civil do Porto à data da inauguração. Diz basicamente que o Salazar não ia habitualmente à inauguração das grandes obras. Ia de véspera ver se estava tudo bem. Então, avisou o governador civil que ia lá precisamente na véspera da inauguração. E quando chegou lá estava o Governador Civil do Porto, precisamente junto a uma dessas torres, onde estão as tais figuras do Barata Feyo. Recebeu-o e acho que o Salazar não ligou muito às figuras. E o Governador Civil disse: “Aproveitámos e fizemos uma decoração toda bonita com estas figuras do escultor Barata Feyo”. Ele olhou e fez o seguinte comentário: “Lá feias são e devem ter custado muito”.» Fernando Branco Dois: A “cor Edgar Cardoso” e a Ponte vermelho-boi «O Professor tinha uma cor que nós chamávamos a cor Edgar Cardoso, que era branco marfinado ligeiramente azulado. E há uma história que por acaso é curiosa, na altura da construção da Ponte da Figueira da Foz. E perguntaram-nos se a ponte podia ser pintada de vermelho sangue boi ou de azul marinho. E o Professor respondeu: ‘A ponte não foi calculada para essas cores’. E as pessoas ficaram assim ‘como é que a ponte não foi calculada para

	essas cores?”. É muito simples: uma ponte, qualquer superfície clara que reflita a energia aquece muitíssimo menos, enquanto que uma superfície que seja de tons mais agressivos, mais escuros, absorve muita energia. O que é que isto quer dizer? As dilatações são completamente diferentes. Vou dar um exemplo: a gente experimentava tudo... um carril pintado de branco e um carril normal como aqueles que a gente vê: colocávamos aquilo na varanda do gabinete íamos almoçar e voltávamos, e as diferenças de temperatura que conseguíamos medir de um para o outro eram cerca de 30 graus. Ou seja, em termos de extensões depois eram uma diferença brutal. Portanto, a ponte não foi calculada para aquela temperatura porque junto aos apoios das juntas essas retrações ou dilatações iam ter influência. No entanto, hoje em dia está de uma cor... azul marinho talvez. Venceu a outra parte». Carlos Ferraz Três: O Professor Edgar Cardoso e as Provas Orais «Falar da fama [de Edgar Cardoso] é falar de alguns relatos que me chegaram de outros colegas, não diretos mas essencialmente mais velhos. Basicamente o Professor obrigava toda a gente a ir à oral, e não chumbava ninguém mas havia muitos que chegavam a lá ir seis ou sete vezes. Primeiro que passassem... Era do tempo em que não havia muitos alunos e portanto podia-se fazer isto. São famosas as orais em que ele fazia muitas vezes perguntas só para apanhar a sensibilidade do engenheiro. Perguntava coisas como por exemplo ‘qual é a altura que acha que tem do rio até lá acima?’. Se o indivíduo falhava dois ou três metros... ‘pode voltar cá daqui a uma semana’. Ele era famoso por isso. Ele queria essencialmente que as pessoas tivessem sensibilidade na Engenharia. Ele não se preocupava muito com as contas...queria era que as pessoas percebessem como é que funcionavam as estruturas. No oral era ali que ele via se a pessoa podia levar o selo de engenheiro ou não». Fernando Branco «Eu posso talvez complementar que ele não chumbava ninguém. As pessoas tinham que ir aprimorando o seu conhecimento mas as orais percorriam as matérias todas, ou seja, era a

	Geotecnia, a parte Estrutural, a parte Estética, tudo. Era professor de Pontes e de estruturas especiais mas corria as matérias todas e, naturalmente, a parte de resistência de materiais, que são as coisas importantes para um Engenheiro poder de alguma ter algum critério quando olha para uma obra e dizer, bom aquela obra tem dimensões muito incorretas ou dimensões corretas. Olhamos para aquela ponte e vemos que está bem. Podia ser mais espessa, havia professores, nomeadamente no Porto, que faziam coisas pouco esbeltas, com dimensões muito exageradas». Carlos Ferraz Conteúdo Extra: Conversa com Fernando Branco e Carlos Ferraz acerca da Maquete da Ponte da Arrábida Assinatura de Edgar Cardoso em livro / dissertação para lugar de professor catedrático do Técnico (PDF) Recomendamos: As obras de Edgar Cardoso (Wikipedia) Edgar Cardoso – Entrevista biográfica (Vídeo – RTP Play) Pontes de Edgar Cardoso, engenho e arte no rio Douro (Vídeo e Texto – RTP Play) Edgar Cardoso – O consultor de pontes (Vídeo – Ordem dos Engenheiros) À memória de Mestre Edgar Cardoso (Blogue Engenho & Arte) “Edgar Cardoso 1913/2000” (Livro – Catálogo de Bibliotecas de Lisboa) Museu de Civil “A montagem do cimbri da Ponte da Arrábida”; Boletim da Ordem dos Engenheiros (1962) Artigos da autoria de Edgar Cardoso na Revista Técnica: 1939 – N.º 102 – Vigas hiperstáticas de momento de inércia variável. 1939 – N.º 106 – Cálculo dos sistemas hiperstáticos com o auxílio de modelos reduzidos. 1940 – N.º 115 – Algumas considerações sobre as pontes de arcos e abóbadas. 1941 – N.º 124 – A investigação Experimental Científica. 1942 – N.º 128 – Breve simplificação nos cálculos estáticos das estruturas.

	1943 – N.º 135 – Estudo experimental de tabuleiros de pontes com apoios inclinados. 1943 – N.º 136 – Estudo experimental de tabuleiros de pontes com apoios inclinados. 1943 – N.º 139 – O tabuleiro das pontes tipo «Bow-string» de betão armado. 1944 – N.º 148 – A aparelhagem utilizada num método de determinação mecânica das incógnitas hiperestáticas das estruturas reticuladas. 1945 – N.º 159 – Uma aplicação dum tipo especial de pórtico simples. 1947 – N.º 176 – Um aparelho que determina duma só vez o momento flector e o esforço transversal em qualquer secção dum modelo reduzido plano ou do espaço para todas as espécies de solicitações. 1954 – N.º 245 – Ponte sobre o rio Cávado, na albufeira da Caniçada. 1957 – N.º 270 – CAPA — Passagem superior de betão armado, com vão de 47m, em Sacavém, para a SACORVigas principais do tipo arco com tirante semi-rígido, triangulado na região central. Tabuleiro inferior pré-esforçado longitudinalmente. Execução de Construções Técnicas, Lda., segundo projecto do Eng. Edgar Cardoso. 1957 – N.º 271 – Cuidados a ter na construção das grandes pontes de betão armado. 1957 – N.º 272 – CAPA – Uma das 4 pontes sobre a albufeira de Barragem do Maranhão – Projecto do Eng.º Edgar Cardoso – Construção da NOVOPCA. 1958 – N.º 286 – A Engenharia Civil na época actual – Conceção, cálculo e possibilidades construtivas. 1965 – N.º 346 – A Engenharia Civil no Ultramar Português. Artigos mencionados na Revista Técnica sobre Edgar Cardoso e a Ponte da Arrábida: 1960 – N.º 306 – O controle da fabricação do betão e a medição da sua qualidade no estaleiro, pelo Eng. Civil (IST) A. de Sousa Coutinho, Investigador do Laboratório Nacional de Engenharia Civil (menciona a Ponte Arrábida, pág. 96) 1960 – N.º 307 – O controle da fabricação do betão e a medição da sua qualidade no estaleiro, pelo ENG. Civil (IST) A. de Sousa Coutinho, Investigador do Laboratório Nacional de Engenharia Civil (fala sobre a Ponte Arrábida, pág. 147-150)

	1961 – N.º 308 – Porto: estudos e realizações de urbanismo; Miguel Falcão. Binário, n.º 26, Novembro de 1960 (Aborda Edgar Cardoso e a Ponte da Arrábida, pág. 239) 1961 – N.º 308 – Programa do Seminário Internacional de Hidráulica – (Visita à Ponte da Arrábida, pág. 206). 1961 – N.º 316 – Do Mundo Técnico – Comentário ao colóquio sobre construções anti-sísmica (Fala de Edgar Cardoso, pág. 136). 1963 – N.º 325 – Na secção Ficheiro dá a refª ao artigo (depois do anúncio 36) – A montagem do cimbre da ponte da Arrábida de J. C. Araújo Sobreira. Boletim da Ordem dos Engenheiros, 7-8-1962, pág. 221-235. 1963 – N.º 331 – Anúncio pág. I – Vista parcial dos acessos da Ponte da Arrábida assentes sobre Estacas Franki. Agradecimentos: Carlos Ferraz Fernando Branco Departamento de Engenharia Civil, Arquitectura e Georrecursos Museu de Civil Filomena Santos (Biblioteca do Técnico)”
11. Criterio de selección del pódcast	Ganador mejor pódcast en Ciencia y Tecnología, Premio Podes 2022 https://podes.pt/vencedores/ Nominado a mejor pódcast narrativo en Premios Podes 2021 https://podes.pt/nomeados2021/
Narrativa y estética sonora	Descripción
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre la historia y personajes que hay detrás de 110 objetos asociados a la historia de los 110 años del Instituto Superior Técnico de Lisboa En este episodio se cuenta la historia de la maqueta del puente de Arrábida en Porto, Portugal, de 1963, cuya construcción fue pionera en la ingeniería a nivel mundial, por ser el puente con el mayor arco de concreto de todo el mundo. Si bien no hay certeza, se piensa que esta maqueta es posterior al puente mismo.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas

14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura clásica aristotélica. Introducción del pódcast con Marco Antonio, con la frase “está a ouvir 110 historias 110 objetos do instituto superior técnico” Música portuguesa hablando del puente. Luis I de Porto, pero no es sobre él que vamos a hablar, dice Marco Antonio. Se habla de Edgardo Cardoso, fallecido en el 2000, quien comenzó a proyectar este puente en los años '50. Presentación del episodio “A maquete da ponte de Arrábida” Se conversa con Fernando Branco e Carlos Ferraz Fernando vio la maqueta verde en su tiempo, mientras Carlos dice que se decidió entre varias propuestas por aquella que se podía hacer con materiales nacionales más que extranjeros, porque son muy caros. El gran arco de concreto la hace una obra de ingeniería mundial. “Obra de ingeniería pero que tiene la belleza de una escultura”, dicen los entrevistados. “De la maqueta no contó mucho Edgardo. No se sabe toda la historia...” Marcó la ingeniería portuguesa, con varios puentes, entre ellos el emblemático de San Joao. Con música de fondo, a veces algo fuerte, se cuenta la anécdota de la presencia del dictador Antonio Salazar en la inauguración, que encontró que las esculturas que estaban ese día eran feas. La maqueta está actualmente en el museo civil, mientras que el puente fue nombrado monumento nacional el 2003.

	Esto y mucho más en el sitio de 110 historias, con material extra. Después los créditos, con las voces del propio equipo del instituto.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador participa/ se escucha en la historia como entrevistador, pero con imparcialidad. Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros	Muy buena calidad sonora Descriptivos

(descriptivo, narrativo, decorativo)	
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Diseño musical licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3Ybd7zr Información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://110.tecnico.ulisboa.pt/ (presentación del proyecto, episodios y ficha técnica.) Este 35 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3YiNoFi Plataformas disponibles: Spotify Apple Podcasts Anchor.fm, Google podcast, poket cast y Radio Public. “110 Histórias 110 Objetos” integra a Rede de Podcasts do Jornal Público, el cual publica el podcast en su sitio publico.pt
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Cuentan con carátula promocional de la serie y después una carátula para cada episodio. Algunas Se puede compartir a través de: Facebook, Twitter y LinkedIn
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	https://www.instagram.com/tecnico_lisboa/ Twitter @istecnico

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Ofrece mucho contenido extra, recomendaciones y lecturas. Es el episodio más completo en cuanto a contenido material complementario.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	110 histórias, 110 objetos / Portugal
2. Nombre del episodio	Portugal, O hidroplanador
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	50 / temporada única
4. Año	2022 / 10 de junio
5. Duración	17' 54''
6. Productora	366 ideias y Instituto Técnico Superior de Lisboa
7. Realizador/a	Marco Antonio
8. Equipo:	Realização: Marco António (366 ideias) Produção executiva: Filipa Soares (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Conteúdos site e redes sociais: Sílvio Mendes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Fotografia: © Instituto Superior Técnico Design: Patrícia Guerreiro (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Webdesign: Leandro Contreras (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Apoio à produção e conteúdos: Pedro Garvão Pereira (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Coordenação: Joana Lobo Antunes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) É feito por Joana Lobo Antunes, Pedro Garvão Pereira, Sílvio Mendes e Filipa Soares da Área de Comunicação Imagem e Marketing do Técnico, com realização de Marco António "110 Histórias 110 Objetos" é um programa do Instituto Superior Técnico, com produção 366 ideias.
9. Descripción (Si es que la hay)	"No podcast "110 Histórias 110 Objetos" percorremos os 110 anos de história do Instituto Superior Técnico através dos seus objetos do passado, do presente e do futuro. Objetos de ciência, de ensino, de música, de arte, do desporto, que nos chegam do fundo da Terra ou caem do Espaço, que ganham corridas, construídos por estudantes universitários ou cientistas consagrados, são o ponto de partida para conversas com pessoas que nos explicam do que estamos a falar.

	110 anos de história e de histórias, para ouvir todas as semanas. * O projeto integra a Rede de Podcasts do Jornal Público”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay) (en este caso se selecciona la descripción que está publicada en el sitio, ya que si bien es más larga es más completa que la de Spotify)	“Tem cerca de 19 metros de envergadura e elevou-se nos céus, até aos 140 metros de altitude, partindo da Doca do Bom Sucesso, junto à Torre de Belém, em Lisboa, acabando rebocado por uma embarcação. Se tivesse acontecido ontem com um avião a motor, talvez não fosse nada de especial, mas estamos em 1934 e a falar de um hidroplanador (sem motor) construído desde 1929 por Artur Varela Cid, na altura um jovem estudante do Técnico. Alguns anos depois, repetiu o voo, a partir da Póvoa de Santa Iria, desta vez a 30 metros de altura. E a partir daí, “Portugal, o hidroplanador” nunca mais voou. Era apenas o terceiro hidroplanador do mundo a fazê-lo, numa altura em que o conhecimento aeronáutico ainda germinava. “Era preciso misturar aerodinâmica com hidrodinâmica porque aterrar na água não é fácil. Mas na altura procurava-se muito isso porque nem sempre as superfícies terrestres estavam preparadas para poder aceitar uma aeronave com rodas. A água sempre dava outra segurança”, explica o Coronel Mota Raposo, diretor do Museu do Ar, onde o aparelho se encontra exposto (no pólo de Alverca). É o maior objeto exposto no Museu, descrito assim pela Alferes Rita Amaral, Adjunto para a Comunicação de Eventos do Museu: “Um objeto gigante de madeira e tela, com fuselagem e asas de madeira. Não tem motor pelo que não precisa de ser revestido com metal, e é todo revestido em tela (neste momento nas asas não tem)”. “Pode não ter grande história para a Força Aérea e para a aeronáutica militar enquanto todo, mas enquanto evolução tecnológica é uma peça rara”, complementa. Deu um contributo inestimável para o conhecimento das componentes aerodinâmicas de voo e apresentava-se também como uma boa ferramenta de instrução para os aviadores. “Não haver ruído do motor, ter uma habilidade para procurar as ascendentes, gerir bem o voo aproveitando aquilo que a natureza nos dá e ouvir-se apenas o sibilar do vento é algo que é epíteto do que é voar”, resume Mota Raposo.

	“Portugal” foi o primeiro grande trabalho de Varela Cid, que se viria a tornar também docente do Instituto Superior Técnico, até 1965. Dedicou toda a sua carreira à aeronáutica e é apresentado por Luís Braga Campos, professor catedrático do Técnico, jubilado e emérito, e que foi também coordenador do curso de Engenharia aeroespacial, como “um caso único de um pioneiro do lado da Engenharia”. “Ele fez um avião a partir do zero. Enquanto que todos os outros usavam aviões comprados. Num período de pioneiros na pilotagem, foi um pioneiro na Engenharia”. Foi possivelmente o único a fazer aviões de raiz em Portugal, tendo também feito o motoplanador São Miguel, também um hidroavião, após o término da 2.ª Guerra Mundial. Conseguiu uma Bolsa de Estudo do Instituto de Alta Cultura, que usou na Alemanha para construir um túnel aerodinâmico, provavelmente o primeiro em Portugal e que foi muito importante para estudantes e professores do Técnico poderem desenhar aviões. No Técnico lecionou três disciplinas – Aerodinâmica e Aeronáutica 1 e 2 – mas acabaria afastado em 1965 na sequência de algumas polémicas. “Acaba por ser uma figura um bocado trágica. Fez coisas boas, inegáveis mas meteu-se em controversas desnecessárias. A combinação das controvérsias e da mentalidade adversa do tempo acabou por prejudicá-lo”, resume Luís Braga Campos. O que aconteceu ao hidroplanador Portugal entre os seus dois voos e 2016, data em que foi exposto no Museu do Ar, não é também totalmente claro. Passou um período nas instalações do Técnico e, provavelmente, algumas décadas guardado num armazém até ter sido entregue aos cuidados do Museu do Ar, nos anos 80, antes da morte de Varela Cid (1984). Ficou na reserva da coleção do Museu até 2008, ano em que se deu início ao seu restauro, num protocolo entre a Força Aérea e a Escola de Recuperação de Património de Sintra. “Quando cheguei o hidroplanador estava num armazém em Alverca, cheio de pó, com vários orifícios de mau manuseamento. As asas, para serem melhor acondicionadas, foram serradas a meio. Havia muitas das peças em falta e não havia os projetos originais do hidroplanador, o que dificultou um

	bocadinho a nossa intervenção”, recorda Gonçalo Carneiro, conservador/ restaurador da escola. No processo de restauro estiveram envolvidos cerca de 100 alunos, que o prepararam para novos voos enquanto objeto hist3rico quase um s3culo depois. Para o T3cnico, para al3m dos seus hidroavi3es e de todo o conhecimento aeron3utico que ajudou a produzir, Varela Cid levou tamb3m tr3s avi3es reais da 2.ª Guerra Mundial – um Bristol Blenheim, um bombardeiro ligeiro e dois caças pesados Bristol Beaufighter – que permitiram aos estudantes do T3cnico conhecerem a estrutura e anatomia de um avi3o real. Motores, asas e muitas hist3rias em torno de Varela Cid, como as recordadas dos dias em que ele ia ao T3cnico testar os motores do Bristol Blenheim e ningu3m conseguia dar aulas. Conte3do Extra: Conversa com Lu3s Braga Campos acerca de Varela Cid Visita ao Museu do Ar, onde est3 exposto o hidroplanador “Portugal” Conversa com Gonçalo Carneiro acerca do restauro do hidroplanador Portugal Recomendamos: Artigo na Revista T3cnica Museu do Ar Publica3o sobre Hidroplanador no Facebook do Museu do Ar Foto em Arquivos.pt V3deo (Arquivos RTP) Imagens referidas no epis3dio: 1 2 Agradecimentos: Lu3s Braga Campos Gonalo Carneiro Mota Raposo Rita Amaral Museu do Ar#
11. Criterio de selecci3n del p3dcast	Ganador melhor p3dcast en Ciencia y Tecnolog3a, Premio Podes 2022 https://podes.pt/vencedores/ Nominado a melhor p3dcast narrativo en Premios Podes 2021 https://podes.pt/nomeados2021/

Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular 13. Historias personales, historias históricas	Se cuenta sobre la historia y personajes que hay detrás de 110 objetos asociados a la historia de los 110 años del Instituto Superior Técnico de Lisboa En este episodio se cuenta la historia del hidroplanador de 1934, que fue hecho por Artur Varela Cid. Después de 2008 comenzó su restauración y hoy es exhibido en el museo del aire desde 2016. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Clásica aristotélica El resumen del episodio es: Introducción del pódcast con Marco Antonio, con la frase “está a ouvir 110 historias 110 objetos do instituto superior técnico”. Se abre la puerta del museo del aire, y Rita Raposo lleva a Marco Antonio donde está el hidroplanador, junto a 50 motores. Presentación del episodio “Portugal o hidroplanador” Compuesto de madera y recubierto de tela es un objeto único, de 19 metros de largo, creado en 1934 por Artur Varela Cid, como estudiante primero y primer asistente después, quien dedicó su carrera a la aeronáutica. Luis Braga Campos profesor de Ingeniería Espacial habla de Varela Cid. Fue su gran trabajo este hidroplanador, que seguramente recibió la ayuda de otras personas. Es una categoría diferente de avión que queda registrado en la historia. Se dice que llegó a los 1000 metros, pero no hay certeza. Fueron pioneros en la ingeniería, confeccionando aviones sin motor. Este hidroplanador logra combinar la aerodinámica con la hidrodinámica y es un hito para Portugal

	Rita cuenta que en 1934 se elevó 140 metros y un segundo vuelo logró 30 metros de altura. Finalmente, la historia de Artur no terminó muy bien porque se vio envuelto en una polémica con el técnico, por la propiedad del hidroplanador. Después de recuperarlo comienza su restauración a inicios de este siglo. Campos habla de su restauración de este hidroplanador que está en el Museo del Aire. Marco Antonio hace un resumen de la conversación con los entrevistados y la información adicional a la que se puede acceder Luego los créditos, con las voces del propio equipo del instituto. Termina con que este pódcast forma parte de la red con publico.pt.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevista, crónica Narrador (el periodista es el narrador del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast	El periodista / narrador participa/ se escucha en la historia como entrevistador, pero con imparcialidad.

20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Licenciado
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de pódcast principal http://bit.ly/3Ybd7zr información del pódcast y enlace a las distintas plataformas en: https://110.tecnico.ulisboa.pt/ (presentación del proyecto, episodios y ficha técnica.)

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Este 50 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3JbaTMc Plataformas disponibles: Spotify Apple Podcasts Anchor.fm, Google podcast, poket cast y Radio Public. 110 Histórias 110 Objetos” integra a Rede de Podcasts do Jornal Público. Cuentan con carátula promocional de la serie y después una carátula para cada episodio. Algunas Se puede compartir a través de: Facebook, Twitter y LinkedIn https://www.instagram.com/tecnico_lisboa/ Twitter @istecnico Ofrece contenido extra y recomendaciones par acceder a contenido complementario externo.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	110 histórias, 110 objetos / Portugal
2. Nombre del episodio	Flexcraft aeronave modular
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	81 / temporada única
4. Año	2023 / 10 de febrero
5. Duración	17' 53''
6. Productora	366 ideias y Instituto Técnico Superior de Lisboa
7. Realizador/a	Marco Antonio
8. Equipo:	Realização: Marco António (366 ideias) Produção executiva: Filipa Soares (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Conteúdos site e redes sociais: Sílvio Mendes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Fotografia: © Instituto Superior Técnico Design: Patrícia Guerreiro (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Webdesign: Leandro Contreras (Núcleo de Design e Multimédia do Técnico) Apoio à produção e conteúdos: Pedro Garvão Pereira (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) Coordenação: Joana Lobo Antunes (Área de Comunicação, Imagem e Marketing do Técnico) É feito por Joana Lobo Antunes, Pedro Garvão Pereira, Sílvio Mendes e Filipa Soares da Área de Comunicação Imagem e Marketing do Técnico, com realização de Marco António "110 Histórias 110 Objetos" é um programa do Instituto Superior Técnico, com produção 366 ideias.
9. Descripción (Si es que la hay)	“No podcast “110 Histórias 110 Objetos” percorremos os 110 anos de história do Instituto Superior Técnico através dos seus objetos do passado, do presente e do futuro. Objetos de ciência, de ensino, de música, de arte, do desporto, que nos chegam do fundo da Terra ou caem do Espaço, que ganham corridas, construídos por estudantes universitários ou cientistas consagrados, são o ponto de partida para conversas com pessoas que nos explicam do que estamos a falar.

	110 anos de história e de histórias, para ouvir todas as semanas. * O projeto integra a Rede de Podcasts do Jornal Público”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay) (en este caso se selecciona la descripción que está publicada en el sitio, ya que si bien es más larga es más completa que la de Spotify)	“Tudo se resume a uma asa. Essa é a base do veículo e da tecnologia inovadora idealizada por investigadores e estudantes do Instituto Superior Técnico, no início deste século. Uma asa que pudesse ser operada remotamente, funcionando quase como um táxi aéreo que pode agarrar vários tipos de cabines com várias aplicações, do transporte de mercadoria ao socorro de vítimas. Esta aeronave modular em forma de asa, batizada como Flexcraft, foi projetada para ter 15 metros de uma ponta a outra da asa e para permitir o transporte de uma carga até 1000 quilos (ou 8 ou 9 passageiros), durante cerca de 500 quilómetros. Um veículo aéreo completamente diferente das aeronaves tal como as conhecemos hoje. “Apercebemo-nos, no contacto com empresas logísticas, que há aqui um nicho de mercado que pode ser explorado para fazer a entrada desde centros que estão na periferia até aos grandes centros logísticos”, explica Fernando Lau, professor no Departamento de Engenharia Mecânica e coordenador do Mestrado em Engenharia Aeroespacial. As possíveis aplicações desta asa que transporta cabines de um lado para o outro não se esgotam no transporte de mercadorias. “Uma das preocupações é com incêndios: imaginámos uma forma muito rápida de fazer o transporte de doentes com esse tipo de sistema”, complementa. As cabines podem ser várias coisas como contentores, ambulâncias, aeronaves de transporte de passageiros, entre outras. O projeto surgiu no ano letivo de 2015/2016 e envolveu vários estudantes de mestrado e de doutoramento do Técnico. Bebeu ideias de um projeto anterior, mais dedicado a aeronaves convencionais, uma espécie de jato executivo, com capacidade para quatro passageiros, mas rapidamente se converteu nesta estratégia das asas voadoras. Esta missão de criar novos conceitos de

	aeronaves envolveu várias entidades, como o INEGI – Instituto de Ciência e Inovação em Engenharia Mecânica e Engenharia Industrial (INEGI), a Alma Design e a Embraer Portugal. A Flexcraft, desenhada para não precisar de uma pista convencional para levantar e aterrar, chegou a ter um modelo à escala de 1/10 (com 1,5 metros de ponta a ponta da asa, em vez dos 15 metros) que conseguiu levantar voo percorrendo 20 metros em seis segundos, num terreno de terra batida, durante um estudo de viabilidade de conceito. “O que imaginámos é que não precisaríamos de uma pista convencional. Podiam ser centros logísticos, armazéns, que tivessem algum terreno à volta”, explica Fernando Lau. Ao mesmo tempo, os outros parceiros do projeto estavam a construir uma cabine à escala, que foi apresentada aqui no campus na Alameda do Técnico, em 2020, na apresentação final do projeto. “Qualquer pessoa que entrasse conseguia ver de forma tão realista quanto possível como seria um voo na aeronave. Inclusivamente houve a criação de um sistema de realidade virtual, com capacetes, em que a pessoa dentro da aeronave também conseguia imaginar como é que seria o voo”, explica. Ficou só mesmo a faltar uma asa em tamanho real, objetivo que não se concretizou por força “da pandemia e da incerteza que se gerou”. E o que se segue? “Estamos a pensar numa nova candidatura, passando para uma aeronave de voo vertical, inspirada no flexcraft”, responde Fernando Lau. Conteúdo Extra: Conversa completa com Fernando Lau acerca do Projeto Flexcraft Recomendamos: Flexcraft, a aeronave multiusos do futuro (Notícia no site do Técnico, janeiro de 2020)Site Flexcraft Site Flexcraft – Ficha do projeto / Galeria de fotografias Site da empresa Alma Design Flexcraft videos: Modelo à escala em teste de conceito 1 e Modelo à escala em teste de conceito 2 Flexcraft fotografias: Render interior Conceito cockpit Conceito logística

	Agradecimientos: Fernando Lau”.
11. Criterio de selección del podcast	Ganador mejor podcast en Ciencia y Tecnología, Premio Podes 2022 https://podes.pt/vencedores/ Nominado a mejor podcast narrativo en Premios Podes 2021 https://podes.pt/nomeados2021/
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	Se cuenta sobre la historia y personajes que hay detrás de 110 objetos asociados a la historia de los 110 años del Instituto Superior Técnico de Lisboa En este episodio se cuenta la historia de la aeronave Flexcraft creada a inicios de este siglo para el transporte de hasta mil kilos de mercadería, pero puede tener otros usos, para ambulancia o transporte de personas en situación de emergencia. Un hito del Instituto que se puede proyectar al futuro.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Clásica aristotélica El resumen del episodio es: Introducción del podcast con Marco Antonio, con la frase “está a ouvir 110 historias 110 objetos do instituto superior técnico” Presentación del episodio Flexcraft fue un proyecto entre varias entidades compuesto por científicos y estudiantes. Es un nuevo concepto de aeronave, que tiene varias utilizaciones. La aeronave tiene asas, que funcionarán independiente de la carga, aunque se le puede pegar carga en una cabina y otras más. Es un taxi aéreo. Con material de archivo, se cuentan los antecedentes de este tipo de aeronave en EEUU. Con tecnología de punta, se ha hecho este aparato para prever cualquier accidente.

	Todo esta preparado para uso remoto, con equipo altamente certificado El 2015 comenzó el proceso para presentar la candidatura y obtener la concesión. Fue surgiendo antes como aeronave convencional con 3 o 4 pasajeros hasta lo que es ahora, una aeronave con varias cabinas, 15 metros de asa a asa con hasta 8 o 9 pasajeros con mil kilos. Se piensa como un transporte de mercadería, dentro del área urbana para los centros logísticos. O también puede ser empleada como ambulancia para control de incendios y asistir en zonas de catástrofes. Podría ser este transporte rápido para los enfermos, con mayor facilidad que un helicóptero. No se necesita una pista convencional. Sino que podría servir para una empresa de carga y con un estacionamiento disponible. Para lograr la concesión, construyeron un modelo a escala con un dron y después uno escala real con una cabina. En febrero de 2020 fue presentado el proyecto final. Se hizo un simulador en realidad virtual para ver cómo sería el vuelo real. El proyecto no tuvo continuación por la pandemia, pero puede tener futuro desarrollo. Se puede ver en el sitio y escuchar las conversas extendidas con los científicos Luego los créditos, con las voces del propio equipo del instituto. Termina con que este pódcast forma parte de la red de publico.pt.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental)	In extrema res Narrativo

17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Entrevista Narrador (el periodista es el narrador del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador participa/ se escucha en la historia como entrevistador, pero con imparcialidad. Narrador homodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música	Muy buena calidad sonora Descriptivos Licenciado Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o	No

publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	Disponible en Spotify como plataforma de podcast principal http://bit.ly/3Ybd7zr información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://110.tecnico.ulisboa.pt/ (presentación del proyecto, episodios y ficha técnica.) Este 81 episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3ZbdkUF Plataformas disponibles: Spotify Apple Podcasts Anchor.fm, Google podcast, poket cast y Radio Public. “110 Histórias 110 Objetos” integra a Rede de Podcasts do Jornal Público.
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Cuentan con carátula promocional de la serie y después una carátula para cada episodio. Algunas Se puede compartir a través de: Facebook, Twitter y LinkedIn
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	https://www.instagram.com/tecnico_lisboa/ Twitter @istecnico
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Ofrece contenido extra y recomendaciones para el auditor para que pueda profundizar o complementar lo escuchado en el podcast.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Segurança privada, exército de precários / Portugal
2. Nombre del episodio	Boinas
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	1 / temporada única
4. Año	2021 / 14 de enero
5. Duración	1h 17''
6. Productora	Fumaça
7. Realizador/a	Nuno Viegas, Pedro Miguel Santos, Ricardo Esteves Ribeiro e Bernardo Afonso
8. Equipo:	FACT-CHECKING Bernardo Afonso BANDA SONORA ORIGINAL Bernardo Afonso DESIGN Joana Batista EDIÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro EDIÇÃO DE SOM Bernardo Afonso FACT-CHECKING Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro INVESTIGAÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas REPORTAGEM Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas SOUND DESIGN Bernardo Afonso TEXTO Nuno Viegas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Nesta série de oito episódios, o resultado de uma investigação de dois anos no interior da segurança privada em Portugal, revelamos um setor de precariedade extrema e violência sistémica, largamente financiado pelo Estado”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“O Estado detém o monopólio da violência legal. Mas, se assim é, como se explica a ligação umbilical

	entre a segurança privada e as forças públicas de autoridade?”.
11. Criterio de selección del pódcast	Ganador del premio Podes 2021, a la mejor narrativa https://fumaca.pt/fumaca-melhor-podcast-de-narrativa-no-festival-podes-2021 https://podes.pt/vencedores2021/ Ganador Prémio de Jornalismo – Direitos Humanos e Integração 2022, atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e a Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministro https://www.pjdhi.pt/2022/premiados/index.htm Recomendación del experto Rubén Martins, periodista y podcastero del periódico Público de Portugal, publico.pt
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de la seguridad privada en Portugal En este episodio de Boinas se cuenta cómo funciona el sistema de seguridad privada y la relación que tiene con la policía y otras instituciones del Estado.
13. Historias históricas, historias personales	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica, aunque dentro de cada episodio se plantea una estructura maestra de replay. El resumen del episodio es: Comienza con la historia de la agresión a una joven colombiana que estaba esperando el autobús para ir a casa después de una fiesta en Porto. Sus amigas estaban en la fila y ella llegó después, y se sumó a la cola con ellas. Comenzaron los reclamos y la seguridad privada no quiso que ellas se subiesen al autocarro. Daniela, blanca, y sus otras dos amigas, entre ellas Nicole, negras, fueron agredidas por un Vigilante de la empresa 2045 Diversas fuentes, como víctimas, personal de seguridad, archivos de medios y políticos, escucharemos.

	Hernani Pacheco, el agresor, ya tenía antecedentes penales anteriores. Esto es la práctica del sector. Se encontraron con precariedades laborales, prácticas ilegales, ineficacia de sindicatos, etc. Mil millones de euros que paga el sector público por este tipo de seguridad. Cuál es la responsabilidad del Estado es lo que se investigará. Ambientes de protestas, militares entrenando, etc. Después comienza la historia, parte 1, en 1975. Se cuenta la historia de Jaime Neves, el señor de la guerra de Mozambique -con una masacre de 400 personas- y cómo este hombre llega años después a este verdadero negocio, cuando en 1990 funda una empresa de seguridad, con otros excomandos. La llama 2045. A 2020 recibió 40 millones y 800 mil euros Una extrabajadora cuenta de esta empresa de vigilancia. En la parte 2, se muestra la relación entre la policía/fuerzas armadas y la seguridad privada. Parte 3, en 2019 había 60 mil vigilantes autorizados para trabajar en esta área. 45 mil estaban con trabajo. Decían los entrevistados que este sector les da empleabilidad. En julio de 2020, el salario es casi de 800 euros, con una formación de más de un mes y escolaridad mínima obligatoria, para trabajar de 6 a 16 horas. Seguratas privados cuentan la realidad, horas impagas, muchos días sin descanso, falta de personal, etc. Por ello, hubo una protesta en Porto contra la precariedad, por abusos laborales. Termina con mix de cuñas de vigilantes reclamando.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back)	In extrema res

16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Entrevistas, reportaje Narrador (el periodista es el narrador del pódcast), archivos
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador es imparcial Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora Descriptivos Propio Incidental

Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	información del pódcast y enlace a las distintas plataformas en: https://fumaca.pt/seguranca-privada-exercito-precarios/ Se puede compartir por whatsapp, email, twitter y/o Facebook desde su sitio. Este primer episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3livViS Plataformas disponibles: En Spotify, Google Podcast, Apple podcast, Stitcher, Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie: En RRSS: ig: https://www.instagram.com/fumacapt/ Tw: https://twitter.com/fumacapt Facebook: https://www.facebook.com/fumacapt Youtube: https://www.youtube.com/@Fumacapt/videos Tienen tráiler 2'29": "la mayor fuerza de seguridad no es la policía sino la privada con 40 mil personas dedicadas a esto". Tienen material extra con siete entrevistas. Todos los episodios están transcritos. Muy importante
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Segurança privada, exército de precários / Portugal
2. Nombre del episodio	Purgatorio
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	2 / temporada única
4. Año	2021 / 21 de enero
5. Duración	1h 08''
6. Productora	Fumaça
7. Realizador/a	Nuno Viegas, Pedro Miguel Santos, Ricardo Esteves Ribeiro e Bernardo Afonso
8. Equipo:	BANDA SONORA ORIGINAL Bernardo Afonso DESIGN Joana Batista EDIÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro EDIÇÃO DE SOM Bernardo Afonso FACT-CHECKING Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Bernardo Afonso INVESTIGAÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas REPORTAGEM Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas SOUND DESIGN Bernardo Afonso TEXTO Nuno Viegas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Nesta série de oito episódios, o resultado de uma investigação de dois anos no interior da segurança privada em Portugal, revelamos um setor de precariedade extrema e violência sistémica, largamente financiado pelo Estado”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Do dia para a noite, centenas de seguranças perderam décadas de direitos laborais. Os patrões são claros: não é problema deles. Este é o segundo episódio da série “Exército de Precários”, uma

	investigação de dois anos sobre a segurança privada em Portugal”
11. Criterio de selección del pódcast	Ganador del premio Podes 2021, a la mejor narrativa https://fumaca.pt/fumaca-melhor-podcast-de-narrativa-no-festival-podes-2021 https://podes.pt/vencedores2021/ Ganador Prémio de Jornalismo – Direitos Humanos e Integração 2022, atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e a Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministro https://www.pjdhi.pt/2022/premiados/index.htm Recomendación del experto Rubén Martins, periodista y podcastero de Público de Portugal
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de la seguridad privada en Portugal
13. Historias personales, historias históricas	En este episodio de los derechos laborales de estos vigilantes. Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con la introducción de Pedro Miguel Santos. Después Paulo Guimaraes anuncia manifestación de la empresa PSG. Ricardo Esteves fue a Porto a la protesta el 17 de febrero de 2020. 30 personas estaban protestando. Sin embargo, no hay estructura sindical. Entre Valencia y Lisboa, el estado en 2019 atribuyó la seguridad privada a PSG. Los trabajadores de Strong Charon, que perdió el concurso público, pasaron a ser desde el 1 de enero trabajadores de PSG. Perdieron la antigüedad que tenían de Charon cuando el contrato pasa de manos, un sistema previsto en los artículos 285, 286 287 del código del trabajo. Entonces cuáles son sus derechos se preguntan los investigadores

	11'46 presentación del segundo episodio Se cuenta la historia en varias partes. La primera con un segurata de Porto y sus condiciones de trabajo. En la 2, Guimaraes habla del contrato. Escribió al gobierno y al PC pero no tuvo respuesta. Buscaba presionar al estado para que presione a PSG. Lograron recuperar la antigüedad perdida. El sindicato más representativo de seguridad privada es STAD que reúne 6 mil personas que vienen también de otros sectores, como la limpieza. Parte 3. El 24 de febrero le devolvieron la antigüedad. Aunque en estos contratos específicos, dijo la empresa. Sin embargo, varios trabajadores quedaron desprotegidos sin subsidio de desempleo, sin ser aún despedidos de Charon. Varios testimonios de seguratas con varios problemas diferentes y problemas familiares Parte 4. Muchos seguratas se sienten abandonados y con carta de despido, muchas veces, con figuras legales que no entienden y no les explicaron. Las empresas se aprovechan y traspasan a los trabajadores más viejos para evitar la indemnización. COPS decidió pagar solamente 5 meses, mientras Securitas no pagó nada La única oportunidad, entonces, para ellos es mudar de empresa sin contrato de antigüedad y con periodo experimental. Sofia Figueredo firmó para no perder su puesto, aunque perdió todos sus derechos. Se coordina con Paulo Guimaraes. Ella estaba tras la manifestación, pero no podía dar la cara para no perder el puesto. Decenas de personas desempleados pasaron por este limbo. Termina el episodio contándose en qué están todos los entrevistados: todos están con problemas y siguen con procesos judiciales algunos.

	En el próximo episodio se hablará sobre los responsables. avance del próximo capítulo, créditos y llamado a contribuir a la productora.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	In extrema res Narrativo Entrevistas, reportaje Narrador (el periodista es el narrador del podcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narrador investiga la historia junto con el equipo Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre. (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros	Muy buena calidad Descriptivos

(descriptivo, narrativo, decorativo)	
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://fumaca.pt/seguranca-privada-exercito-precarios/ Se puede compartir por whatsapp, email, twitter y/o Facebook desde su sitio. Este segundo episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3Fuvr08 Plataformas disponibles: En Spotify, Google Podcast, Apple podcast, Stitcher, Descripción, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie: En RRSS: ig: https://www.instagram.com/fumacapt/ Tw: https://twitter.com/fumacapt Facebook: https://www.facebook.com/fumacapt Youtube: https://www.youtube.com/@Fumacapt/videos

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Todos los episodios transcritos en línea en la página de cada episodio del sitio de Fumaça. Y audios extras de siete entrevistas
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Segurança privada, exército de precários / Portugal
2. Nombre del episodio	Limbo
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	3 / temporada única
4. Año	2021 / 28 de enero
5. Duración	1h 18''
6. Productora	Fumaça
7. Realizador/a	Nuno Viegas, Pedro Miguel Santos, Ricardo Esteves Ribeiro e Bernardo Afonso
8. Equipo:	BANDA SONORA ORIGINAL Bernardo Afonso DESIGN Joana Batista EDIÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro EDIÇÃO DE SOM Bernardo Afonso FACT-CHECKING Pedro Miguel Santos Bernardo Afonso Ricardo Esteves Ribeiro INVESTIGAÇÃO Pedro Miguel Santos Nuno Viegas Ricardo Esteves Ribeiro REPORTAGEM Pedro Miguel Santos Nuno Viegas Ricardo Esteves Ribeiro SOUND DESIGN Bernardo Afonso TEXTO Nuno Viegas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Nesta série de oito episódios, o resultado de uma investigação de dois anos no interior da segurança privada em Portugal, revelamos um setor de precariedade extrema e violência sistémica, largamente financiado pelo Estado”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Em 12 anos, o Estado gastou mais de mil milhões de euros em segurança privada. É o maior cliente do setor. Estará conscientemente a promover precariedade? Este é o terceiro episódio da série

	“Exército de Precários”, uma investigação de dois anos sobre a segurança privada em Portugal”.
11. Criterio de selección del pódcast	Ganador del premio Podes 2021, a la mejor narrativa https://fumaca.pt/fumaca-melhor-podcast-de-narrativa-no-festival-podes-2021 https://podes.pt/vencedores2021/ Ganador Prémio de Jornalismo – Direitos Humanos e Integração 2022, atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e a Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministro https://www.pjdhi.pt/2022/premiados/index.htm Recomendación del experto Rubén Martins, periodista y podcastero de Público de Portugal
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de la seguridad privada en Portugal En este episodio de Limbo se cuenta de los responsables de este negocio y del gasto del Estado en este sector.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica. El resumen del episodio es: Comienza con la introducción de Pedro Miguel Santos Audio de Nelson Mandela: “la educación es el arma más poderosa para cambiar el mundo”, cuya frase también está en el hall de la empresa PSG. Va Fumaça a hablar con el director de seguridad de PSG para hablar de la seguridad privada: dijo que no podía hablar a nombre de la empresa. Se informa de su perfil profesional. Presentación del pódcast. Música de base característica de suspenso. Este director ya estuvo en PSG en 2017, cuando seguratas de PSG pegan violentamente en una

	puerta de una discoteca y el vídeo se colgó a RRSS. Por ello, Rui vuelve y cambia a partir de esto la estrategia de la empresa. De 2017 a 2020 consiguió 45 millones de euros en contratos; 3 millones y 700 mil por año en 2019. PSG recusó de hacer la transición de Charon, aunque después aceptó las experimentaciones y la antigüedad en “casos puntuales”. Para él, el caso de la disco fue un problema de reclutamiento en el caso de PSG. Parte II. La ley dice que cuando hay transmisión, los derechos adquiridos son mantenidos. Hablan con abogados para ver cómo se entiende la ley de traspaso. Si la empresa es sancionada puede llevar el caso al tribunal, sin embargo, este debe decidir contrato a contrato. Los tribunales no aceptan todos. La discusión política llegó incluso al gobierno central por incumplir la ley en este caso. El parlamento recomendó al gobierno proteger los derechos laborales de los vigilantes privados. Parte III. Cómo se dan las bases de los concursos y asignación, con criterios pocos transparentes. El único criterio es el criterio del precio y no la calidad; no hay precios mínimos. La prioridad de las empresas es recortar costos y los mayores costos son los vigilantes. Políticos responden a este problema. La división de aprovisionamiento de patrimonio de la Asamblea de la República dice que la externalización permite ahorrar dinero al estado. Concluye Fumaça que la transmisión de establecimiento es un problema porque el estado externalizó estos servicios. Quién está detrás de todo esto: las AES e AESIRF, dos asociaciones empresariales del sector que hicieron contratos colectivos diferentes. La primera defiende la transmisión y la otra cuando los patrones quieren. El que está detrás de AESIRF y fundador de AES, que negocia desde el 25 de abril, cuando volvió la democracia, es: José Morgado

	En el próximo episodio la historia de él, quien va a dar explicaciones a la Asamblea. Cierre y se llama a la gente a aportar para el financiamiento de Fumaça. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas, reportaje Narrador (el periodista es el narrador del pódcast), archivos.
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal)	El periodista / narrador es investigador de la historia Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros	Muy buena calidad sonora Descriptivos

(descriptivo, narrativo, decorativo)	
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://fumaca.pt/seguranca-privada-exercito-precarios/ Se puede compartir por whatsapp, email, twitter y/o Facebook desde su sitio. Este tercer episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3yNIXrL Plataformas disponibles: En Spotify, Google Podcast, Apple podcast, Stitcher, Descripción del episodio, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie: En RRSS: ig: https://www.instagram.com/fumacapt/ Tw: https://twitter.com/fumacapt Facebook: https://www.facebook.com/fumacapt Youtube: https://www.youtube.com/@Fumacapt/videos

29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Todos los episodios transcritos en línea y también desde Spotify se puede acceder a ellos. Material extra con 7 entrevistas.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Segurança privada, exército de precários / Portugal
2. Nombre del episodio	TUBARÕES
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	4 / temporada única
4. Año	2021 / 4 de febrero
5. Duración	1h 08''
6. Productora	Fumaça
7. Realizador/a	Nuno Viegas, Pedro Miguel Santos, Ricardo Esteves Ribeiro e Bernardo Afonso
8. Equipo:	EDIÇÃO DE SOM Bernardo Afonso BANDA SONORA ORIGINAL Bernardo Afonso DESIGN Joana Batista EDIÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro FACT CHECKING Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Bernardo Afonso INVESTIGAÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas REPORTAGEM Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas SOUND DESIGN Bernardo Afonso TEXTO Nuno Viegas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Nesta série de oito episódios, o resultado de uma investigação de dois anos no interior da segurança privada em Portugal, revelamos um setor de precariedade extrema e violência sistémica, largamente financiado pelo Estado”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Se a alcunha “Dono Disto Tudo” não tivesse surgido nos corredores do Banco Espírito Santo, bem podia ter sido inventada no setor da segurança privada. Este é o quarto episódio da série “Exército de

	Precários”, uma investigação de dois anos sobre a segurança privada em Portugal”
11. Criterio de selección del pódcast	Ganador del premio Podes 2021, a la mejor narrativa https://fumaca.pt/fumaca-melhor-podcast-de-narrativa-no-festival-podes-2021 https://podes.pt/vencedores2021/ Ganador Prémio de Jornalismo – Direitos Humanos e Integração 2022, atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e a Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministro https://www.pjdhi.pt/2022/premiados/index.htm Recomendación del experto Rubén Martins, periodista y podcastero de Público de Portugal
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de la seguridad privada en Portugal En este episodio conoceremos quién es José Morgado y su asociación, y los vínculos políticos que hay detrás
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con la introducción de Pedro Miguel Santos. Pedro va a la comisión parlamentaria de trabajo y seguridad social del parlamento. Intervienen asociaciones de las empresas de seguridad, como AES, de la cual Rogerio Alves, está a cabeza de esta asociación. Ataca a la otra asociación, AESIRF, encabezada por José Morgado Ribeiro, fundador de grupo 8, en 1972. En 1986 fundó AESIRF y en 1990 AES, pero la dejó por desavenencias. Ha estado acusado de incumplir la ley en 17 empresas que pertenecen a esta asociación. Dice que las empresas no pueden quedar como un refugio para los trabajadores, mientras los seguritas reclaman en varios cortes de audios.

	Fumaça quiso entrevistarlos, pero nunca pudo. Estuvo durante 3 meses insistiendo. 16' presentación del pódcast, que, por lo general, se divide en partes para contar la historia de cada episodio. Parte 1. Nunca respondió José Morgado. Se intentó con el hijo, pero no acepto la entrevista. Entrevista con el líder de la otra asociación Rogerio Alves de AES. 8 de 81 empresas, a agosto de 2020, están en AES. No es segura privada; nunca dirigió una empresa de seguridad privada. En desacuerdo con AESIRF por la transmisión de establecimiento. Aunque por 20 años, entre 1991 a 2011, en los contratos colectivos de trabajo asignados por AES y AESIRF, se establecía la transferencia. Luego en 2018 se da el desacuerdo por la transmisión. El interlocutor era el sindicato STAD con Rui Tomé En 2019, AESIRF contrajo contrato con otro sindicato ASSP sin que haya transmisión. Sin embargo, pierde el contrato Sharon. Strong Sharon dice a Guimaraes que tenía que seguir las reglas de AES, mientras PSG dice que las reglas de AESIRF (Esto origina el limbo). Se especula que AESIRF metió mano en la creación de este sindicato para lograr sus objetivos de no transmisión. Se creó en marzo de 2019 y dos meses después firmó el contrato colectivo con AESIRF. Liderado por un trabajador del grupo 8. Parte 3. Fueron a la sede del grupo 8 a buscarlo. No lo encuentran, tampoco en la casa que no era suya sino de su hijo. Lo encuentran finalmente por teléfono, después de buscar y buscar online. Aceptó dar la entrevista 3 meses después. Parte 4. En una mansión con piscina y campo de golf entrevistan a este hombre de 75 años, con parkinson. Dice que él acordó entre Grupo 8 y Strong el acuerdo de transmisión. Hoy AES está a favor y AESIRF en contra.

	En 2019 se refugia AESIRF con el sindicato recién creada, que era dirigido por el segurata del grupo 8, Rui Brito. Niega que lo conozca y dice que no hay influencia en la creación del sindicato. Dos meses después de esto, Morgado ganó porque se determinó que el contrato colectivo de trabajo de la AES no se aplica a AESIRF. Próximo episodio van donde quien sabría la verdad: Rui Brito. Cierre y llamada a los auditores a aportar para el financiamiento de Fumaça. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In media res Narrativo Entrevistas, documental, crónica, reportaje Narrador (el periodista es el narrador del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la	El periodista / narrador investiga la historia imparcialmente. Narrador heterodiegético

historia sin ser el personaje principal	
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad sonora
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	información del pódcast y enlace a las distintas plataformas en: https://fumaca.pt/seguranca-privada-exercito-precarios/ Se puede compartir por whatsapp, email, twitter y/o Facebook desde su sitio. Este cuarto episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3JQF7EC Plataformas disponibles: En Spotify, Google Podcast, Apple podcast, Stitcher,
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto,	Descripción del episodio, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie:

audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	
28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/fumacapt/ Tw: https://twitter.com/fumacapt Facebook: https://www.facebook.com/fumacapt Youtube: https://www.youtube.com/@Fumacapt/videos
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Todos los episodios transcritos en línea y también desde Spotify se puede acceder a ellos. Audios extras de 7 entrevistas
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Segurança privada, exército de precários / Portugal
2. Nombre del episodio	PEIXINHOS
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	5 / temporada única
4. Año	2021 / 11 de febrero
5. Duración	1h 10''
6. Productora	Fumaça
7. Realizador/a	Nuno Viegas, Pedro Miguel Santos, Ricardo Esteves Ribeiro e Bernardo Afonso
8. Equipo:	BANDA SONORA ORIGINAL Bernardo Afonso DESIGN Joana Batista EDIÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro EDIÇÃO DE SOM Bernardo Afonso FACT-CHECKING Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Bernardo Afonso INVESTIGAÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas REPORTAGEM Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas SOUND DESIGN Bernardo Afonso TEXTO Nuno Viegas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Nesta série de oito episódios, o resultado de uma investigação de dois anos no interior da segurança privada em Portugal, revelamos um setor de precariedade extrema e violência sistémica, largamente financiado pelo Estado”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Um sindicato que joga pelas regras dos patrões é incompetente, corrupto ou apenas perdeu o seu objetivo? Este é o quinto episódio da série “Exército

	de Precários”, uma investigação de dois anos sobre a segurança privada em Portugal”.
11. Criterio de selección del pódcast	Ganador del premio Podes 2021, a la mejor narrativa https://fumaca.pt/fumaca-melhor-podcast-de-narrativa-no-festival-podes-2021 https://podes.pt/vencedores2021/ Ganador Prémio de Jornalismo – Direitos Humanos e Integração 2022, atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e a Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministro https://www.pjdhi.pt/2022/premiados/index.htm Recomendación del experto Rubén Martins, periodista y podcastero de Público de Portugal
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de la seguridad privada en Portugal En este episodio de Peixinhos conoceremos la relación entre los sindicatos de trabajadores y los patrones de estas asociaciones de vigilancia
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con la introducción de Pedro Miguel Santos Se escucha video promocional de ASSP. Hasta 2019 los vigilantes tenían 5 opciones para sindicalizarse, desde marzo de ese año hubo un cambio con la entrada de ASSP. La coordinadora de este vídeo, Débora Ferro, André Inácio, autor del texto del vídeo, y Guilherme Nunes, miembro de departamento de ASSP hablan con Fumaça. Este sindicato es contrario a STAD. Rui Brito decía que tenía 2 mil sindicalizados, cuyo contrato colectivo cambiaría la vida de las personas, pero la verdad no es tan así.

	Presentación del capítulo Parte I. Rui Brito y Fabio crearon asociaciones, pero no sindicatos. La asociación ASSP se transformó en sindicato en marzo de 2019 Débora Ferro da una entrevista antes y otra después en mayo de 2020, cuando ya dejó de ser vocal de dirección del sindicato. Débora y otros como Guilherme Nunes denuncian a Rui incluso sin saber cuál era el número verdadero de asociados (100 o 200 no se sabe bien), y dice que “ASSP era solo un pececito en un tanque de tiburones”. Intentan saber cuáles es el origen de los problemas en marco de 2019. Hasta ese momento cuando un contrato cambia de manos no hay transmisión de establecimiento. A diferencia de STAD e AES. Parte II. En enero de 2020, los delegados y los asociados estaban hartos de quejas y mala gestión. Denuncias que se resumen en que no responden quejas, que no existe el sindicato como tal. AESIRF la dirige Morgado y dio la orden a Rui Brito de formarlo. Débora lo confirma. André Inácio también abre la puerta a aquello. Parte III. Rui Brito habla y se defiende. Estuvo 17 años en la seguridad privada y fue candidato a la autarquía por el bloque de izquierda, en 2017, pero no ganó. Desde 2007 está en el grupo 8, como vigilante. Niega que Morgado incentivó la creación del sindicato y que solo se conocieron después. Aquí las versiones de Morgado y él no coinciden. Finalmente fue presionado por Morgado para firmar el contrato colectivo de trabajo. Parte IV. Intenta explicar Rui, sin éxito, el número falso de asociados. Primero habló de 500, pero si se cuentan los que pagan sus cuotas son 150, a lo sumo 200. Cierre y se invita a los auditores a aportar para el financiamiento de Fumaça. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab	Ab ovo

ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Narrativo Entrevistas, reportaje Narrador (el periodista es el narrador del podcast), archivos
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador investiga la historia Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Muy buena calidad sonora Descriptivos Diseño musical propio

24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	información del pódcast y enlace a las distintas plataformas en: https://fumaca.pt/seguranca-privada-exercito-precarios/ Se puede compartir por whatsapp, email, twitter y/o Facebook desde su sitio. Este quinto episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3JwtiCl Plataformas disponibles: En Spotify, Google Podcast, Apple podcast, Stitcher, Descripción del episodio, audio y carátula propia para la serie y cada episodio En RRSS: ig: https://www.instagram.com/fumacapt/ Tw: https://twitter.com/fumacapt Facebook: https://www.facebook.com/fumacapt Youtube: https://www.youtube.com/@Fumacapt/videos Todos los episodios transcritos en línea y también desde Spotify se puede acceder a ellos. Audios extras de 7 entrevistas
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Segurança privada, exército de precários / Portugal
2. Nombre del episodio	MONARQUÍA
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	6 / temporada única
4. Año	2021 / 18 de febrero
5. Duración	1h 17''
6. Productora	Fumaça
7. Realizador/a	Nuno Viegas, Pedro Miguel Santos, Ricardo Esteves Ribeiro e Bernardo Afonso
8. Equipo:	BANDA SONORA ORIGINAL Bernardo Afonso DESIGN Joana Batista EDIÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro EDIÇÃO DE SOM Bernardo Afonso FACT-CHECKING Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Bernardo Afonso INVESTIGAÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas REPORTAGEM Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas SOUND DESIGN Bernardo Afonso TEXTO Nuno Viegas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Nesta série de oito episódios, o resultado de uma investigação de dois anos no interior da segurança privada em Portugal, revelamos um setor de precariedade extrema e violência sistémica, largamente financiado pelo Estado”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Liderar um sindicato por 40 anos, sem contestação, exige que se saiba fazer uma de duas coisas: frente ao patronato ou à própria oposição interna. Este é o sexto episódio da série “Exército de Precários”, uma

	investigação de dois anos sobre a segurança privada em Portugal”.
11. Criterio de selección del pódcast	Ganador del premio Podes 2021, a la mejor narrativa https://fumaca.pt/fumaca-melhor-podcast-de-narrativa-no-festival-podes-2021 https://podes.pt/vencedores2021/ Ganador Prémio de Jornalismo – Direitos Humanos e Integração 2022, atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e a Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministro https://www.pjdhi.pt/2022/premiados/index.htm Recomendación del experto Rubén Martins, periodista y podcastero de Público de Portugal
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de la seguridad privada en Portugal En este episodio de Monarquía sabremos cómo es posible mantener una “monarquía” por tantos años en el rubro de la vigilancia haciendo frente a las demandas de trabajadores y sindicatos.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con la introducción de Pedro Miguel Santos Llamada telefónica. Hablan los reporteros con Hugo Cruz, ex Stad, quien dice que tiene documentos que prueban las malas prácticas dentro del rubro. Dice en el primer contacto, que dos edificios fueron comprados por las empresas, incluido Strong Charon. Stad obliga a los vigilantes a aceptar los acuerdos por presión de las empresas, para bloquear los casos judiciales. Presentación del pódcast 6’

	Parte I. Hugo Cruz fue delegado sindical del STAD. Entró en la seguridad en 2009 en la actual Strong Charon y llegó a ser jefe de equipo. Tiene mucha crónica, este episodio, describiendo los espacios y entrevistados. El dice que dejó el sindicato en 2019, cuando se hizo el contrato entre Stad y Aes porque quitaba derechos a los trabajadores, pese a que aceptaba la transmisión de establecimiento. Denuncia que las empresas de AES sobornan a STAD y compraba nuevas sedes para los sindicatos. Sin embargo, no dio pruebas. Strong Charon nunca aceptó entrevistas, la que es parte del grupo Trivalor, creado en 1989. El único accionista del 89,9% es Joao Crisostomo, pero poco o nada se sabe de él. En 2018, se formó la actual Strong Charon. Después de buscar por dos meses y medio no pudieron comprobar la relación entre AES y la compra de los dos edificios de STAD. Rogerio Alves lo niega y califica de ridícula las acusaciones. Parte II. Cuatro vigilantes critican el funcionamiento de STAD. No hay mejores condiciones que hace 30 años: horas extras, horas nocturnas, feriados, hasta horas de almuerzo, etc. Rui Tome se defiende y dice que no, mientras Rogerio Alves refuta ello y dice que hubo un aumento de 20% en dos años. En realidad, fueron 27 euros por mes, entre 2011 y 2018. Parte III. STAD fue creado en 1941. Carlos Trindade es el líder de STAD, desde 1974, con la revolución del 25 de abril. Uno de los más antiguos dirigentes sindicales y a través de STAD figura clave de la confederación general de trabajadores portugueses. Salió de la dirección de la CGTP, en 2020, por límite de edad. Fumaça no pudo hablar con él, sino que los remitieron a Rui Tome, quien dice que el PS no tiene influencia en la STAD.

	Hablaron con informante clave, que no quiso revelar su identidad. Fue un exdelegado sindical do STAD quien criticó el proceso electoral para dirigir la STAD, con Trindade a la cabeza anulando a lista opositora. Rui lo niega. STAD es gobernada como una monarquía, dice Fumaça, según estos antecedentes, con actitudes antidemocráticas y sin proteger los derechos de los trabajadores y sin la participación activa de los vigilantes. 15 mil son los asociados, dice STAD, pero son 9 mil con cuotas pagas, para votar en 2020. Rui dice que las insinuaciones son falsas de los exdelegados. Por el contrario, dice que el proceso es democrático, que hay libertad de expresión y no hay censura en el sindicato para hacer caer a opositores. Avance próximo episodio: donde se va a hablar de las consecuencias de todo esto, de las pocas empresas que pagan las multas de los juicios ganados en favor de los trabajadores, del bullying laboral, y mucho más. Como novedad, cambió la ley después de terminado este episodio, tanto en los derechos de los trabajadores como también en la ley de traspaso de contrato, que garantiza la transmisión. Cierre e invitación a los auditores a aportar para el financiamiento de Fumaça. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas, crónica, reportaje

18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.	Narrador (el periodista es el narrador del pódcast)
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador investiga la historia y va formulando conclusiones sobre la base de lo investigado Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad sonora Descriptivos Propio Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No

Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.) 27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://fumaca.pt/seguranca-privada-exercito-precarios/ Se puede compartir por whatsapp, email, twitter y/o Facebook desde su sitio. Este sexto episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3JSnp3q Plataformas disponibles: En Spotify, Google Podcast, Apple podcast, Stitcher, Descripción del episodio, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie: En RRSS: ig: https://www.instagram.com/fumacapt/ Tw: https://twitter.com/fumacapt Facebook: https://www.facebook.com/fumacapt Youtube: https://www.youtube.com/@Fumacapt/videos Todos los episodios transcritos en línea y también desde Spotify se puede acceder a ellos. Audios extras de 7 entrevistas
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Segurança privada, exército de precarios / Portugal
2. Nombre del episodio	VAMPIROS
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	7 / temporada única
4. Año	2021 / 25 de febrero
5. Duración	1h 35''
6. Productora	Fumaça
7. Realizador/a	Nuno Viegas, Pedro Miguel Santos, Ricardo Esteves Ribeiro e Bernardo Afonso
8. Equipo:	BANDA SONORA ORIGINAL Bernardo Afonso DESIGN Joana Batista EDIÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro EDIÇÃO DE SOM Bernardo Afonso FACT-CHECKING Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Bernardo Afonso INVESTIGAÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas REPORTAGEM Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas SOUND DESIGN Bernardo Afonso TEXTO Nuno Viegas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Nesta série de oito episódios, o resultado de uma investigação de dois anos no interior da segurança privada em Portugal, revelamos um setor de precariedade extrema e violência sistémica, largamente financiado pelo Estado”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Alguns, talvez haja uma empresa de segurança privada em Portugal a cumprir a Lei. Em dois anos de investigação, não a encontramos.

	Este é o sétimo episódio da série “Exército de Precários”, uma investigação de dois anos sobre a segurança privada em Portugal”.
11. Criterio de selección del pódcast	Ganador del premio Podes 2021, a la mejor narrativa https://fumaca.pt/fumaca-melhor-podcast-de-narrativa-no-festival-podes-2021 https://podes.pt/vencedores2021/ Ganador Prémio de Jornalismo – Direitos Humanos e Integração 2022, atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e a Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministro https://www.pjdhi.pt/2022/premiados/index.htm Recomendación del experto Rubén Martins, periodista y podcastero de Público de Portugal
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de la seguridad privada en Portugal En este episodio de Vampiros sabremos cómo cumplen o infringen la ley estas empresas de vigilancia en Portugal.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con la introducción de Pedro Miguel Santos Conversa en la calle con Denys Vatolin, cuyo vigilante cuenta su rutina, sin almuerzo, extenuante. Etc. Con Securitas, su empresa en 2019, entró a la seguridad. De Securitas pasó a COPS. Llevó al patrón al tribunal por pagos atrasados. Dejó la empresa y está en otra. Trabajaba 10 horas diarias y tres días libres semanales. Se refiere a las malas prácticas de las empresas. Pagan, por ejemplo, las horas extraordinarias con un bono por traslado, para así evadir impuestos. Parte I. Violación de la legislación laboral y fiscal. Detectaron 200 acusaciones contra 11 empresas y

	mandaron 40 hojas con preguntas, pero no hubo esclarecimiento. Las prácticas son estas: - Se roba a los funcionarios - Se castiga a los que reclaman - Todo se resuelve con un acuerdo judicial Hay alegaciones que tiene Fumaça, de pago de horas nocturnas, feriados, días de descanso, subsidios de alimentación y horas extraordinarias por debajo de los valores del contrato colectivo de varias empresas, entre ellas PSG, Strong Charon, grupo 8, 2045, Galia, Cops, Ronsegur, Comansegur, Securitas, Vigiexpert. Cops, por ejemplo, tiene contratos millonarios con el estado y aun así tiene atrasos en los pagos a los trabajadores. Manuel Sacramento, gestor de clientes de Cops, se defiende y dice que sí se pagaba oportunamente. Parte II. Después de las protestas, sean en la calle, cartas, o email, las empresas aplican castigos, represalias, bullying laboral, y transferencia (de trabajo, localidad, horarios, etc.) Las empresas nunca respondieron a las preguntas de Fumaça sobre esto. Parte III. Vigilantes dicen que tienen miedo a perder el trabajo, por eso no se quejan o protestan con fuerza. Por eso es importante el apoyo jurídico de los sindicatos, como STAD, sin embargo, esto está viciado, como se demostró en los capítulos anteriores. Las empresas nunca pagan y proponen acuerdo solo pagando parte. Estos acuerdos permiten eludir las multas y condenas a las empresas. Morgado de AESIRF y Alves de AES niegan esto. Frente a lo cual, hay un sistema de abuso laboral montado en la seguridad privada, dice Fumaça. Parte IV. Cómo el estado acepta esto y contrata empresas que cometen abusos laborales. María Fernanda Campos, subinspectora general de fiscalización, dice que reconoce la situación y que

	tiene cerca de 600 procedimientos en curso. Aunque dice que es muy difícil fiscalizar todo esto. Las empresas regulares en regla son la minoría, advierte. Sus poderes son limitados, dice Fumaça. Hablaron con Pedro Neto, superintendente de regulación de vigilancia portuguesa, con vínculo con Rui Pereira quien lo nombró en el cargo. Hay una fiscalización transversal, dice. Sin embargo, no es automática ni sistemática, según los datos y entrevistas de Fumaça. Ellos deben fiscalizar y avisar a ACT si hay fallas. El dice que los testimonios son importantes, sin embargo, reconoce su fragilidad y que son trabajadores solitarios dispersos y no organizados. La conclusión de Fumaça: los contratos del estado benefician a quienes violan la ley, porque ofrecen precios más bajos y eso significa que se les roba a los trabajadores. Avance próximo episodio, donde se va a hablar de las consecuencias de abusos por décadas. Cierre e invitación a los auditores a aportar para el financiamiento de Fumaça. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	Ab ovo Narrativo Entrevistas, crónica, reportaje Narrador (el periodista es el narrador del pódcast)

19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del podcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador investiga la historia y ofrece interpretaciones y conclusiones sobre la base de los datos y entrevistas Narrador heterodiegético
Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el podcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.) 22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo) 23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene) 24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Muy buena calidad Descriptivos Propio Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	información del podcast y enlace a las distintas plataformas en: https://fumaca.pt/seguranca-privada-exercito-precarios/

27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.) 28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación 29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Se puede compartir por whatsapp, email, twitter y/o Facebook desde su sitio. Este séptimo episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/42nG12y Plataformas disponibles: En Spotify, Google Podcast, Apple podcast, Stitcher, Descripción del episodio, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie: En RRSS: ig: https://www.instagram.com/fumacapt/ Tw: https://twitter.com/fumacapt Facebook: https://www.facebook.com/fumacapt Youtube: https://www.youtube.com/@Fumacapt/videos Todos los episodios transcritos en línea y también desde Spotify se puede acceder a ellos. Audios extras de 7 entrevistas.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Ficha de análisis de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
1. Nombre del pódcast y país	Segurança privada, exército de precários / Portugal
2. Nombre del episodio	LUVAS
3. Número del episodio y temporada (en caso de que aplique)	8 / temporada única
4. Año	2021 / 4 de marzo
5. Duración	1h 52'
6. Productora	Fumaça
7. Realizador/a	Nuno Viegas, Pedro Miguel Santos, Ricardo Esteves Ribeiro e Bernardo Afonso
8. Equipo:	BANDA SONORA ORIGINAL Bernardo Afonso DESIGN Joana Batista EDIÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro EDIÇÃO DE SOM Bernardo Afonso FACT-CHECKING Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Bernardo Afonso INVESTIGAÇÃO Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas REPORTAGEM Pedro Miguel Santos Ricardo Esteves Ribeiro Nuno Viegas SOUND DESIGN Bernardo Afonso TEXTO Nuno Viegas
9. Descripción (Si es que la hay)	“Nesta série de oito episódios, o resultado de uma investigação de dois anos no interior da segurança privada em Portugal, revelamos um setor de precariedade extrema e violência sistémica, largamente financiado pelo Estado”.
10. Descripción del episodio (si es que la hay)	“Mal pagos, cansados, frustrados e violentos. Os seguranças são abusadores, vítimas ou a linha que separa estas duas realidades é mais ténue do que parece? Este é o oitavo e último episódio da série

	“Exército de Precários”, uma investigação de dois anos sobre a segurança privada em Portugal”
11. Criterio de selección del pódcast	Ganador del premio Podes 2021, a la mejor narrativa https://fumaca.pt/fumaca-melhor-podcast-de-narrativa-no-festival-podes-2021 https://podes.pt/vencedores2021/ Ganador Prémio de Jornalismo – Direitos Humanos e Integração 2022, atribuído pela Comissão Nacional da UNESCO e a Secretaria Geral da Presidência do Conselho de Ministro https://www.pjdhi.pt/2022/premiados/index.htm Recomendación del experto Rubén Martins, periodista y podcastero de Público de Portugal
Narrativa	Descripción y análisis
12. Tema/historia real: de qué trata la historia y el episodio en particular	La historia de la seguridad privada en Portugal En este episodio de Luvas sabremos las consecuencias por años que tiene este sistema de seguridad privada en Portugal.
13. Historias personales, historias históricas	Historias históricas
14. Estructura: la estructura de cómo se cuenta la historia: -Clásica aristotélica y sus derivaciones: introducción, nudo y desenlace -Estructura maestra paralela (brechtiana): historias con nexo temático -Estructura maestra episódica - Estructura de contrapunto -Estructura maestra de replay: historia desde distintos puntos de vista	Estructura maestra episódica El resumen del episodio es: Comienza con la introducción de Nuno Viegas, después de casi nueve horas de “Exército de precarios”, con 400 páginas de guion, banda original. 60 entrevistas y 90 horas de audio. Advertencia de Pedro Miguel Santos de la violencia de este episodio. Comienza con una votación en el parlamento, sobre acompañamientos de personas enfermas en los centros de salud. Una persona por enfermo. Todo esto para demostrar que, en un caso de urgencia, hubo un lío grave en un hospital, entre un segurata y un hijo y la madre de un enfermo. Comienza un proceso de denuncia contra el segurata, la que termina en condena convertida en

	trabajo comunitario y 2.200 euros de costas judiciales y pago a la víctima. Seguratas, dicen los entrevistados, que están condenados no pueden ser parte del catastro de seguratas. Sin embargo, eso es mentira, como prueba Fumaça Este es el caso de este hombre, quien luego volvió a ser segurata de 2045 y fue el que agredió a Nicol Quinayas: Hernani Pacheco Parte I. Dicen las fuentes: guardias, diputados, director de seguridad privada, fiscalizadores, que no pueden tener un registro criminal. Es una larga lista de crímenes dolosos, sin embargo, la interpretación de la ley hace que haya una línea roja. Hernani Pacheco, después de cumplir la pena logró volver a trabajar, sobre la base de pedir que no se transcriba la sentencia la primera vez, lo que permite la ley. Esto significa que quedó limpio y puede ser parte del catastro de vigilantes. Pacheco, incluso 7 meses antes de agredir a Nicol, agredió a un señor de 62 años. Fue condenado por crimen de ofensa e integridad física simple. Nuevamente quedó libre y su condena fue convertida en trabajo comunitario. Mientras el estado, a través del metro de Porto, pagó los costos de reparar los ojos de las víctimas. Con esto no se anularon, sin embargo, las condenas por dejar de ser transcritas. Están en su registro estas dos condenas por crimen violento, pero como no fue condenado por un crimen con dolo sigue trabajando ahora en un shopping. La empresa nunca respondió a las preguntas y él tampoco. Parte II. Un mayor general dice que debiese irse a otra área una persona condenada, mientras el departamento de seguridad privada de PSP dice que la ejecución de las penas prevé después la rehabilitación para todos los ciudadanos. Finalmente son los vacíos de la ley los que están aquí.

	Sin embargo, no hay margen “si un crimen tuvo un crimen doloso deja de estar en el catastro y no puede tener acceso a la profesión. No puede renovar”, dice Fumaça. Parte III. Volvemos al caso de la Urban Beach discoteca, y la brutalidad de dos guardias con dos chicos, lo que fue grabado. Cerraron la disco por 6 meses, durante cuyo tiempo comienzan a hacerse ajustes a la ley. La ley no cambió en 2017 ni 2018. Recién en 2019. Un mes después de la ley vinieron las condenas con cárceles e indemnizaciones a las víctimas. Los tres seguratas tenían antecedentes con sospechas de crímenes de ofensa, integridad física, violencia doméstica, aunque nada de esto les impedían ser seguratas. Ya no es solo si fueron condenados por crímenes violentos, sino que si tienen las competencias y personalidad para trabajar en esto. Por ejemplo, se requiere una evaluación médica y psicológica, que está prevista en la ley de seguridad privada de 2013. Los postulantes deben pasar por este proceso, antes de entrar en el sector. Sin embargo, ningún postulante pasó por este proceso, en los últimos 8 años, ningún vigilante privado. Porque la ley quedó presa en la burocracia, dice Francisco Miranda, miembro de la orden profesional de psicólogos. En 2019 se arregló este problema. La PSP asignó esta tarea a la orden de psicólogos. Si esto se hubiese aplicado antes se podrían haber reducido los casos como los de Hernani, y de los tres vigilantes de la discoteca. Parte IV. El problema incluso viene antes de ser vigilantes, quiénes son sus perfiles y las escuelas de formación. Los vigilantes entrevistados reconocen que incluso han tenido que defenderse, fuera de las cámaras. Aunque, como se ha demostrado en estos 8 episodios, todos estos problemas son causas sistémicas, dice Fumaça. Además, el abuso laboral sistémico potencia la violencia, dice el psicólogo Francisco Miranda.

	Finalmente, Fumaça concluye que el Estado promueve los abusos laborales de la seguridad privada, y esos abusos potencian la violencia. Después, el Estado es incompetente para aplicar sus propias leyes: catastro limpio y filtros psicológicos. ¿Qué podemos hacer con esto sabiendo la dimensión de este problema? Los hechos demuestran que nada. Cierre del episodio y de la serie. Créditos.
15. Recursos narrativos (que estructuran la historia: Ab ovo, in medias res, in extrema res; racconto o flash back) 16. Géneros (true crime, narrativo documental) 17. Subgéneros (crónica, entrevista, reportaje, paisaje sonoro, documental, ensayo sonoro, ficción, etc.) 18. Herramientas y técnicas (uso de recursos para contar: periodismo de inmersión, narrador/a, uso de ficción (recreación, dramatización, etc.), historia de vida, etc.)	In extrema res Narrativo Entrevistas, crónica, reportaje Narrador (el periodista es el narrador del pódcast), archivos
19. Perspectiva autoral: cuál es el enfoque del pódcast 20. Tipo de narrador: narrador protagonista o autodiegético, narrador heterodiegético o investigador testigo, y narrador homodiegético o personaje que narra la historia sin ser el personaje principal	El periodista / narrador investiga la historia y ofrece conclusiones e interpretaciones sobre la base de los datos y las entrevistas Narrador heterodiegético

Estética	Descripción y análisis
21. Calidad del audio: cómo suena el pódcast, desde la presentación hasta el cierre (muy buena, buena, regular, deficiente, etc.)	Muy buena calidad
22. Uso de efectos sonoros (descriptivo, narrativo, decorativo)	Descriptivos
23. Diseño musical (diseño musical propio y/o licenciado, no tiene)	Propio
24. Función de la música: Diegética, incidental o no diegética, sin música.	Incidental
Financiamiento y monetización	Descripción y análisis
25. Uso de recursos promocionales o publicitarios: mención, pre-roll, mid-roll, post-roll, etc.	No
Publicación y distribución	Descripción y análisis
26. Estrategias de publicación y transmedia: dónde está disponible y se accede a él (sitio, apps, plataformas de podcasts, radios, etc.)	información del pódcast y enlace a las distintas plataformas en: https://fumaca.pt/seguranca-privada-exercito-precarios/ Se puede compartir por whatsapp, email, twitter y/o Facebook desde su sitio. Este octavo episodio se puede escuchar en Spotify http://bit.ly/3FwxC3i Plataformas disponibles: En Spotify, Google Podcast, Apple podcast, Stitcher,
27. Cómo se publica en la web y plataformas (texto, audio, carátula propia y para cada episodio, etc.)	Descripción del episodio, audio y cuentan con carátula propia para cada episodio de la serie:

28. Uso de redes sociales y otras formas de vinculación	En RRSS: ig: https://www.instagram.com/fumacapt/ Tw: https://twitter.com/fumacapt Facebook: https://www.facebook.com/fumacapt Youtube: https://www.youtube.com/@Fumacapt/videos
29. Otros contenidos u opciones complementarias (fotos, audios, transcripción, descarga, etc.)	Todos los episodios transcritos en línea y también desde Spotify se puede acceder a ellos. Audios extras de 7 entrevistas.
Otros	Observaciones, comentarios, etc.
30.	

Pauta de entrevistas a productores de pódcast narrativos independientes de Iberoamérica

Datos	Información básica
Nombre entrevistado/a (s)	
Nombre del podcast	
Productora	
Realizador/es // Productores	
Año de inicio / año termino (en caso de que aplique)	
Temporadas y/o episodios	
Fecha de la entrevista	

Variable	Preguntas	Objetivos
Narrativa	1.- ¿Cómo defines o definen su pódcast? 2.- ¿Cómo eligen los temas/las historias? ¿cuáles son sus inspiraciones o motivaciones para seleccionar tal o cual historia?	Objetivo general 2: Examinar la narrativas radiofónicas y sonoras contempladas en la historia Objetivo específico 1: Conocer la identidad del podcast y qué historias seleccionan
	3.- ¿Cómo van estructurando la historia? ¿Inicio, cuerpo y final? ¿escenas? ¿Secciones? ¿unitaria, serial? 4.- ¿Cuáles son los géneros que utilizan para estructurar y contar las historias? ¿entrevista, crónica, paisaje sonoro, documental, ficción? 5.- ¿Qué otras herramientas usan para contar las historias? ¿Usan narrador/a? ¿historias de vida? ¿archivos sonoros? En el caso del narrador/es ¿usted(es) cómo aparecen en la historia, como narrador objetivo, testigo/observador, o usando periodismo de inmersión, en el cual ustedes son los que sienten y cuentan la historia en primera persona?	Objetivo específico 1: Analizar cómo cuentan la historia

	6.- ¿Cómo se expresan sus motivaciones de autor en el podcast? ¿Qué rol asumen: situados de manera objetiva o con un compromiso con la historia? ¿Con un enfoque de derechos humanos o de cambio social, por ejemplo?	Objetivo específico 2: Determinar el rol del autor/productor en el podcast

Variable	Preguntas	Objetivos
Estética	7.- ¿Cómo construyen la sonoridad del podcast? 8.- ¿Qué elementos consideran para diseñarla? ¿una presentación? ¿alguna marca? ¿algún sonido característico o base? ¿efectos? ¿diseño musical o musicalización? ¿sonidos reales o ambientes? 9.- ¿Cómo ocupan esos elementos o qué funciones cumplen? Por ejemplo, ¿una música que acompaña de manera incidental o extradiegética, o una música diegética, o sin música? ¿o el uso de paisajes sonoros naturales o intervenidos? Otros recursos narrativos/auditivos: ¿usan audio binaural o dolby, por ejemplo?	Objetivo general 2: Saber cómo suena la historia Objetivo específico 2: Aprender sobre el diseño sonoro y musical del podcast narrativo

Variable	Preguntas	Objetivos
Producción	10.- ¿Cómo producen la historia? ¿Tienen etapas o fases reconocibles dentro de la producción? ¿Cuáles son? ¿preproducción, producción, postproducción (edición, montaje), publicación, circulación? ¿se entrecruzan estas etapas? 11.- ¿Cómo se distribuyen las tareas? ¿cuentan con un equipo estable? ¿Quiénes son? ¿cómo ha ido evolucionando la conformación de equipos y tareas?	Objetivo general 2: Determinar las formas de producción que asume la obra o podcast narrativo Objetivo específico 3: Describir las fases de producción y tareas

	12.- ¿Cómo se graba la historia? ¿la graban linealmente o no, en caso de usar el guion preelaborado? ¿cuentan con un guion o no? ¿este es preelaborado o hecho después de investigar? ¿O se combinan ambas modalidades, o se va adaptando a medida que van armando la historia? ¿quién(es) y cómo escriben el guion? ¿sobre la base de qué elementos necesarios o mínimos? (tener investigada la historia, utilizando diversas fuentes, entrevistas, paisajes sonoros, archivos, etc.) 13.- ¿Con qué equipo(s) técnicos la graban?	Objetivo específico 3: Conocer de qué forma se graba/produce la historia
	14.- ¿Dónde se graba la historia (en terreno, en estudio, en ambas)? 15.- En caso de grabar en terreno, ¿cómo producen el escenario en el que graban? ¿cómo producen la conversación (entrevista, historia de vida, etc.) con el personaje, protagonista o fuente? ¿cuál es el involucramiento en la historia, en este sentido, de parte del entrevistado/a o fuente? 16.- En caso de grabar en estudio, ¿qué contenidos o parte del guion graban? 17.- ¿Cuánto es el tiempo que tardan en la producción del pódcast? 18.- ¿Cuál es la duración de cada pódcast? ¿Fijo, variable? ¿entre 5 y 15? ¿16 y 30? ¿31-45? ¿46 y 1 hora? ¿+ de una hora?	Objetivo específico 3: Describir las estrategias de producción en terreno y estudio, según sea el caso.

Variable	Preguntas	Objetivos
Financiamiento y monetización	19.- ¿Cuánto cuesta hacer el podcast narrativo? ¿Monto exacto o estimado? ¿Por temporada? ¿Por episodio?	Objetivo general 2: Determinar las formas de financiación del podcast narrativo
	20.- ¿Cómo financias o financian el podcast?	Objetivo específico 2: Saber el costo, modo y fuentes de financiamiento del podcast.
	21.- En caso de contar con financiamiento, ¿cuáles han sido las fuentes de financiación para el podcast? ¿públicas, privadas, sociales, mixtas?	
	22.- ¿Cuáles han sido las estrategias que han ocupado para conseguir financiamiento para el podcast?	Objetivo específico 4: Determinar las estrategias de financiamiento
	23.- ¿Cuáles son las vías de monetización que tiene el podcast? ¿“publicidad, suscripción, entradas para eventos en directo, merchandising de podcasts de éxito, marketing de contenidos, patrocinios o donaciones a través de crowdfunding”? (Terol, Pedrero Esteban y Pérez Alaejos, 2021).	Objetivo específico 4: Describir las formas de monetización del podcast
	24.- En caso de contar con publicidad, ¿qué forma toma está en o dentro del podcast: mención, patrocinio y/o publicidad (pre-roll, mid-roll, post-roll) (Pérez-Alaejos, Terol-Bolinches y Barrios-Rubio, 2022; Piñeiro-Otero y Pedrero Esteban, 2022)	
	25.- ¿Tienen alguna forma, obligada o libre, de rendir dichos recursos? ¿cómo?	Objetivo específico 4: Determinar maneras de rendición de dicho financiamiento y su estructura de propiedad.

Variable	Preguntas	Objetivos
Distribución de podcast y audiencias	26.- ¿Dónde se publica? ¿con qué periodicidad? (sitio propio, app, plataforma(s) de podcast(s), otros agregadores de contenido, etc.) (periodicidad sistemática, asistemática, semanal, mensual, etc.) 27.- ¿Cómo se publica en la web? (audio, texto, caratula o cover, etc.)	Objetivo general 2: Analizar las formas de distribución y audiencias del podcast narrativo Objetivo específico 5: Determinar el lugar y forma de publicación.
	28.- ¿Cuáles son las estrategias de publicación? ¿cómo lo hacen? 29.- ¿El podcast, o algunas de sus historias, corresponde a, viene o va en camino de ser, un proyecto transmedia? (comenzó como libro y pasó a serie; o de serie de podcast pasó a serie online o de TV, etc.)	Objetivo específico 5: Definir y describir las estrategias (digitales, crossmedia, transmedia, etc.)
	30.- ¿Cómo miden el éxito de su podcast? ¿métricas? ¿reproducciones? ¿visitas? ¿quién se encarga de ello? 31.- ¿Cuál es el perfil de los usuarios? (jóvenes, adultos, rango de edades, etc.) 32.- ¿Cuáles son los perfiles que tienen en redes sociales? (Facebook, Twitter, Instagram) ¿los perfiles del podcast son del podcast, de la productora, o personales de los miembros del equipo? 33.- ¿Cuáles son los canales de interacción y participación que tienen con la audiencia? (Redes Sociales, web, email, boletines, eventos, concursos, actividades, etc.)	Objetivo específico 5: Determinar el conocimiento y vinculación que tienen con las audiencias del podcast

Variable	Preguntas	Objetivos
Estado del podcasting en la región	34.- ¿Cómo ves/ven el podcasting independiente en tu país y/o en Iberoamérica? 35.- ¿Cuáles son los principales obstáculos y/o desafíos que enfrentan los proyectos y/o productores independientes en la región?	Objetivo general 1: Conocer el estado actual del podcasting independiente en Iberoamérica Objetivo específico 6: Conocer la visión que tienen del pódcast narrativo independiente de su país y de la región iberoamericana

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo **Pedro Miguel Santos**, DNI o documento de identificación **13222023**, de nacionalidad **portuguesa** declaro que he sido entrevistado para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast **Fumaça**, del cual soy **periodista**.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.

Pedro Miguel Santos
Fumaça

Nombre y firma entrevistado/a
responsable

M. Rodríguez

Nombre y firma Investigador

Lisboa, a 21 y 23 de marzo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Aiton LAGUNAS, DNI o documento de identificación __, de nacionalidad __ declaro que he sido entrevistado/a por podcasts de color, de nombre tentativo El producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 12 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en este caso, saber cuáles son las narrativas y estética sonora del podcast

'BARRA MATE NEGRO', del cual soy DIRECTOR Y PRESENTADOR

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a



Nombre y firma Investigador responsable

Barcelona, a 15 de febrero y 30 de junio de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo João Bernardo Afonso, DNI o documento de identificación 14312474, de nacionalidad portuguesa declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista semiestructurada, que duró una hora, consistió en responder en conversar sobre el diseño sonoro del podcast "Exército de Precários", de la productora Fumaga de Portugal, sobre la base de 5 preguntas, con el objetivo de conocer el proceso creación, producción y montaje de este podcast, del cual soy Músico, Sound Designer, Mezclador y periodista.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a



Nombre y firma Investigador responsable

Lisboa, a 2 de mayo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo BRANCA VIANNA, DNI o documento de identificación 05758357-7, de nacionalidad brasileña declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast Prize Boss, del cual soy Productora

OSSOS
Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.

BRANCA VIANNA
Raúl Rodríguez

Nombre y firma entrevistado/a
responsable

Maly

Nombre y firma Investigador

Río de Janeiro, a 18 y 25 de abril de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo CARLOS PUIG SOBERON, DNI o documento de identificación PUSC640309HDFGBR06, de nacionalidad MEXICANA declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast _ASI COMO SUENA, del cual soy DIRECTOR.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a responsable



Nombre y firma Investigador

Ciudad de México, a 26 de junio de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo _____**Catarina Reis**_____, DNI o documento de identificación__**14657132**__, de nacionalidad ____**portuguesa**____declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast **_Sons de Lisboa_**, del cual soy_**editora**_.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a responsable



Nombre y firma Investigador

Lisboa, a 24 de marzo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo **José Erick Yáñez Navarro**, DNI o documento de identificación **N05129281** (pasaporte), de nacionalidad **mexicana** declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast **CUIR: Historias Disiden-tes**, del cual soy **Productor General**.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a



Nombre y firma Investigador responsable

Ciudad de México, a 28 de marzo y 7 y 13 de abril de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

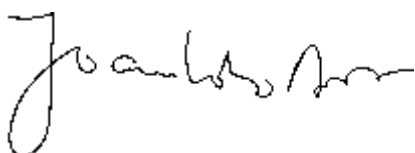
Yo Joana Lobo Antunes, DNI o documento de identificación 10152406, de nacionalidad portuguesa declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast 110 histórias, 110 objetos, del cual soy coordinadora.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Joana Lobo Antunes

Nombre y firma entrevistado/a
responsable



Nombre y firma Investigador

Lisboa, a 21 de marzo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Juan Sebastián Serrano, DNI o documento de identificación 1020750037, de nacionalidad colombiana declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast Un Periódico de Ayer, del cual soy director.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Juan Sebastián Serrano

Nombre y firma entrevistado/a



Nombre y firma Investigador responsable

Ciudad, a 31 de enero y 7 de febrero de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo LAÍS NASCIMENTO LIFSCHITZ, DNI o documento de identificación 26.859.384-5, de nacionalidad BRASILEIRA declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista semiestructurada, que duró una hora, consistió en conversar sobre la base de 5 preguntas del diseño sonoro del podcast "Praia dos Ossos", de la productora Radio Novelo de Brasil, con el objetivo de conocer el proceso creación, sonorización y montaje de este podcast, del cual soy EDITORIA.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.

Laís Nascimento Lifschitz

M. Rodríguez Ortiz

Nombre y firma entrevistado/a
responsable

Nombre y firma Investigador

Río de Janeiro, a 10 de mayo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo MARCO ANTONIO GONÇALVES LOMAS DNI o documento de identificación 10858698, de nacionalidad PORTUGUESA declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast "110 HISTÓRIAS" del cual soy REALIZADOR.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, será informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.

Marco Antonio Gonçalves Lomas

Nombre y firma entrevistado/a
responsable

Maly

Nombre y firma Investigador

Lisboa, a 20 de marzo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Marcos Alejandro Hurst Simón DNI o documento de identificación 50485662h, de nacionalidad española declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast "La Historia es Ayer" del cual soy autor y responsable.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.

Nombre y firma entrevistado/a responsable

Nombre y firma Investigador

Madrid, a 22 de marzo y 28 de abril de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Maria Ignacia Court Rollán, DNI o documento de identificación 15.376.950-8, de nacionalidad chilena declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast El Estallido de las Cosas del cual soy Co Directora y Productora

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, será informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a



Nombre y firma Investigador responsable

Santiago, a 24 de abril y 23 de mayo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Martin Parodi, DNI 26538543, de nacionalidad argentino declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast La Segunda Muerte del Dios Punk, del cual soy director artístico.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a
responsable



Nombre y firma Investigador

Rosario, a 7 y 23 de febrero de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

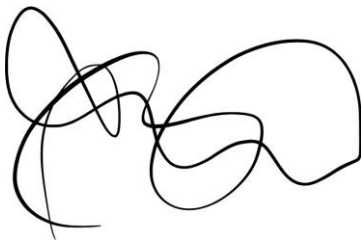
Yo Marta Salicrú Serra, DNI o documento de identificación 47644017T, de nacionalidad española, declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast Brazalete Negro, del cual soy productora ejecutiva.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Marta Salicrú Serra



Nombre y firma entrevistado/a
responsable

Nombre y firma Investigador

Madrid, a 17 de marzo y 14 de abril de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Nancy Castillo Estay, DNI o documento de identificación 10.765.749-5_, de nacionalidad chilena, declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast RELATO NACIONAL, del cual soy Directora.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nancy Castillo

Nombre y firma entrevistado/a



Nombre y firma Investigador responsable

Santiago, a 9, 11 y 16 de mayo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Nicolás Maggi, DNI o documento de identificación 32.889.657, de nacionalidad argentino, declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast La Segunda Muerte del Dios Punk, del cual soy autor y narrador.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a
responsable



Nombre y firma Investigador

Rosario, a 7 y 23 de febrero de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo FRANK BELYEU, DNI o documento de identificación 05461320-Q, de nacionalidad ESPAÑOLA declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast SIN SABERIS, del cual soy DIRECTOR Y PRODUCTOR
DE MÍ

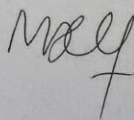
Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, será informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a responsable



Nombre y firma Investigador

Madrid, a 9 y 16 de marzo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

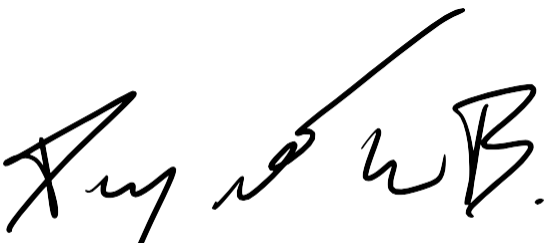
Yo PEDRO JOSÉ ESPINOSA BLANCP, DNI o documento de identificación 1026578414, de nacionalidad COLOMBIANA declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast CARTAGENA FEDERAL, del cual soy DIRECTOR CREATIVO.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a responsable



Nombre y firma Investigador

Cartagena, a _2 y 6__ de _febrero___de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Ricardo Carioca Terto, DNI o documento de identificación 44.127.884-x, de nacionalidad Brasileño declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast Até Que Se Prove O Contrário, del cual soy Productor

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, será informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a



Nombre y firma Investigador responsable

Río de Janeiro, 16 de mayo y 23 de junio de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Sebastián Duque Sánchez, DNI o documento de identificación 1032470106, de nacionalidad colombiana declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast Cartagena Federal, del cual soy director de producción.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a

Nombre y firma Investigador responsable

Cartagena, a _2 y 6__de _febrero__de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Sebastián Ortega, DNI 31.757.798, de nacionalidad argentino, declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast FUGAS, del cual soy investigador, guionista y narrador.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a responsable



Nombre y firma Investigador

Buenos Aires, a 15 de febrero y 22 de febrero de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo ____TOMAS PEREZ VIZZON__, DNI o documento de identificación _33.525.5079_, de nacionalidad_ARGENTINA_declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, “La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación”, del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast_, del cual soy _DIRECTOR_.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a responsable



Nombre y firma Investigador

Buenos Aires, a 1 de marzo de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo Ana Yissel Ibarra Espriu, DNI o documento de identificación 2052127465, de nacionalidad Mexicana declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 10 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en este caso, la estética sonora del podcast Así Como Suena, del cual soy Productora.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Nombre y firma entrevistado/a responsable



Nombre y firma Investigador

Ciudad de México, a 19 de julio de 2023.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

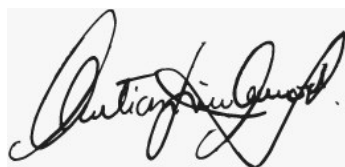
Yo Maju Lino Carrion, DNI o documento de identificación 41340498, de nacionalidad peruana, declaro que he sido entrevistado/a para la tesis doctoral, de nombre tentativo, "La producción de podcasts narrativos independientes en Iberoamérica: nuevos modelos de creación y financiación", del investigador Raúl Rodríguez Ortiz y dirigida por el profesor titular Manuel Fernández Sande, con la cual optará al grado de Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid.

La entrevista consistió en responder un cuestionario de 35 preguntas con el objetivo de conocer el estado actual del podcasting independiente en 8 países iberoamericanos, y, en específico, saber cuáles son las narrativas, formas de producción, modelos de financiación y monetización, y distribución y audiencias del podcast TransHistorias de Cuidados, del cual soy Narradora y una de las autoras.

Acepto que la entrevista sea grabada en formato de audio, para su posterior transcripción y análisis.

En caso de que la tesis doctoral sea publicada, como libro o a través de artículos científicos, seré informado/a oportunamente.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio, según las condiciones establecidas anteriormente.



Firma entrevistada



Firma investigador responsable

Lima, a 17 de abril y 2 de mayo de 2023.