

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



**TESIS DOCTORAL**

Análisis del Podcast Narrativo de No Ficción en España

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Ángela Ruiz Martínez

DIRECTORA

María del Carmen Salgado Santamaría

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**Análisis del Podcast Narrativo de No Ficción en España**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR  
**Ángela Ruiz Martínez**

Directora  
**María del Carmen Salgado Santamaría**

Madrid

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**Análisis del Podcast Narrativo de No Ficción en España**

Autora

**Ángela Ruiz Martínez**

Directora

**María del Carmen Salgado Santamaría**

Madrid, 2022





## **Agradecimientos**

A mi editora personal, mi madre. Que comparte conmigo pasión por esta profesión y que con 50 años demostró una vez más su valentía y se lanzó a aprender el oficio más bonito del mundo. Sin su esfuerzo y su generosidad nada de esto habría sido posible.

A mi hermana, que tuvo que aguantar horas y horas de escucha mientras me apasionaba por este mundo siendo parte del inicio de todo esto.

A mis amigas, Fátima, Patro, Queque, África, Carmen, María y Tere que me han acompañado de la mano en cada uno de mis proyectos, confiando ciegamente en mí y aportándome unas visiones personales tan dispares como maravillosas.

A mis amigos, Camilo, Carlos, Felipe y Juan Luis, que me han demostrado una de las virtudes más bonitas que existen, saber escuchar.

A todos los que me hicieron esta investigación más sencilla, porque he tenido la suerte de tener cerca a creadores de formatos que se incluyen en este trabajo y que no han dudado en facilitarme todo tipo de documentos. Gonzalo, Dani, Pablo, Antonio, Conchi, José Ángel, Yago, Ignacio, Jero.

A todas las que me han escuchado hablar de podcasts durante estos cuatro años aguantando siempre con una sonrisa, aunque mi obsesión fuera cansina incluso para mi misma. Cristina, Juanfran, Blanca, Paloma, Julia, María, Laura, Inés, Belén, Sara, Andrea y Sergio.

A mi tutora, que ha aguantado mis últimas horas sin desesperarse. Que confió en mí prácticamente a ciegas y que juntas hemos construido esto.

A mi padre, que dudo todavía que comprenda qué es un podcast, pero que desde la distancia ha dedicado tiempo y esfuerzo a escuchar mis proyectos con atención.

A mi abuela, de la que sigo aprendiendo cada día y que implantó en mí el amor por la radio y la cultura.

A mi abuelo, que organizó mis pasos en carpetas de escritorio que leía y compartía una y otra vez. Esta investigación habría sido una carpeta más.

Y sobre todo, a la persona que acumula todas las menciones anteriores. Porque este trabajo también es suyo. Te quiero Manuel.

*“La radio no tiene futuro,  
los rayos X resultarán una farsa  
y las máquinas voladoras más pesadas que el aire son imposibles”*

***William Thomson (1824-1907)***

# ÍNDICE

Resumen/Abstract	10
<b>CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>12</b>
1.1 Introducción y justificación del tema	13
1.2 Estado de la cuestión	17
1.3 Hipótesis de Investigación	22
1.4 Objetivos	23
1.5 Metodología y acotación de la investigación	24
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>35</b>
2.1 La Sociedad de la Información	36
2.1.1 Periodismo y literatura	40
2.2 Contexto tecnológico	53
2.2.1 Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)	54
2.2.2 La Web 2.0, la Web semántica y la Web 3.0	60
2.2.3 El sistema radiofónico: emisión herciana, digital y online	72
2.3 Objeto de estudio: el podcast narrativo de no ficción	91
2.4 Etapas del podcast en España	97
2.4.1 Primera etapa (2004-2015): llegada del formato y su primera evolución	98
2.4.2 Segunda etapa (2016-2020): profesionalización y llegada del podcast narrativo de no ficción	106
<b>CAPÍTULO III: ANÁLISIS CUANTITATIVO DEL PODCAST NARRATIVO DE NO FICCIÓN EN ESPAÑA</b>	<b>118</b>
3.1.1 <i>Le Llamaban Padre</i>	119
3.1.2 <i>Diario de un naufragio</i>	127
3.1.3 <i>Encuádrate</i>	129
3.1.4 <i>Micro</i>	130
3.1.4.1 <i>Charles Manson: vuelve la bestia</i>	130
3.1.4.2 <i>El año de Podium</i>	132
3.1.4.3 <i>Miguel de Unamuno, el intelectual que agitó a una generación</i>	134

3.1.4.4 <i>Borges según Borges</i>	137
3.1.4.5 <i>Camarón</i>	139
3.1.4.6 <i>Miguel Hernández, viento del pueblo</i>	142
3.1.4.7 <i>Gloria Fuertes, poeta entre los musos</i>	144
3.1.4.8 <i>Fórum</i>	146
3.1.4.9 <i>Un viaje a la final imposible</i>	148
3.1.5 V: <i>Las Cloacas del Estado</i>	150
3.1.6 <i>Nómadas</i>	155
3.1.7 <i>Negra y Criminal</i>	155
3.1.8 <i>València Destroy</i>	156
3.1.9 <i>Lo Conocí en un Corpus</i>	160
3.1.10 <i>Octubre</i>	164
3.1.11 <i>Donde quiera que estés</i>	164
3.1.12 <i>Los sonidos de Dudamel</i>	168
3.1.13 <i>Policiales argentinos</i>	170
3.1.14 <i>El día que Abdul dijo adiós a Siria</i>	170
3.1.15 <i>Olafo</i>	172
3.1.16 <i>Regreso a las Ramblas</i>	175
3.1.17 <i>La mitad del mundo</i>	177
3.1.18 <i>Venezuela huir o morir</i>	179
3.1.20 <i>El teléfono Rojo</i>	183
3.1.21 <i>Las tres muertes de mi padre</i>	184
3.1.22 <i>Una novela criminal</i>	186
3.1.23 <i>616 Escaños</i>	187
3.1.24 <i>Máster</i>	187
3.1.25 <i>Invisibles</i>	190
3.1.26 <i>Volver: cinco historias de la crisis catalana</i>	193
3.1.27 <i>En el corredor de la muerte</i>	196
3.1.28 <i>Un bonito cadáver</i>	199

3.1.29 <i>Crónicas Jondas</i>	203
3.1.30 <i>Igor el Ruso</i>	206
3.1.31 <i>La línea invisible</i>	209
3.1.32 <i>Cuando fuimos ciegos</i>	212
3.1.33 <i>XREY</i>	212
3.1.34 <i>Solaris</i>	215
3.1.35 <i>Buscando una luz</i>	216
3.1.36 <i>24424 Lo que nos jugamos en Bankia</i>	219
3.1.37 <i>El móvil de Mendes</i>	222
3.1.38 <i>IN-visibles</i>	225
3.1.39 <i>El Desafío: ETA</i>	227
3.1.40 <i>Laipe</i>	233
3.1.41 <i>De eso no se habla</i>	237
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL PODCAST NARRATIVO DE NO FICCIÓN EN ESPAÑA</b>	<b>241</b>
4.1 Características del podcast narrativo de no ficción	242
4.2 La evolución del podcasting en España	271
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES</b>	<b>276</b>
5.1 Resultados	277
5.2 Discusión	291
5.3 Conclusiones	295
<b>REFERENCIAS</b>	<b>302</b>
<b>APÉNDICES</b>	<b>324</b>
Apéndice A. Tabla de variables	325
Apéndice B. Cuestionario realizado	388
Apéndice C. Respuestas al cuestionario	393

# ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y GRÁFICOS

<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>35</b>
Tabla 1. Comparativa entre la web 1.0 y la web 2.0	63
Tabla 2. Comparativa entre la Web 2.0, la Web semántica y la Web 3.0	70
Figura 1. Mapa del ecosistema de medios de podcasts y audiolibros	91
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL PODCAST NARRATIVO DE NO FICCIÓN EN ESPAÑA</b>	<b>241</b>
Figura 2. Recuento del cuestionario sobre si formatos concretos son considerados podcasts	258
Figura 3. Variables y su importancia del podcast narrativo de no ficción	266
Figura 4. Recursos y su importancia del podcast narrativo de no ficción	267
Figura 5. Futuro del podcasting en España en los próximos años	268
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES</b>	<b>276</b>
Gráfico 1. Plataforma de distribución de los podcasts analizados	277
Gráfico 2. Año de publicación de los podcasts analizados	278
Gráfico 3. Número de episodios de los podcasts analizados	279
Gráfico 4. Evolución del número de episodios de los podcasts analizados	280
Gráfico 5. Duración media de los episodios de los podcasts analizados	281
Gráfico 6. Temáticas de los podcasts analizados	282
Gráfico 7. Número de narradores en los podcasts analizados	283
Gráfico 8. Evolución de la media de recreaciones de los podcasts analizados	284
Gráfico 9. Evolución del tiempo de duración de los cortes de voz	285
Gráfico 10. Evolución del tiempo de duración de los documentos de archivo	285
Gráfico 11. Duración de la cabecera de los podcasts analizados	286
Gráfico 12. Inclusión de efectos de audio de los podcasts analizados	287
Gráfico 13. Inclusión de efectos de sonido de los podcasts analizados	288
Gráfico 14. Inclusión de publicidad de los podcasts analizados	289
Gráfico 15. Utilización de redes sociales propias de los podcasts analizados	290

Gráfico 16. Recuento del cuestionario sobre si un formato emitido por vía  
herciana puede llamarse podcast 291

Gráfico 17. Recuento del cuestionario sobre si un formato que incluya vídeo  
puede llamarse podcast 293

## Resumen

Si realizamos una división del podcasting basándonos en su formato, una de las tipologías más periodísticas que encontramos es el podcast narrativo de no ficción. Centrando sus principios en la narratividad literaria y en el ejercicio puro del periodismo, cuenta con unas variables comunes que lo definen: la presencia del narrador en el texto, una extensión significativa, el uso de recursos narrativos tales como cortes de voz, fondos musicales o efectos de sonido y un interés último en presentar un trabajo basado en el análisis y en la reflexión.

Este trabajo de investigación examina las variables de aquellos títulos españoles, que cumplen con las premisas anteriormente presentadas, comprendidos entre 2004 y 2020, fechas que marcan la llegada del podcasting a nuestro país y el fin de una tendencia de crecimiento exponencial del sector.

Analizando de una manera exhaustiva las características de este tipo de podcast podemos definirlo como un formato documental, dividido en episodios, realizado por periodistas, que cuenta con un proceso de investigación previa, que se basa en una narrativa literaria y en el uso de entrevistas a los protagonistas y que los fondos musicales, los documentos de archivo y los efectos de sonido tienen gran importancia para el desarrollo de la historia.

*Palabras clave: Podcast, narrativo, no ficción, española, formato*

## Abstract

If we make a division of the different types that it presents based on its format, one of the most journalistic typologies that we find is the non-fiction narrative podcast. Focusing its principles on literary narrativity and on the pure exercise of journalism, it has some common variables that define it: the presence of the narrator in the text, a significant duration, the use of narrative resources such as voice interviews, musical backgrounds or sound effects and a supreme interest in presenting a work based on reflection.

In this research, we will analyze the characteristics of the Spanish titles that contain the premises presented above, published between 2004 and 2020. These dates mark the arrival of podcasting in our country and the year in which an exponential growth trend in the sector ends.

Analyzing in an exhaustive way the characteristics of this type of podcast, we can define it as a documentary format, divided into episodes, made by journalists, which has a prior investigation process, which is based on a literary narrative and the use of interviews with the protagonists and that the musical backgrounds, the archival documents and the sound effects have great importance for the development of the story.

*Keywords: Podcast, narrative, non-fiction, Spanish, format.*

# **CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1 Introducción y justificación del tema

El actor, director y guionista Orson Welles defendió que en la radio la pantalla es más grande, aludiendo así a las exorbitantes posibilidades que ofrece la imaginación de cada oyente. Ira Glass, productor de uno de los podcasts<sup>1</sup> más exitosos y reconocidos del mundo, *This American Life*, defendió que “hacer buena radio es recordar que siempre hay que dar a la audiencia cosas que ver” (2012, como se citó en De Beauvoir, 2015, p. 21). Expuestas así las posibilidades que presenta el género radiofónico y con la expansión sonora actual queremos plantear una pregunta hacia el futuro, ¿qué pasaría si la pantalla pudiera ampliarse aún más?

El podcasting es capaz de ampliar la imaginación del oyente gracias a que permite una postproducción pausada, de cocción lenta y una mayor intimidad en la escucha. De esta manera se convierte en una de las experiencias de inmersión más sencillas de producir pero más profundas de experimentar que existen.

Han pasado 18 años desde que el primer podcast llegara a España. En este tiempo, el formato avanzó, en un primer momento (2004-2016) de manera tímida, y en un segundo periodo, desde el año 2016, de manera exponencial. En 2020, la herramienta *Listen Notes* contabilizó que había aproximadamente “1.820.908 podcasts en el mundo, además de un estimado de 88.114.139 capítulos” (Contreras et al., 2021, p. 18). Ya en 2019, según datos de *Digital News Report*, España era el quinto país del mundo que más podcast consume, con un 39% de los internautas y la tendencia va en aumento, llegando a situarse en 2020 en el 41% según el mismo estudio. Además, el Mapa de los Medios Digital de 2021 registró un total de 925 medios online que ofrecen podcast. Es decir, un tercio de los medios digitales totales (DIGINATIVEMEDIA, 2021).

---

<sup>1</sup> A pesar de que la Fundéu recomienda el uso de la palabra podcast con tilde en la primera vocal hemos decidido utilizar en este trabajo la palabra original inglesa, prescindiendo de la tilde, debido a que es el término más extendido entre la población española actual.

Según los últimos datos, en España, una de cada tres personas ya escucha podcast (Rodríguez y Ortega, 2021), sin embargo, todavía habrá quien piense que los podcasts son reposiciones de programas radiofónicos o formatos hablados amateurs sin apenas producción. De hecho, existe un segmento de la población española que todavía no conoce el término, en concreto el 13% (Sonora, 2021).

Con el paradigma actual comunicativo podemos llegar a pensar que el futuro de la comunicación tal y como la conocemos está sufriendo un proceso de cambio esencial. La radio ha sido, hasta ahora, el medio sonoro por excelencia, por ello, concebimos otras opciones sonoras a partir de lo que definimos como radiofónico. La extensión en Internet de los medios de comunicación tradicionales parecía el futuro, sin embargo, no vimos venir que quizás estos nuevos medios surgidos en la web no deberían contemplarse como una extensión de los anteriores, ni siquiera como un avance, sino que conformarían nuevos medios de comunicación que cambiarían el paradigma de la información.

El audio se está redefiniendo en los últimos años debido al podcasting, pero también a las plataformas<sup>2</sup> de *streaming* sonoro que destacaron en 2021. Una muestra es *Clubhouse*, una red social de escucha en directo que acumuló en sus primeros meses 10 millones de descargas llegando incluso a afectar a la radio tradicional con la participación en la aplicación de programas como *Herrera en COPE*. Esto conllevó a la creación de *Spaces de Twitter*, donde un medio tradicional como la *Cadena SER* comenzó a emitir el programa *Tuits que nunca escribiré* que posteriormente ofrece en formato podcasting. Pero también se han creado otras herramientas similares como son *LinkedIn Live* o de *Live Audio Rooms* de *Facebook*.

---

<sup>2</sup> Salaverría (2017) define plataforma como la tecnología específica que posibilita los diferentes tipos de publicación, bien sea por sus estándares o lenguajes informáticos propios, o bien por la peculiaridad del dispositivo necesario para su consumo. (p. 27)

Debemos recordar también la inversión en sonido que están proyectando grandes marcas como *Apple* o *Samsung* con la implantación de los auriculares inalámbricos, así como en altavoces inteligentes, sin olvidarnos de mencionar el reciente crecimiento del audiolibro (Piñeiro-Otero y Pedrero-Esteban, 2022).

El podcasting ha cambiado el negocio del audio, modificando pautas que teníamos extendidas y que quizás no sirvan nunca más (Berry, 2006). Pero además, ha conseguido crear una nueva industria profesional que permite a creadores con menos posibilidades económicas grandes oportunidades.

En la actualidad, la hegemonía del sonido se ha fracturado por completo. La radio y la ciberradio desde el segundo lustro del siglo XXI comienzan a competir no solo entre ellas sino con otros agentes sonoros, como son los servicios de música bajo demanda como *Spotify* y los portales de vídeo como *YouTube* (Pedrero et al. 2013, p. 19). Servicios que además, son muy competitivos con la captación del público más joven, un sector necesario de captar si buscamos la perduración del formato. *Spotify* llega a España en el año 2008 y según la encuesta *POD2022* el 58% de los usuarios utilizan esta herramienta para escuchar los podcast, un dato que quintuplica a su siguiente competidor. Por otro lado, tuvimos que esperar alrededor de una década para que estas plataformas comenzaran a interesarse por la radio, en un primer momento con la emisión de programas radiofónicos con video, como *La Vida Moderna* o *Yu: no te pierdas nada* y en un segundo momento con la inclusión de podcast entre sus servicios. Sin embargo parece correcto afirmar que el éxito de este tipo de plataformas colabora a la expansión del formato podcasting así como Internet ayudó, años atrás, al crecimiento de los audioblogs y radioblogs, definidos por Cebrián Herreros como “la manifestación de un diario sonoro íntimo de un aficionado o de un profesional de la radio”(Cebrián Herreros, 2009, p. 19).

La escasa investigación académica sobre el asunto puede estar detrás del desconocimiento que existe todavía. Por ello, este trabajo de investigación puede ayudar a esclarecer la relación del podcasting con sus oyentes, con sus productores y creadores, así como las relaciones comerciales que debería desarrollar en los próximos años.

No existe una única clasificación de podcasts, sin embargo, si tenemos en cuenta su formato, varios autores (Patxi, 2019; Azurin, Ñaupas y Rodríguez, 2015; Puerta, 2016; García Galindo y Cuartero Naranjo, 2016; Martín Mateos, 2017) puntualizan que encontramos un tipo de podcast al que denominan narrativo. Aquí queremos analizar este género en aquellos títulos que además de narrativo no son parte de formatos de ficción sino que se basan en casos reales.

El género narrativo de no ficción es sin duda el formato que más se relaciona con el periodismo. Primero porque busca influir, en la población o en organismos mandatarios sobre ciertas temáticas de interés social haciendo uso de la voz, tal y como defiende uno de los deberes sociales del periodismo (Azurin, Ñaupas y Rodríguez, 2015). Pero además, para realizar este tipo de formatos es necesario recopilar un conocimiento extenso del tema, lo que requiere una investigación previa, también una de las premisas básicas cuando hablamos de deberes periodísticos (Caminos Marcet, 1997; Torre 2008).

Para Gallego (2010), el podcasting es la forma de comunicación más exacta como soporte publicitario, ya que nos muestra datos de escucha exactos. Sin embargo, es necesario argumentar que, cuando comenzamos esta investigación (2019), gran parte de los podcasters no obtenían beneficios económicos de su trabajo, pero tras la profesionalización del sector con la creación de numerosas plataformas y la implicación de medios de comunicación tradicionales en el podcasting, la realidad actual es muy diferente. Mientras que las plataformas que triunfaron en un primer momento, como *iVoox* o *Cuonda*, bajan sus datos de

usuarios, las nuevas plataformas que abogan por la profesionalización del sector siguen sumando escuchas. A pesar de esto, la monetización del podcasting es todavía un tema pendiente, ya que sigue siendo prácticamente invisible para los anunciantes, observando incluso, que hay parte de las emisoras tradicionales que vuelcan sus contenidos en internet incluyendo aquella publicidad que se ha emitido por vía herciana. Sin embargo, el nacimiento de plataformas de pago así como la modificación del modelo de otras gratuitas ha revolucionado el panorama, sobre todo con la multiplicación de formatos.

Por todo lo argumentado, es necesario dotar de una identidad fuerte y definida al concepto podcast, un término que actualmente se utiliza para gran parte del contenido sonoro que podemos encontrar en internet. Además, es necesario hacer una radiografía de su industria para comprender su importancia y puntualizar las carencias que aún deben desarrollarse. En esta investigación rodearemos la industria y el concepto a través de uno de sus exponentes más valorados y que mayor implicación supone como es el podcast narrativo de no ficción, un formato que bebe de tres géneros periodísticos de diferentes medios, el documental cinematográfico, el reportaje radiofónico y la crónica escrita. Analizaremos sus variables para poder definir un formato periodístico excelente y aterrizaremos ciertos conceptos que, a pesar de que el podcasting lleva 18 años en nuestro país, todavía no se han aclarado académicamente. Esto facilitará futuros trabajos en el avance de otros subtemas que rodean a la investigación.

## **1.2 Estado de la cuestión**

El podcasting es un tema de discusión académica joven, no correspondiéndose, de esta manera, con el desarrollo práctico del formato, que acumula en nuestro país miles de títulos. Sin embargo, sí encontramos autores referentes que comenzaron a acercarse al asunto tratando cuestiones que preceden al estudio del propio fenómeno del podcasting en sí.

Muchos investigadores universitarios han estudiado la aparición de este nuevo medio desde que surgió, pero la mayoría han investigado el potencial del podcasting como herramienta educativa para la enseñanza y aprendizaje en institutos y universidades (Bonini, 2015, p. 24)

Para comenzar, es necesario remontarnos a los pasos previos que permiten el desarrollo del podcasting. Con respecto al surgimiento del contexto social y comunicativo debemos analizar la Sociedad de la Información, donde destacan los estudios de Masuda (1981); Webster (1995) y Castells, (2002). Además, debemos tratar el contexto tecnológico a través del surgimiento de las Tecnologías de la Información, desarrollada por autores como González, Gisbert, y Guillen (1996); Fernández Muñoz (2005); Cabero Almenara et al. (2007); Cobo (2009) y Salgado (2010). En este apartado debemos destacar la Web 2.0 analizada por Pablo Castells (2003); Cebrián Herreros (2008); Jenkins y Deuze (2008) y Ortiz Sobrino (2017) y la Web Semántica y la Web 3.0 explorada por Viñaras, Herranz de la Casa y Cabezuelo (2010); Küster y Hernández (2013); Hender (2009) y Codina (2009) teniendo estos autores visiones muy diferentes con respecto a esta ya que los tres primeros textos argumenta la conexión e incluso identificación entre la Web 3.0 y la Web Semántica mientras que Codina critica esta simbiosis de términos.

Para analizar la relación histórica de la radiodifusión nos centraremos en los textos de autores como Ramos-Ruiz (2015) o Franquet (2008). Además, pasaremos a puntualizar un paso intermedio a la llegada de la radio online que es la radio digital. En los textos de Martínez-Costa (2001, 2004) o Nuñez et al. (2013) los autores analizan los procesos por los que sufrió la radiodifusión con la llegada del sistema Digital Terrestre pero además puntualizamos las consecuencias de su fracaso con Pedrero et al. (2013) y Hoyos et al. (2013).

Cuando hablamos de la relación entre radio e internet, consideramos necesario aclarar dos posturas. Algunos autores como Gallego (2006) o Campos y Pestaño (2003) defienden que nos enfrentamos a una revolución debido a Internet, mientras que otros autores como Cebrián Herreros (2001); Rodero Antón (2002); Bonet (2007) o García-Marín (2018) argumenta que no hablamos de una modificación del sistema sino de un cambio a un nuevo sistema. Por ello, Llinares y Berry (2018) y Spinelli y Dann (2019) destacan que el podcasting no debe incluirse como evolución de un medio tradicional como la radio, sino que tiene entidad propia. Esta oportunidad puede ser también un desafío, como argumentan Cordeiro (2012) y Bonini (2015) al deshacer las barreras entre consumidores y productores.

Esta radio en internet tiene diversas denominaciones, destacan algunas como post-radio, radioApp o multimedio pero sobre todo queremos resaltar el término que utiliza Cebrián Herreros (2001, 2009), denominándola “ciberradio” cuya definición secundan Salgado (2010); Cea-Esteruelas (2016) o Salaverría (2017).

En este momento es necesario aclarar las diferenciación de determinadas variables que definen a los cibermedios y lo haremos con los textos de Noci y Meso (1997); Ortiz Sobrino (2012) y Salaverría (2004, 2017). Hablamos del uso de una plataforma, de una temporalidad concreta, de un tipo de alcance y de titularidad, de la finalidad económica o del dinamismo, entre otras variables.

Toni Sellas (2011) presenta una de las primeras tesis doctorales en España sobre el asunto y lo realiza contextualizando sobre todo el nacimiento del podcasting en el sentido tecnológico. Concluye el autor que el podcasting supone un cambio profundo en la comunicación sonora. Destaca también el trabajo doctoral de Gallego (2010) que se centra en la parte del mercado analizando el modelo de negocio.

Sobre el podcasting encontramos diferentes definiciones aportadas por Berry (2006); Blanco (2006) o Frigola, Grané y Bartolomé (2007). Aunque cabe resaltar que la mayoría de ellas presentan una visión demasiado general del término.

En relación a la definición de los textos narrativos de no ficción nos centraremos en autores como Palau-Sampaio y Cuartero-Naranjo (2018); Rodríguez y Albalá (2012); Eloy Martínez (1997) y Andrés Puerta (2011).

Para tratar las complejidades y oportunidades del podcast destacan los textos de Montse Bonet (2017), que defienden que la complejidad de la situación aumenta debido a varias causas principales, tales como la difusión entre el productor y el consumidor. Por otro lado, Richerd Berry (2006), también cuestiona el rol del consumidor, pero va más allá, argumentando que debemos preguntarnos todas las prácticas relacionadas con las audiencias y el consumo. Además, encontramos autores referentes como Cochrane (2005); Morris y Terra (2005) y Mack y Ratcliffe (2007), si puntualizamos los pasos básicos a seguir para realizar un podcast.

El periodismo narrativo de no ficción es clave en la comprensión del estado de la cuestión. Para ello partimos de la definición que hace Martínez Albertos (1978) de géneros periodísticos y nos adentramos, en un primer lugar, en el Nuevo Periodismo, defendido por autores como Johnson (1971); Wolfe y Guarner (1976) y Bernal y Chillón (1985). De estos textos sacamos las conclusiones de que el Nuevo Periodismo, que según estos autores nace en Estados Unidos a mediados de los años 60, se caracteriza por una presencia del autor en el texto, una búsqueda de la belleza, una aplicación de contenidos informativos con otros menos relevantes pero que ayudan a crear una atmósfera y un objetivo único de ayudar al lector a comprender la actualidad. Sin embargo, como defiende Bolós (2009), este tipo de periodismo se ha dado en diferentes momentos y ubicaciones históricas anteriores presentando nombres

diversos como puede ser el periodismo de investigación, de precisión o de servicio. Sobre estas otras vertientes hablan Puerta (2011); Contreras Zuloaga et al. y Ruiz y Salgado (2022). Un estudio muy interesante es el que presenta Álvarez (2013) sobre los textos del autor sevillano Manuel Chaves Nogales, quien, en palabras de Álvarez, realizaba ya Nuevo Periodismo antes de que naciera el propio término. Este periodismo se parece al periodismo de investigación, que define Caminos Marcet en 1997 y que continúan desarrollando otros autores como Torre (2008).

García-Marín (2017) y Lindgren (2014) hablan del podcast narrativo analizando las oportunidades que éste presenta en el panorama de los medios de comunicación. Destaca también el trabajo de McHugh (2016) argumentando algunos de los requisitos básicos que este debe presentar, como puede ser la mezcla de sonidos reales de una investigación con un contenido narrado.

Un punto clave en España con respecto al podcasting es el análisis de la plataforma *Podium Podcast* en 2016, la primera que presentó un podcast narrativo de no ficción. Hasta el momento solo se han realizado dos estudios en profundidad sobre el tema (Moreno, 2017; Sellas y Solà, 2019).

Además, es necesario recalcar los trabajos sobre dos títulos que se realizan fuera de España pero que tienen un impacto directo sobre los contenidos que se publican en nuestro país. En primer lugar, el podcast narrativo de no ficción *Radio Ambulante*, publicado en Estados Unidos pero realizado en castellano para oyentes latinoamericanos. Es de vital importancia ya que presenta un cambio en la manera de dirigirse el narrador al oyente y es uno de los primeros en poner a la historia y a su protagonista en el centro del relato. Sobre este fenómeno hablan Azurín, Ñaupas y Rodríguez (2015). Por otro lado, encontramos *Serial*, el podcast estadounidense en formato multi episódico que cambió el paradigma del podcast

de no ficción y que para muchos (Bonini, 2015; McHugh, 2016; García -Marín, 2018; Berry, 2015) supone el inicio de una nueva etapa del podcasting.

Puntualizar además que durante la realización de esta investigación Legorburu, Edo, y García González (2021), realizaron una clasificación de variables parecida a la que se presenta en este trabajo, menos extensa en contenidos ya que incluye únicamente los formatos de *Podium Podcast*, faltando algunos que sí se incluyen en esta investigación y menos profunda ya que no analiza cada una de las variables, sino que las observa de una manera más superficial.

### **1.3 Hipótesis de Investigación**

Este trabajo busca ampliar el conocimiento del formato podcast narrativo de no ficción emitido en España únicamente a través de internet desde la llegada del podcasting a nuestro país hasta el año 2020 incluido. Para ello partimos de las siguientes hipótesis:

1. El podcast narrativo de no ficción en España cuenta con unas variables que lo definen como son el uso de una narrativa cercana a la literatura, la presencia de un narrador, la importancia de cortes de entrevistas y documentos de archivo para el desarrollo de la historia y la presencia de fondos musicales, de efectos de sonido, de efectos de audio y de silencios para la ambientación sonora.
2. Entre 2004 y 2020, bajo nuestro conocimiento, encontramos en España 41 posibles formatos de podcast narrativos de no ficción, aunque el primero de ellos no apareció hasta el año 2016.
3. Las variables del podcast narrativo de no ficción han evolucionado de manera que los formatos ahora son más dinámicos, incluyen más documentos sonoros y presentan una duración cada vez menor.

4. El podcast narrativo de no ficción se ha convertido en un formato propio y presenta unas características singulares que lo diferencian de otros formatos sonoros. Debido a la gran variedad de títulos no podemos definir un formato único y universal, sin embargo, sí podemos apuntar varias tendencias que se están observando en ellos. Además, es un formato que está a la alza en nuestro país.

## **1.4 Objetivos**

En el año 2004 Adam Curry realizó el que se está considerado como primer podcast de la historia, desde entonces y con la publicación de millones de podcast, el formato ha evolucionado hasta las múltiples variedades que encontramos en el panorama actual. Son varias las clasificaciones que se pueden hacer sobre el podcast, según temáticas, plataformas, pero en este trabajo nos centraremos en una división analizando su formato.

El objeto de la investigación se centra en analizar el formato del podcast narrativo de no ficción en España entre los años 2004 y 2020, ambos incluidos. De esta manera, presentaremos además un análisis sobre la extensión del término podcasting que se ha formalizado en la actualidad y seremos capaces de señalar las variables presentes. Mediante un análisis cuantitativo y cualitativo expondremos las singularidades que encontremos pudiendo extrapolar los datos a conclusiones de formato sobre el podcast narrativo de no ficción. Hablamos de particularidades tales como la duración, la temporalidad o los recursos narrativos. Estos datos además, nos mostrarán una tendencia relacionada con el avance del podcasting narrativo de no ficción en nuestro país.

Con la presentación de sus variables en contrapunto o similitud con su hermano del audio, la radio, aprenderemos a diferenciar las características de ambas propuestas sonoras.

Todo ello supondrá un inicio en el camino con respecto a una clasificación intrínseca del podcasting periodístico y profesional español, así como conseguiremos anticiparnos a posibles tendencias futuras del podcasting en España.

### **1.5 Metodología y acotación de la investigación**

Este trabajo presenta una metodología mixta. Al ser este un tema apenas investigado, existen muy pocas fuentes académicas escritas en forma de monografías, libros o tesis doctorales, por lo que los recursos documentales más útiles usados en esta tesis este trabajo han sido los artículos de investigación, así como las fuentes orales en forma de podcasts y entrevistas cualitativas semi estructuradas en formato cuestionario con informadores clave. Complementando de esa manera el análisis documental y las entrevistas.

Con respecto a la metodología cuantitativa consta de la recopilación de aquellos podcasts que entren dentro de los casos que nos conciernen, analizando en profundidad las variables de formatos de cada uno de ellos, completando así una plantilla, previamente articulada. Así podremos realizar una clasificación y de esa manera obtener datos concretos sobre cada uno de ellos extrapolables a un conjunto.

Antes de comenzar es necesaria una delimitación del objeto de estudio en diferentes ámbitos.

En primer lugar, tomaremos los podcasts narrativos de no ficción basándonos en la definición de Ruiz y Salgado (2022):

Formato sonoro alojado en la red que destaca principalmente por la presencia de un narrador que forma parte de la historia, que se involucra y que se aleja de la objetividad, cuenta con una extensión mayor a otros formatos, en gran parte de las ocasiones dividido en diferentes episodios y suele incluir fuentes documentales que se

han recopilado en un primer proceso de investigación. No se limita a ciertas temáticas, sino que su variedad de materias es reseñable y cuenta además con una destacable presencia de recursos narrativos, ocupando la forma de narrar la historia un lugar sustancial. (p. 323)

Para comenzar con la delimitación espacial, nos centraremos en el panorama español debido al inabarcable número de podcast que encontramos a nivel mundial, así como las enormes diferencias que se pueden observar entre ellos. Un análisis global seguramente nos ensuciaría los resultados. De esta manera tomaremos aquellos podcasts publicados en plataformas españolas o sus versiones en España y que además estén realizados en castellano. No obstante, contamos con información relevante sobre otros países para comprender las tendencias de estos y así poder realizar comparaciones.

Por otro lado, con respecto a una delimitación temporal, hablaremos de los podcast españoles desde el momento en el que llega a nuestro país el primer formato de la mano de José Antonio Gelado en el año 2004, es reseñable puntualizar que hablamos del mismo año en el que se publica el primer formato a nivel mundial, hasta el año 2020 incluido, debido a que supuso un cambio en el universo del podcasting español por diferentes factores como pudo ser la pandemia de la COVID-19 y su impacto sobre usos habituales de la tecnología o la creación de nuevas plataformas de podcasting que modifican la producción. De esa manera, contamos con un marco temporal de 15 años, significativo para el objeto de estudio. Aun así, como analizaremos en las próximas páginas, el podcast narrativo de no ficción tardó en aparecer en España, al contrario que en otros lugares como Estados Unidos o Latinoamérica, tuvieron que pasar 12 años para que pudiéramos clasificar un podcast como narrativo de no ficción.

Además, únicamente entrarán en el objeto de estudio los podcasts españoles que cuenten con una producción cuidada, es decir, que tengan detrás a productoras, plataformas o medios de comunicación. Por ello, se ha realizado un intenso estudio en las siguientes plataformas: *Cuonda*, *Podium Podcast*, *Apple Podcast*, *Google Podcast*, *Spotify*, *Audible*, *Podimo*, *Storytell* o medios de comunicación tradicionales como *El País*, *eldiario.es*, *COPE* o *Radio Nacional de España*, buscando este tipo de formatos. De tal manera, se analizarán aquellos podcasts no amateurs, es decir, que estén respaldados por una producción o difusión profesional y así podremos analizar correctamente de qué manera el podcast ha ingresado en la profesión periodística. Blanco et al., (2013) define a los podcasts profesionales como aquellos que están vinculados de alguna manera a la radio profesional, tanto en su realización como en su distribución. Veremos que, a pesar de que encontramos algunas excepciones, la mayor parte de estos formatos cumplen con este requisito. En principio, descartamos la plataforma *YouTube* ya que cuenta con una amplia selección de contenidos, pero todos centrados en incluir video y, según nuestra visión primera del podcasting, un formato centrado en el vídeo no debería conocerse como podcast. También destacamos la plataforma *iVoox*, ya que la mayoría de los formatos que se publicaron hasta el año 2020 no cuentan con la profesionalización mínima necesaria o si la presentan, ya están incluidos en otras plataformas.

Bajo nuestro conocimiento inicial se han encontrado 41 títulos que se podrían incluir, aún así, es necesario realizar su análisis para certificar que forman parte de este género.

Con respecto a los formatos que se estudiarán, este trabajo se centra en aquellos realizados para ser distribuidos únicamente por internet, dejando de lado aquellos formatos que se emitieron primero por vías hercianas y después se traspasan a la red, pero incluyendo aquellos realizados por emisoras convencionales para ser distribuidos en línea.

Tampoco analizaremos aquellos podcasts conocidos como *branded*, es decir, que hayan sido impulsados por una marca comercial y que sirvan como publicidad o patrocinio de esa marca.

Durante este análisis, revisaremos los podcasts que nos conciernen en cada una de sus etapas, realizando un análisis de cada uno de ellos para poder llegar a conclusiones significativas.

Para realizar la correspondiente clasificación se analizarán las siguientes variables:

Plataforma (web, radio, aplicaciones y tabletas); temporalidad (ciclos de publicación periódicos, continuos o multitemporales); tema u oferta de contenido (información general o información especializada); alcance (global, nacional, regional-local o hiperlocal); titularidad (pública o privada); autoría (individual o colectiva); enfoque (actualidad periodística o no periodística); finalidad económica (con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro); dinamismo (estático o dinámico). (Salaverría, Martínez-Costa y Breiner, 2018, p. 1038)

Estos factores que proponen estos autores se basan en la clasificación anterior de Salaverría (2017) de cibermedios. Tras haber comenzado con el análisis de cada uno de los formatos hemos concluido que esta clasificación debe ser ampliada con las siguientes variables: el número de episodios y la duración de cada uno de ellos; los recursos narrativos, es decir, el narrador y su presencia, la utilización o no de efectos de audio<sup>3</sup> y de sonido<sup>4</sup>; los cortes de voz o de entrevistas; los ambientes<sup>5</sup>; los documentos de archivo<sup>6</sup>, las posibles

---

<sup>3</sup> Procesamiento del audio a través de un programa informático normalmente realizado en el proceso de postproducción.

<sup>4</sup> Archivo de audio grabado de manera real o recreada que nos sirve para ambientar la palabra. Conocido en el mundo audiovisual como foley, es decir, efectos que buscan la recreación de sonidos que no fueron recogidos en el momento de la grabación.

<sup>5</sup> Sonidos reales grabados in situ en el que tiene lugar un hecho.

<sup>6</sup> Archivos de sonido tomados de otras emisiones anteriores como pueden ser noticias de otros medios de comunicación o partes de películas.

recreaciones sonoras<sup>7</sup>; los planos sonoros que presenta<sup>8</sup>; la música que utiliza, tanto fondos neutros como canciones registradas así como la utilización de ráfagas musicales<sup>9</sup> y el uso de silencios<sup>10</sup> y la utilización o no de cabecera<sup>11</sup> y el análisis de esta. Estos elementos sonoros son de gran importancia, como defienden Moreno Espinosa et al.:

Adquieren gran relevancia para enfatizar la información: el indicativo (compuesto por elementos hablados y musicales que permiten al oyente recordarle la emisora o programa que está sintonizando. Se suele emitir tras las señales horarias), la sintonía (efecto musical que permite identificar una emisora y un programa concreto), la careta (sintonía más elaborada, en ella se incluyen los créditos fijos: nombre del programa, el nombre del locutor, nombre de las secciones, temática, etc.), la cortina (fondo musical que se utiliza para la lectura, para subrayar el contenido de la información, llamar la atención sobre éste o intensificar el ritmo del discurso. También se denomina colchón musical), la ráfaga (irrupción breve de un sonido continuado que se utiliza para separar noticias o para separar la información de la publicidad), la cortinilla (ráfaga que se utiliza para separar secciones) o los golpes (efectos musicales que se emplean para imprimir fuerza y dramatismo a un texto). La música es el recurso sonoro por excelencia de la radio. (2020, pp. 244-245)

---

<sup>7</sup> Lecturas o ficciones sonoras sobre las que no ha sido posible encontrar el archivo sonoro y la interpreta uno o varios locutores y actores.

<sup>8</sup> El primer plano es aquello que escuchamos más nítido de un archivo sonoro, por debajo de este plano podemos encontrar otros sonidos que complementen como pueden ser los fondos musicales.

<sup>9</sup> Pausa musical en la que no encontramos otro tipo de documento sonoro más allá de los fondos o las canciones.

<sup>10</sup> Consideraremos un silencio a partir de 1 segundo en el que no se pueda identificar ningún tipo de sonido.

<sup>11</sup> Montaje inicial identificativo de cada serie que puede incluir una voz con el nombre de la serie y el título de cada episodio. Normalmente tiene una identidad propia y en ocasiones cuenta con recursos narrativos tales como fondos musicales, efectos de sonido o de audio y cortes de entrevistas.

En resumen, como defienden (García, Estebán y Nuñez, 2019) los recursos narrativos no son simples adornos, sino que tienen que aportar información. Incluso el silencio ha de tener un sentido en la historia.

Para aclarar ciertos términos de estas clasificaciones es necesario recalcar que no distinguiremos entre titularidad pública y privada, debido a que no lo consideramos pertinente puesto que únicamente tres de los contenidos analizados se encuentran en una plataforma cuyo acceso es de pago por obligatoriedad, como es *Audible*. Tampoco analizaremos el dinamismo ya que lo incluiremos dentro de la categoría de recursos narrativos con sus correspondientes subsecciones que más tarde expondremos en profundidad. Además, no evaluaremos la finalidad económica, sino que nos limitamos a presentar sus vías de financiación, si las tiene. Por último, el enfoque lo incluiremos dentro de la temática. De tal manera que las unidades de clasificación son las siguientes: fecha de publicación; temporalidad y número de episodios; plataforma de distribución; temática; autoría; estructura narrativa; recursos narrativos (narrador, cortes de entrevistas, documentos de archivo, recreaciones, fondos y canciones musicales, ráfagas, efectos de sonido, efectos de audio y silencios); publicidad y redes sociales. Aclarar que en el caso de variables como los efectos de sonido o los efectos de audio solo se analizarán aquellos que sean evidente y claramente identificables si los comparamos con el resto del discurso. Posibles procesamientos que no sean identificativos por parte del usuario de conocimiento medio no entrarán dentro del objeto de estudio. Dentro de cada unidad de clasificación distinguiremos entre diferentes valores y variables.

Además, durante el análisis de formatos presentaremos también aquellos que puedan suponer dudas para el oyente, por ejemplo, al estar clasificados dentro de categorías similares en las plataformas de distribución y argumentaremos por qué algunos de los podcast que

pueden parecer narrativos de no ficción no cumplen con las variables necesarias para entrar en el análisis.

En resumen, tal y como se observa en el Apéndice A, en esta investigación se ha realizado un estudio de 27 variables numéricas:

1. Número de episodios.
2. Duración total de cada uno de los episodios.
3. Promedio de duración de los episodios.
4. Tiempo total del podcast.
5. Número de narradores.
6. Número de veces que aparece el narrador.
7. Promedio de veces que aparece el narrador por episodio.
8. Promedio de veces por minuto que aparece el narrador.
9. Promedio del tiempo de intervención del narrador.
10. Número de entrevistas totales.
11. Número de veces que aparecen los cortes de voz o de entrevistas.
12. Promedio de apariciones de cortes de voz o entrevistas por episodio.
13. Promedio de veces por minuto que aparecen los cortes de voz.
14. Veces que aparecen documentos de archivo.
15. Promedio de veces que aparecen documentos de archivo por episodio.

16. Promedio del tiempo de aparición de documentos de archivo.
17. Número de veces que aparecen recreaciones.
18. Promedio de veces que aparecen recreaciones por capítulo.
19. Promedio de duración de recreaciones por capítulo.
20. Tiempo de duración de la cabecera o si esta se modifica por capítulos promedio.
21. Número de fondos por capítulo.
22. Promedio de fondos por capítulo.
23. Número de silencios por capítulo.
24. Promedio de silencios por capítulos.
25. Número de ráfagas por capítulo.
26. Promedio de ráfagas por capítulo.
27. Tiempo máximo de duración de las ráfagas.

Y además se analizaron otras nueve no numéricas:

1. Fecha de publicación.
2. Plataforma de publicación.
3. Inclusión de efectos de audio.
4. Inclusión de efectos de sonido.
5. Contenidos incluidos al inicio de cada episodio.

6. Contenidos incluidos al final de cada episodio.
7. Inclusión de publicidad.
8. Análisis de sus redes sociales.
9. Temática.

En total se han analizado 41 formatos diferentes, aunque algunos de ellos finalmente no entraron en la clasificación de variables por no cumplir con criterios básicos del formato.

Por otro lado, las entrevistas suponen una profundización en el análisis cualitativo. Hemos realizado 20 entrevistas cualitativas semi estructuradas en formato cuestionario a expertos en el tema, tal y como se muestra en el Apéndice B. Por un lado, hemos hablado con académicos que han escrito sobre el podcasting y las nuevas oportunidades del sonido como son Raúl Domingo de Blas CEO de *Know Media*; Elsa Moreno, periodista y Doctora en Comunicación Pública en la Universidad de Navarra; Luis Miguel Pedrero, Catedrático e Investigador Principal del grupo Innovación en Comunicación y Medios en la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija (Madrid); Toni Sellas, doctor en ciencias humanitarias sociales jurídicas e investigador y autor de la primera tesis sobre podcasting en España, titulada *Análisis del contexto, retos y oportunidades del podcasting en el marco de la comunicación sonora.*; Miguel Ángel Ortiz, investigador y doctor en Ciencias de la información o Ignacio Gallego, autor de la segunda tesis sobre el podcasting en España, titulada *Podcasting: distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española* y profesor de la Universidad Carlos III de Madrid, además de impulsor de festivales sobre podcasting como *Estación Podcast*.

Por otro lado hemos querido preguntar a los responsables de algunos de los podcast narrativos de no ficción que analizamos en la investigación. Por ello hablamos con Álvaro de Cózar, director, guionista y locutor de *V: Las Cloacas del Estado* y de *XREY*, además de

*Hierba, Los papeles y Misterio en la Moraleja* otros tres podcast narrativos de no ficción emitidos en 2022; Isabel Cádenas Cañón, exdirectora de El País audio pero además impulsora del podcast *De eso no se habla*, uno de los últimos narrativos de no ficción emitidos en el año 2020 que supuso una revolución al traer explícitamente elementos de *Radio Ambulante*, uno de los podcast narrativos de no ficción en castellano más extendidos, después de que Cádenas participara con el podcast estadounidense en dos ocasiones; José Ángel Esteban, actualmente director de audio de *Vocento* e impulsor del primer podcast narrativo de no ficción en España, *Le llamaban padre* y director y guionista de uno de los últimos que se hicieron en esta etapa *El Desafío: ETA* y Fran Izuzquiza quien además de ser autor y director del podcast narrativo *Buscando una luz* haber escrito el libro *El gran cuaderno del podcasting* es cofundador de la productora de podcast *Yes We Cast*, una de las pioneras en el mundo del podcasting en España. Izuzquiza es además el director del reconocido podcast *La escómbula de la Brújula*.

Además, hemos preguntado a directores de plataformas sonoras para tener una visión general del conglomerado empresarial del podcasting. Concretamente hemos hablado con Javier Hernández, creador de la plataforma *Solo en podcast de Radio Nacional* de España; Juan Baixeras, director de *Audible* en España; Javier Celaya, director de *Podimo* España; José Ignacio Solera, director general de *iVoox*; Toni Garrido, fundador y director de contenidos de *Sonora*, la nueva plataforma de audio en colaboración con el grupo *Atresmedia*; María Jesús Espinosa de los Monteros, directora de *PRISA Audio* y exdirectora de *Podium Podcast* y Mar Abad, fundadora de la productora *El Extraordinario*. Por último, hemos querido incluir a perfiles concretos como los de Gorka Zumeta, periodista experto en radio y nuevos formatos sonoros; José Antonio Gelado, creador del primer podcast que se hizo en España y Chuse Fernández, diseñador sonoro, experto en podcasting.

Para completar el análisis cualitativo se ha realizado una exhaustiva lectura y reflexión de una recopilación bibliográfica compuesta por autores de referencia en el tema.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

## 2.1 La Sociedad de la Información

El término de Sociedad de la Información nace en Japón, de la mano de los autores Yoneji Masuda, Michiko Igarashi y Konichi Kohyma, cuando en 1968 publican *Introduction to an Information Society*. Surge de la observación de una transformación social, distinguiéndose de las anteriores sociedades experimentando la posibilidad de acceso, prácticamente ilimitado, a la información que otros generan.

Tras esto, diversos autores (Druncker, 1969; Roszak, 1988, Bell, 2006) coinciden en que a mediados de los años 60 comienza una transición hacia un nuevo tipo de sociedad. Un cambio comparable con la Revolución Industrial en el que, ahora, el conocimiento es el factor de producción clave, convirtiendo una economía productora de bienes en una economía de servicios.

Como argumenta Masuda (1981), en 1972 en Japón una organización sin ánimo de lucro, The Japan Computer Usage Development Institute, presenta al gobierno *The Plan for the Information Society-A national goal toward the year 2000*, buscando implementar el país políticas que se adapten a un nuevo tipo de sociedad que conforma la Sociedad de la Información. La base del plan es construir una sociedad que produzca “un estado general floreciente de creatividad intelectual humana, en lugar de un consumo material rico” (p. 3).

Según Webster 1995, la Sociedad de la Información se puede definir de diferentes maneras, en concreto cinco: la definición tecnológica, la económica, la ocupacional, la espacial y la cultural, y ninguna de ellas es totalmente excluyente con las demás. Si algo comparten estas definiciones es la convicción de unos cambios cuantitativos en la información que nos están llevando a un nuevo sistema. Incluso podríamos encontrar una sexta definición que no se centra en la explosión cuantitativa de la información sino en que

esta se ha convertido en el centro de nuestro comportamiento. Para empezar, la definición tecnológica se basa en los cambios que han traído consigo las nuevas tecnologías desde los años 70 hasta la actualidad y en cómo esto ha transformado nuestras vidas. Por otro lado, el enfoque económico se basa en el crecimiento del valor económico de las actividades informativas. Coincidimos con Webster cuando defiende que “si se puede trazar un aumento en la proporción del producto nacional bruto que representa el negocio de la información, entonces lógicamente llega un punto en el que se puede declarar el logro de una economía de la información” (1995, p. 15). De esta manera, el aumento del beneficio de la actividad informativa nos introduce en una sociedad de la información desde el punto de vista económico. En el sentido ocupacional, coincidiendo con la visión de Bell (1976), se analiza el incremento de los puestos de trabajo relacionados con la información, debido a que el aumento de estos trabajos coincide con una disminución de trabajos manuales y nos sitúa en esta Sociedad de la Información. En el sentido espacial hablamos de interconexiones entre redes de información de todas las partes del mundo, que nos ha llevado a una reorganización del tiempo y del espacio. Unas redes de información que se han convertido en características destacadas de nuestra organización social. Por último, la definición cultural es la más sencilla de comprender ya que se centra en el aumento de la información que circula socialmente, a través de los ya masivos medios de comunicación, como las cadenas de radio y televisión, las publicaciones en papel sumadas a las numerosas publicaciones online, el cine, la música, la literatura, el humor, etc. El mundo cultural que nos rodea es un cúmulo de información que estamos procesando continuamente.

En resumen, coincidimos en defender que la información se ha convertido en la característica que más define a nuestra sociedad actual. Sin embargo, el propio Webster pone

en cuestión que el simple aumento cuantitativo sea un motivo de peso para considerar un cambio en el sistema social.

Tampoco Castells (2002) comulga con la definición de un nuevo paradigma social debido a que defiende que la información ha sido esencial en todas y cada una de las anteriores sociedades y, por lo tanto, el cambio proviene de “una revolución tecnológica, centrada sobre el procesamiento de información, la generación del conocimiento y las tecnologías de la información” (p. 7). De esa manera, habla el autor sobre un nuevo paradigma tecnológico que se manifiesta, entre otras formas, con la expresión tecnológica concreta de Internet. Internet visto, no únicamente como avance tecnológico, sino como factor cultural básico en la sociedad. Creado en 1969, revierte los sistemas de poder, de tal manera que alterna los movimientos de control de la comunicación, convirtiéndola en "horizontal, global, libre y no controlable” (Castells, 2002, p. 8).

Aún así, el autor se propone definir estos conceptos. Para comenzar exponemos la definición de lo que el autor prefiere nombrar Sociedad Informacional:

Una revolución tecnológica, centrada en torno a las tecnologías de la información, está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado. [...] Además, un nuevo sistema de comunicación, que cada vez habla más de un lenguaje digital universal, está integrando globalmente la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolas a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos. (1999, p.28)

Y tomamos también el concepto que el mismo autor hace de la sociedad del conocimiento:

Se trata de una sociedad en la que las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada en el procesamiento de información, en la generación del conocimiento y en las tecnologías de la información. (2002, p. 7)

Otra definición que se ha presentado en torno a nuestra sociedad es la de postindustrial. Bell (1976) argumenta que hemos dejado atrás la Sociedad Industrial de tal manera que ahora los servicios en general y los servicios informativos en particular se sitúan en el centro, el conocimiento es el bien de mayor valor. Un nuevo modelo social no tiene porqué eliminar por completo el anterior, la Sociedad Industrial seguirá presente solo que cada vez menos personas centrarán su desarrollo laboral en ella.

No debemos olvidar que parte de esta revolución radica en el protagonismo del consumidor, como bien han defendido autores como (Silva, Jiménez-Marín y Elías, 2012; Salgado 2003). Así, la Sociedad de la Información, también llamada Sociedad del Conocimiento, pone al individuo en el centro del sistema.

Este paradigma se extrapola a los medios de comunicación y por ende al medio radiofónico y comienza a reflejar la preocupación de las empresas radiofónicas por una comunicación más individualizada y especializada.

De esta manera, son signos de agotamiento del modelo tradicional de los medios de comunicación (Franquet, 2008; Pérez-Alaejos et al., 2018), principalmente por dos motivos esenciales, tal y como defiende Sonia Blanco (2006), en primer lugar, por el descontento con la información que publican los medios, y en segundo lugar, debido a una reacción de los propios profesionales del periodismo. El auge del podcasting a niveles sociales y comunicativos es encuentro entre una búsqueda de los medios tradicionales radiofónicos de

sumarse a la ola de internet y por otro, los formatos clásicos comienzan a experimentar señales de agotamiento, sobre todo tras la aparición de internet que regenera la sociedad en todos sus ámbitos.

### **2.1.1 Periodismo y literatura**

Como hemos podido observar a lo largo de la historia, el periodismo y la literatura se han complementado desde sus inicios. El periodismo anglosajón nos enseñó que dentro de todo texto periodístico había dos vertientes, los hechos noticiosos (*story*) y el juicio de valor (*comment*). El periodismo basó sus principios en eso y nos hicieron creer que la objetividad era la principal característica que debía tener todo texto. Sin embargo, estas máximas se han ido modificando a lo largo de la historia y diferentes géneros han ido surgiendo.

Los géneros periodísticos son introducidos en España por el catedrático José Luis Martínez Albertos, basándose en dos autores, la alemana Emil Dovifat y el estadounidense Carl Warret (Bolós, 2009). Martínez Albertos los define como:

Aquellas modalidades de creación lingüística, destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que producen tales acontecimientos (1978, p. 100)

Los géneros periodísticos varían dependiendo del soporte. Por ejemplo, la entrevista es utilizada en radio para aportar agilidad mientras que en prensa es todo lo contrario, busca profundidad en los temas (Moreno y Román-San Miguel, 2020, p. 244).

Las divisiones de géneros son extensas y en algunos casos chocan entre ellas. No hay consenso conforme a la división de formatos y temáticas en el periodismo, sin embargo, sí

podemos acercarnos al género que queremos analizar aquí, el narrativo de no ficción, desde diferentes vértices.

El nacimiento del conocido como Nuevo Periodismo se suele situar en los Estados Unidos, en los años 60 con la implosión de autores como Tom Wolfe, Truman Capote y Norman Mailer, aunque como veremos, es un tipo de formato que llevaba realizándose décadas atrás.

Cuando hablamos concretamente del término de Nuevo Periodismo nos referimos a romper con el periodismo tradicional que venía siendo informativo y lejano a cualquier implicación autoral para convertirse en subjetivo y creativo.

Este periodismo empieza a destacar en Estados Unidos debido a una serie de circunstancias sociales que implican moralmente a la población: la cultura Hippie, la brutalidad policial, la guerra de Vietnam, la revolución estudiantil o la cultura rock. Así, este periodismo busca crear un público mejor informado frente a los medios de comunicación. Para los nuevos periodistas que surgen, los medios de comunicación no cumplen su labor de información, por ello reivindican una nueva forma de mantener a la población al día de la actualidad (Johnson, 1971), centrándose no únicamente en la información, sino facilitándoles también análisis y reflexión. De esta manera el sello de este estilo es “la intención del escritor de ser personal, participante y creativo en relación con los sucesos sobre los cuales informan y comentan” (Johnson, 1971, p. 78).

Como defiende Tom Wolfe, autor destacado de este género:

Al comenzar los años sesenta un nuevo y curioso concepto, lo bastante vivo como para inflamar los egos, empezó a invadir los diminutos confines de la esfera profesional del reportaje. Este descubrimiento modesto al principio, humilde, de

hechos respetuoso, podríamos decir, consistiría en hacer posible un periodismo que [...] se leyera igual que una novela. Iba a destronar a la novela como mínimo exponente literario. (Wolfe y Guarner, 1976, p. 18)

El periodismo abandona lo que ellos consideran como la farsa de la veracidad para implicarse en las historias y explicarlas desde su perspectiva. A estos periodistas se los conoce como *muckrakers*, según la traducción a castellano persona que hurga en escándalos ajenos. Nacen entonces medios que exploran esta línea, como por ejemplo Playboy, que más allá de sus desnudos presenta reportajes periodísticos de investigación. Pero además muchos autores comienzan a publicar libros de investigaciones periodísticas que destacan el propio proceso de investigación. Un ejemplo que ha llegado hasta nuestros días es *A sangre fría* de Truman Capote, en la que el periodista investiga un brutal asesinato múltiple. Otro menos conocido, pero también máximo exponente del género es *The Kandy kololed tangerine* de Wolfe.

Hablamos de “la resolución elegante de un reportaje” a la vez que de una “crónica en primer plano” (Wolfe y Guarner, p. 1976)

Según Johnson (1971) esta corriente tiene tres vías principales:

1. La prensa *underground* y las publicaciones estrechamente vinculadas a ella [...]
2. Libros y ensayos escritos en estilo periodístico por periodistas o acaso gente de fuera [...]

3. Los cambios en los medios de comunicación oficiales que involucran nuevas y marcadamente distintas maneras de relatar y comentar los sucesos que interesan” (p. 20 como se citó en Luengas, 2012, p. 9).

Sus principales características son las siguientes: el narrador forma parte de la historia y por lo tanto debe situarse en el lugar de los hechos para poder captar el ambiente y transmitirlo posteriormente. De esa manera, intenta ofrecer la visión más completa de los hechos, relatando no solo situaciones sino también emociones. La cotidianidad es básica en este tipo de textos, la historia debe explicarse desde los hechos cotidianos de sus protagonistas, lo que hace que te puedas identificar con ellos. De esa manera, particularidades como “estilos de mobiliario, de vestir, miradas, o estilos de andar” se incluyen en el relato. La profundidad de la información debe ser mayor de la que se ha realizado jamás y a la hora de escribir el relato el autor no se preocupará de acortar demasiado el diálogo y admitirá el monólogo interior (Wolfe y Guarnier, 1975). Además, hay quienes (Bernal y Chillón, 1985) defienden que no puede hablarse de este tipo de periodismo sin tener en cuenta el medio en el que se publica, puesto que este también debe compartir una serie de valores con el texto.

Son textos que, a pesar de que su máxima es la información, también tienen cierta función estética y poética, una muestra híbrida de géneros periodísticos que rompen con las estructuras tradicionales como pueden ser la pirámide invertida y sitúan la información en un ambiente que cobra vida propia (Bernal y Chillón, 1985). Este estilo romperá barreras debido a que llega a la narrativa, como la novela y el ensayo, pero surgiendo a través del periodismo.

La etiqueta de “Nuevo Periodismo” no tiene un creador claro. Parecer ser que fue el redactor jefe de *Nugget*, Seymour Krim, quién lo oyó por primera vez cuando el músico Peter Hamill le llamó para pedirle un artículo de este tipo, ejemplificando su petición con el

periodismo que hacían Jimmy Breslin y Gay Tálese. Sin embargo, dentro del propio género había reacios a esta denominación. Truman Capote prefería nombrarlo como “novela de no ficción” ya que consideraba que era muy lejano al periodismo, Wolfe admite también llamarlo “novela periodística o novela documento” (Wolfe, Guarner, 1975). Bernal y Chillón (1985) lo denominan “periodismo informativo de creación”, Ferdinand Terrou hablaba ya en 1958 del “periodismo de explicación” mientras que Bolós 2009 recalca que:

Al referirnos a esta información en profundidad, pueden establecerse como punto de partida cinco modelos recientes de entender la información de actualidad: el nuevo periodismo (new journalism), el de investigación (investigative reporting), el de servicio (service journalism) y el de precisión (precisión journalism) (Diezhandin, 1994). Sin embargo, estas divisiones solo tienen sentido si queda bien claro que cualquiera de las posibilidades que ofrecen es un modo diferente de hacer lo mismo: periodismo interpretativo. (Bolós, 2009, pp. 188-189)

Es el momento de admitir que ningún mensaje informativo puede ser objetivo ya que siempre va a depender de las circunstancias intrínsecas del emisor (Bernal y Chillón, 1985) y es necesario diferenciar entre la búsqueda de la verdad del rechazo total emocional e ideológico del autor, lo que parece imposible. No hablamos de un reflejo de la realidad, sino de una representación de esta (Puerta, 2011). Tiene una problemática y es la confianza que el lector pone en el autor del texto y las posibilidades que este tiene de corromper el relato con opiniones sesgadas (Bolós, 2009).

A España llega con los libros que publica la editorial Anagrama, que comienza en 1969, y poco a poco comienza a implantarse en nuestro país la necesidad de otro tipo de

periodismo, sobre todo en los años 80 que, tras 40 años de dictadura y con la llegada de la democracia la población busca información y análisis (Reig, 2000).

Pero el mismo Wolfe admite que el nuevo periodismo no es realmente nuevo. (Wolfe y Guarner, 1975). Podemos destacar que, una década antes, tras el final de la Segunda Guerra Mundial, ciertos medios de comunicación comienzan ya a preocuparse por cambiar el tipo de información y es cuando destaca el género del reportaje en profundidad y que, incluso en el periodo de entreguerras, nace en 1923 la revista *Time* que incluye un propósito muy parecido al del Nuevo Periodismo (Bolós, 2009). Además, las características de este periodismo las encontramos en textos como *Diario del año de la peste* de Daniel Defoe, *Juan Belmonte, matador de toros, su vida y sus hazañas*, de Manuel Chaves Nogales, *El Presidio político en Cuba* de José Martí o *Relato de un naufrago* de Gabriel García Márquez. De tal manera que si queremos encontrar su origen, podemos comprender que su presencia tiene siglos de historia.

Los ejemplos de un periodismo que coincide en estilo con el Nuevo periodismo estadounidense y que no solo se da fuera de Estados Unidos, sino también siglos atrás son extensos. Hablamos de un periodismo que toma estilos de la literatura. Cuenta escena tras escena, maneja los tiempos del relato para crear atmósferas, las temáticas no tienen por qué ser historias espectaculares, sino que puede crear historia desde los hechos más insignificantes y las particularidades de quien escribe se dejan ver (Puerta, 2011).

El mejor representante de este género lo encontramos en América Latina, claro está que en esta región este formato engloba también al reportaje (Ruiz y Salgado, 2022).

Al igual que en Estados Unidos comienza a destacar en épocas convulsas, en concreto en el momento de dictaduras latinoamericanas, en la década de los 70 (Contreras Zuloaga et

al., 2021). Siendo exquisitos, si queremos remontarnos en el tiempo, podemos encontrar crónicas en la Biblia e incluso podría decirse que ya se encontraba en la civilización de Mesopotamia, pero en una época algo más contemporánea destacan también los Cronistas de las Indias (Puerta, 2011).

En España ya venía dándose también esa figura del nuevo periodista, con autores como Manuel Chaves Nogales, construyendo escena por escena, con detalles considerados banales por otros pero que definen la circunstancia de la historia, describiendo, de esa manera, hasta el mínimo detalle del lugar, construyendo la narración en tercera persona y siendo cercano a los principales protagonistas de la historia. El nuevo periodista no está tan interesado en la información, sino que aprecia más lo que la rodea. Al igual que ocurrirá posteriormente con el Nuevo Periodismo, Chaves Nogales se presenta como defensor de causas que el considera injustas como puede ser la apología nazi, los abusos en la Revolución Rusa o el ataque a la democracia, una posición que le costó más de un exilio (Álvarez, 2013).

De tal manera, podemos defender que autores como Chaves Nogales ya utilizaban técnicas de este Nuevo Periodismo 50 años antes de que en teoría naciera, definiendo una literatura periodística que luego se ha desarrollado en otros muchos autores. Contemporáneo a él, el mismo Pio Baroja diferenciaba entre el “periodista de mesa” y el “periodista de patas” (Álvarez, 2013, p. 3), señalando a este último como aquel que va en busca de la noticia y se empapa de ella.

Como hemos podido observar, este tipo de textos se definen de diferentes maneras. Muchos autores hablan de textos narrativos de no ficción (Rodríguez y Aiguabella, 2012; Puerta, 2011; Palau-Sempio, Cuartero-Naranjo, 2018). Aunque no existe un consenso, sí

encontramos unas variables comunes en todos ellos. Sintetizándolas según García Galindo y Naranjo serían que:

Señalan que es un hecho noticioso, actual. La segunda característica, y la que más se repite, es el “carácter valorativo”, “la interpretación personal”, “desde su punto de vista”, “el comentario personal” o “el enjuiciamiento” subjetivo [...] la presencia del periodista en el lugar de los hechos, que refuerza la cualidad presencial de la crónica. El periodista nos va a contar lo que vio porque estaba presente en los hechos. (2016, p. 6)

Es un género poco caduco que conlleva bien el paso del tiempo y que está desligado de la actualidad más inmediata. Puerta (2011) lo define como una forma literaria que ha servido para mantener miles de historias vivas.

Este género contiene muchas de las características del definido como periodismo de investigación. Debemos primero señalar que la información se divide en generalista y especializada. La generalista suele ser continua, apenas deja tiempo para la reflexión o la creatividad, aunque en algunos momentos encontramos algunos reportajes que muestran cierta creatividad y reposo (Cebrián Herreros, 2007). Aquella información que estamos tratando de analizar en este trabajo de investigación es especializada. En concreto, en la mayoría de los casos, es lo que conocemos como periodismo de investigación (PDI).

Al igual que la clasificación general de medios, el PDI suele ser un género con discrepancias entre los autores. Por ejemplo, Caminos Marcet (1997) distingue entre el periodismo de investigación y las filtraciones. Defiende el autor que

El verdadero periodismo de investigación es aquel en el que el periodista, a través de intuición, su trabajo, su esfuerzo y sus propias fuentes, descubre algo que el público

no conoce y que las personas afectadas desean mantener en el más estricto secreto. (p. 4)

Apuntando la diferencia que existe entre uno y otro y denunciando el enmascaramiento de las filtraciones bajo falsas investigaciones.

Por otro lado, Alfredo Torre argumenta que “el principio básico del periodismo de investigación (PDI) consiste en transparentar sistemas a partir de la demostración documental y/o testimonial de que alguien oculta algo y que ese algo afecta negativamente al escenario público” (2008, p. 22). No es suficiente con la demostración de un hecho, sino que es necesario buscar otras realidades que lo rodean. Como defiende el autor:

El PDI debería mostrar los sistemas como si fueran cajas de cristal, en las que se establezca la absoluta transparencia de su funcionamiento y las razones que lo determinan, las acciones de los actores intervinientes y sus roles. De no ser así, se verá obligado a señalar su oscuridad u opacidad. (2008, p. 23)

Y José Manuel de Pablos Coello lo resume con las 5P: “las cinco fases P son estas, a saber: 1ª fase P, la Pista; 2ª fase P, la Pesquisa; 3ª fase P, la Publicación; 4ª fase P, la Presión; 5ª fase P, la Prisión (1998, pp. 67-87)

Analizando la bibliografía más relevante sobre el tema hemos sido conscientes de que en la mayoría de las ocasiones separar el trabajo periodístico del periodismo de investigación es muy complicado, ya que la razón intrínseca del periodismo desde su inicio es precisamente la investigación de unos hechos. De tal manera que existen autores (De Burgh, 2008; Torre, 2008; García Márquez, 1996) que defienden que todo el periodismo debe ser periodismo de investigación:

Lo primero que se enseña en todo curso de periodismo básico es responder al qué, quién, cómo, cuándo y dónde. Y eso mismo es investigar. Intentar conocer algo sobre lo que no se tiene, precisamente, conocimiento. En general se asocia lo que habitualmente se rotula como “investigación periodística” (IP), aquello que, se supone, posee un mayor nivel de profundidad, contextualización y análisis. Esto es, ni más ni menos, que “periodismo bien hecho” y punto (Torre, 2008, p. 24)

De manera similar (Warren, 1975) ya definía los elementos básicos que deben estar en todas las noticias, “Actualidad, proximidad, prominencia, curiosidad, conflicto, suspense, emoción y consecuencias” (Bolós, 2009, p. 91).

Se trata entonces de “un periodismo profundo, que exige tiempo y dedicación, búsqueda constante. Un camino diferente al de la información. La información bien hecha, bien trabajada, no tiene las exigencias ni la amplitud de horizontes del periodismo de investigación” (Caminos Marcet, 1977, p. 17).

Teniendo en cuenta estas variables el periodismo de investigación descansaría sobre varios principios definidos de una manera diferente según el autor “que exista algo ocultado por alguien, por alguna razón; que ese algo ocultado resulte de interés para un número importante de personas; que el trabajo de indagación sea una producción original del periodista” (Torre, 2008, p. 24)

Reig (2000) argumenta también tres elementos básicos que deberían caracterizar a todo trabajo periodístico de investigación

A) que la iniciativa para del periodista, que utiliza sus conocimientos sobre distintas materias, el contacto con sus fuentes, su observación o el llamado “olfato periodístico” fuera de una experiencia concreta.

B) que el trabajo aporte algo novedoso y de interés más o menos amplio.

C) que el trabajo sea prolongado o relativamente prolongado en el tiempo, con las dificultades que esta característica encierra (p. 37)

Con la intención de delimitar el marco de lo que debe entenderse por PI, propone Borrat que se tengan en cuenta estas cinco características:

Se ejercita sobre un campo específico, el de lo que otros actores sociales quieren mantener oculto y no sobre el espacio sin límite abierto a la investigación sociológica o histórica; Lo oculto que se investiga para ser revelado se busca siempre en campo ajeno al de los intereses y objetivos del periódico; La revelación de los resultados de una investigación periodística se configura y se decide como comportamiento no rutinario del periódico, en función de una estrategia específica con previsión de efectos que refuercen sus objetivos: es denuncia de aquello que el investigado quería mantener oculto y por tanto castigo infligido por el periódico al actor investigado; La revelación de los resultados de una investigación periodística puede ser total o parcial; La revelación de los resultados sobre un caso concreto no excluye que el mismo periódico decida en otros casos la ocultación total. La no-publicación de los resultados de investigaciones no realizadas, el desistimiento de investigaciones abiertas, la renuncia a iniciar investigaciones programadas o propuestas (1989, p. 81).

De tal manera que, al igual que ocurre en el Nuevo Periodismo, las fuentes deben estar contextualizadas en la sociedad, en el tiempo y en el espacio, los protagonistas deben mostrar su carácter y la propia información recabada por el periodista debe recopilar estadísticas para completar el texto, así como plantear el futuro de la información y cómo evolucionará en el tiempo la historia (Reig, 2000).

Añadir sobre esto que el hecho oculto suele estar asociado a cuestiones irregulares o ilegales, o en el plano alegal, es decir, cuando nos encontramos con la ausencia de normativas. Además, coincide normalmente con la existencia de un público interesado en el ocultamiento, por diferentes motivos como pueden ser legales, sociales, etc. Por último, para ser llamado periodismo de investigación, los hechos investigados deben estar promovidos siempre por el propio periodista.

El catedrático Martínez Albertos sintetiza el periodismo del que hablamos de la siguiente manera:

El llamado periodismo o reportaje en profundidad se diversifica en tres modalidades diferentes: el periodismo interpretativo, el periodismo investigativo y el periodismo de precisión o periodismo científico. Todos tienen en común el que fueron lanzados a la palestra conjuntamente por un revulsivo cultural típicamente norteamericano llamado Nuevo periodismo. Y también tienen en común que esta modalidad supone cierta modificación en el comportamiento del periodista empeñado en desentrañar aspectos de la actualidad informática cuyo contenido no está muy claro: el periodista, es este caso, desconfía de las fuentes ordinarias y procede a investigar por su cuenta (1992, pp. 320-321).

En resumen, una mezcla de estos diferentes estilos, que en buena parte también son el mismo, conforman lo que nosotros nombramos aquí, pero no por primera vez (Puerta, 2016; García Galindo y Cuartero Naranjo, 2016; Martín Mateos, 2017) como periodismo narrativo de no ficción. Un periodismo que busca las fuentes y las rodea de sus circunstancias y espacios, que interpreta, que narra y no solo informa. Es un tipo de periodismo que no tiene temáticas, puesto que todas ellas pueden verse expuestas a él. Es una forma de luchar contra

la fugacidad, ya que la representación de un momento histórico hace que el tema no caduque (Puerta, 2011). Aclarar, que un texto de este tipo debe contener “antecedentes, interpretación y análisis”, dejando claro que la interpretación y la opinión en este caso se distinguen en que la primera se basa en un nivel de conocimiento profundo del asunto (Bolós, 2009).

Tomando los géneros periodísticos básicos debemos tener en cuenta que el reportaje es el género que reúne mejor la característica de los antecedentes, la crónica es el género interpretativo por excelencia, y el documental y el ensayo aúnan el elemento del análisis. Es por ello que no podemos seleccionar este género dentro de los géneros periodísticos que ya conocemos.

Tal y como defiende Randall (1992) nos podemos encontrar dos tipos de testimonio. El testimonio en sí, que se refiere a una pieza de valor testimonial y el testimonio para sí, que se podría definir como género concreto.

Se basa en el uso de fuentes directas, la entrega de una historia a través de las particularidades de una voz o las voces del pueblo protagonista de un hecho, el uso de material secundario -como puede ser material gráfico u otras entrevistas de apoyo- y una alta calidad estética. (p. 35)

Esto conlleva la aportación de la subjetividad propia del creador, a la hora de seleccionar, ordenar y vestir cada uno de los testimonios (Contreras Zuloaga et al., 2021).

Para este tipo de contenidos Scolari (2013) propone siete principios básicos diferenciadores:

Expansión Vs Profundidad, la posibilidad de difundir la narrativa por medio de prácticas virales, y de penetrar dentro de las audiencias hasta encontrar un núcleo fiel

de seguidores; Continuidad Vs Multiplicidad, los mundos narrativos tienen continuidad en los diferentes medios que se expresan, y creación de experiencias narrativas alrededor del mundo original; Inmersión Vs Extrabilidad, experiencias inmersivas que a la vez se reproducen y comercializan en el mundo real; Construcción de un mundo con sus propias lógicas de funcionamiento alrededor de la narración; Serialidad, no linealidad; presencia de Subjetividades múltiples que se cruzan en el relato; y, que la Realización de los consumidores se vuelven fundamentales. (2013, pp. 34- 36)

Y Puerta (2011) lo define como:

Subjetivo y omnívoro, porque toma elementos de las distintas disciplinas de las ciencias sociales y las distintas disciplinas de las ciencias sociales toman elementos de él. La noticia deja de ser objetiva, la objetividad como la verdad son conceptos relativos, lo que busca este tipo de periodismo es ser preciso, consultar el mayor número de fuentes posibles para acercarse al hecho, hacer una investigación responsable, contrastar distintos tipos de fuentes y, por supuesto, que el periodista interprete los datos, que no sea un agente pasivo, un simple transmisor de información. (p. 50)

## **2.2 Contexto tecnológico**

El podcasting nace en una sociedad interconectada y centrada en la tecnología. Sin la explosión tecnológica que comenzó años antes de su nacimiento no habría surgido una red tan robusta como la que lo sostiene. La forma en la que nos relacionamos ahora con el audio es completamente diferente a hace 30 años, cuando las ondas hercianas eran el sistema básico

que utilizamos como vía de comunicación masiva oral. Por ello es necesario contextualizar el sistema tecnológico en el que se desarrolla el podcasting y los pasos previos a este.

Comenzamos profundizando en conceptos base con la definición que Manuel Castells hace de Internet:

Red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos [...] Esta tecnología es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social. (2000, p. 1)

El autor considera que consiste en una combinación de elementos que confluyen y se retroalimentan entre ellos. En concreto hablamos de cuatro culturas, “la cultura universitaria de investigación, la cultura hacker de la pasión de crear, la cultura contracultura de inventar nuevas formas sociales, y la cultura empresarial de hacer dinero a través de la innovación” (2002, p. 10).

Estas cuatro culturas se pueden identificar como algunas de las características básicas con las que nace el podcasting, la cultura de utilizar el podcast como herramienta educativa, la de aquellos no profesionales del medio que quieren compartir su conocimiento a través de formatos propios, la cultura de los medios de comunicación de buscar alternativa a los formatos tradicionales y en todos ellos, sobre todo en los últimos, sumando además el *branded* podcast, o podcast patrocinado, esa cultura monetaria.

### ***2.2.1 Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)***

Encontramos diferentes definiciones para las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Nos detendremos en las que han obtenido mayores aceptaciones entre la comunidad académica. Por un lado, según la definición de Ricardo Fernández Muñoz:

Las TIC se definen colectivamente como innovaciones en microelectrónica, computación (hardware y software), telecomunicaciones y optoelectrónica -microprocesadores, semiconductores, fibra óptica- que permiten el procesamiento y acumulación de enormes cantidades de información, además de una rápida distribución de la información a través de redes de comunicación. La vinculación de estos dispositivos electrónicos, permitiendo que se comuniquen entre sí, crea sistemas de información en red basados en un protocolo en común. Esto va cambiando radicalmente el acceso a la información y la estructura de la comunicación, extendiendo el alcance de la red a casi todo el mundo [...]

Herramientas que las personas usan para compartir, distribuir y reunir información, y comunicarse entre sí, o en grupos, por medio de las computadoras o las redes de computadoras interconectadas. Se trata de medios que utilizan tanto las telecomunicaciones como las tecnologías de la computación para transmitir información [...]

Es esencial tener en cuenta los nuevos usos que se dan a las viejas tecnologías. Por ejemplo, el mejoramiento o el reemplazo de la transmisión televisiva puede incorporar la interactividad a lo que de otra manera sería un medio de una sola vía de comunicación. Como resultado, este medio tradicional puede tener características de una nueva TIC. (2005 como se cita en Cobo, 2009, p. 305)

En otro lugar, debemos destacar esta definición de Cabero Almenara et al.:

Nos referimos a ellas como una serie de nuevos medios que van desde los hipertextos, los multimedia, Internet, la realidad virtual, o la televisión por satélite. Una característica común que las define es que estas nuevas tecnologías giran de manera

interactiva en torno a las telecomunicaciones, la informática y los audiovisuales y su combinación, como son los multimedia [..] En la actualidad, cuando hablamos de nuevas tecnologías, lo primero que se nos viene a la mente son las redes informáticas, que permiten que al interactuar los ordenadores unos con otros amplíen la potencia y funcionalidad que tienen de forma individual, permitiendo no sólo procesar información almacenada en soportes físicos, sino también acceder a recursos y servicios prestados por ordenadores situados en lugares remotos [..] Las nuevas tecnologías vendrían a diferenciarse de las tradicionales en las posibilidades de creación de nuevos entornos comunicativos y expresivos que facilitan a los receptores la posibilidad de desarrollar nuevas experiencias de formatos, expresivas y educativas (2007, como se cita en Cobo, 2009, pp. 305-306).

Ofrecemos también la definición que realiza el propio Juan Cristóbal Cobo:

Dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes. Estas aplicaciones, que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal (persona a persona) como la multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos). Estas herramientas desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento. La acelerada innovación e hibridación de estos dispositivos ha incidido en diversos escenarios. Entre ellos destacan: las relaciones sociales, las estructuras organizacionales, los métodos de enseñanza- aprendizaje, las formas de expresión cultural, los modelos negocios, las políticas públicas nacionales e internacionales, la producción científica (I+D), entre otros. En el contexto de las sociedades del conocimiento, estos medios

pueden contribuir al desarrollo educativo, laboral, político, económico, al bienestar social, entre otros ámbitos de la vida diaria. (2009, p. 312)

Por último, según la definición de González, Gisbert y Guillén, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se pueden definir como:

El nuevo conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información. Su característica más visible es su radical carácter innovador y su influencia más notable se establece en el cambio tecnológico y cultural, en el sentido de que están dando lugar a nuevos procesos culturales. Todas ellas son nuevas herramientas y nuevos modos de expresión, que suponen nuevas formas de acceso y nuevos modelos de participación y recreación cultural y, por lo mismo, las Nuevas Tecnologías establecen un nuevo concepto de alfabetización. Las características comunes a todas ellas son: inmaterialidad, interactividad, instantaneidad e innovación. (1996, como se cita en Frigola, Grané, y Bartolomé, 2007, p. 3).

Continuamos tratando los medios que hacen posible este tipo de sociedad, como son las Tecnologías de la Información, donde prima la definición de González, Gisbert, y Guillen, que coincide con la expuesta por Salgado (2010) recalcando que el valor está en su aplicación y no en la tecnología en sí misma. Según estos autores, se pueden definir como:

El nuevo conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información. Su característica más visible es su radical carácter innovador y su influencia más notable se establece en el cambio tecnológico y cultural, en el sentido de que están dando lugar a nuevos procesos culturales. Todas ellas son nuevas herramientas y nuevos modos de expresión, que suponen nuevas formas de acceso y nuevos modelos de participación y recreación cultural y, por lo mismo, las Nuevas

Tecnologías establecen un nuevo concepto de alfabetización. Las características comunes a todas ellas son: inmaterialidad, interactividad, instantaneidad e innovación. (González, Gisbert, y Guillen, 1996, p. 27)

En esta nueva realidad, destaca el concepto que Bauman (2001) define como los “ambientes líquidos”, a través de los cuales los contenidos no son estáticos y requerimos una continua innovación. Debido a ello, las TIC, como argumenta Salgado, “son las mejores herramientas con las que cuenta la empresa para adaptarse al vertiginoso ritmo al que se suceden en la actualidad” (2010, p. 84).

Sin embargo, ¿de qué herramientas hablamos cuando nos referimos a las TIC? Algunos de los ejemplos los recopila Juan Cristóbal Cobo:

Computadores; Herramientas de comunicación; Los medios propios de las telecomunicaciones; Diferentes dispositivos que varían desde un simple aparato telefónico hasta los servicios de comunicación vía satélite; Sistema de radio móvil celular. Sistemas de transmisión local. Informática; Teleinformática; Redes de computación; Serie de nuevos medios que van desde los hipertextos, Internet, la realidad virtual, o la televisión por satélite; Procesos microelectrónicos computarizados, lo que se denomina informática y también hablamos de la telemática; Redes integradas de telecomunicación, mediante satélites, la digitalización, la Telecomunicaciones; Sistema integrado; fibra óptica; Instrumentos de comunicación electrónica existentes como son la radio, la televisión, el teléfono. (2009, pp.306-307)

La forma en la que las TIC han llegado a nuestra sociedad ha llevado a la implementación de profundos cambios no solo sociales, sino también culturales y económicos. De ahí que hablemos de esa Sociedad de la Información o del Conocimiento.

Actualmente el acceso a estas tecnologías es esencial no solo a niveles de comunicación sino a niveles económicos, científicos, de entretenimiento, educativos, etc. Lo demuestra el hecho de que el Banco Mundial considera el acceso a las TIC como uno de los pilares para medir el avance de cada uno de los países. Sin embargo, no podemos concluir que son el único elemento que hace posible la Sociedad del Conocimiento. Como defiende Peter Drucker (1969), debemos tener en cuenta además a todos aquellos trabajadores del conocimiento, que son los que basan su relación laboral en la movilización de la información. Ese conocimiento de las TIC se produce a diferentes niveles, es lo que Juan Cristóbal Cobo denomina “tipo de alfabetismo que consolida estas competencias digitales”. El primero de ellos denominado “e-Conciencia” y se basa en la comprensión del tipo de sociedad en la que nos encontramos. Hablamos además del “alfabetismo tecnológico”, que se basa en el conocimiento de los medios electrónicos. En tercer lugar, destaca el “alfabetismo Informacional”, que consiste en la habilidad de comprender e interpretar la información. Continuamos con el “alfabetismo digital”, que se basa en la capacidad de generar nueva información. Por último, se encuentra el “alfabetismo mediático”, relacionado con la migración de los medios tradicionales a soportes electrónicos (pp. 314-315). Incluyendo aquí el hecho de que:

Algunas de las habilidades y conocimientos afines están sustentadas en el entendimiento de cómo funcionan los medios, cómo están organizados, cómo evolucionan hacia nuevos formatos, plataformas y modos de interacción. Todo lo anterior inserto en el fenómeno de transformación digital. Finalmente, incluye el saber cómo los medios producen y generan significado, así como sus implicancias sociales, legales, políticas y económicas. (Cobo, 2009, pp. 315-316)

### **2.2.2 La Web 2.0, la Web semántica y la Web 3.0**

La web 2.0 es una nueva forma de comunicación a través de la cual la aplicación de la web deja de ser funcional para comenzar a ser social. Se magnifica el uso de la web entre el usuario de a pie. Ahora su explotación es sencilla y coral.

La web 2.0 comienza a sustituir a la web 1.0 en el año 2004, precisamente el año de creación del podcasting. Nos encontramos, ante nuevas características, resumidas por Cebrián Herrero como las siguientes:

Si en la Internet anterior los procesos comunicativos iban de uno a uno o a muchos, en la nueva todo se abre para que sean directamente los usuarios quienes desarrollen sus propios procesos comunicativos [...] Una red social, o de relaciones interactivas, abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos: escritos, de audio, de vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad y que enriquecen los modelos de comunicación interactiva. Es la presencia de unas comunidades de usuarios con todo su potencial informativo y creativo, con sus virtudes y riesgos, como sucede en la vida comunicativa cotidiana de la sociedad civil. (2008, p. 346)

Es un avance, en su mayor parte, centrado en el funcionalismo social de Internet, no tanto en el tecnológico. Sin embargo, este desarrollo se basa en unos avances tecnológicos primordiales como son el aumento de la capacidad de almacenamiento y de los anchos de banda, de manera que los archivos consiguen mejorar su fluidez.

Comienza a erigirse el valor comunicativo de la web, de manera que empiezan a cambiar los dueños de esos procesos comunicativos, que pasan de ser las grandes empresas o medios de comunicación a los propios usuarios. Una transformación que tiene a la sociedad como impulsora, en la que los usuarios pasan a ser protagonistas e impulsores de los propios contenidos. Empiezan a darse una combinación de formas de comunicación, es decir, deja de estar dirigida únicamente hacia un sentido para comenzar a ser multidireccional. La sociedad comienza a intervenir en el poder de la comunicación.

Pero además, debemos resaltar otras características que sirven de base para nuestro objeto de estudio, como argumenta Cebrián Herreros:

Hay que resaltar la aportación del protocolo de Internet para voz o IPVoz. Gracias a esta aportación la voz natural de los usuarios puede ser descodificada y comprendida directamente por la técnica sin necesidad de tener que hacerlo mediante la expresión escrita. Es la entrada de la voz como elemento propio de comunicación dentro de Internet. [...]

Otro componente transversal es la incorporación de la RSS (*Really Simple Syndication*) o sindicación para el envío-recepción recíproco de contenidos a los que puede suscribirse cualquiera mediante un programa agregador de canales. Los servicios RSS relacionan a los emisores con sus seguidores para mantenerlos permanentemente vinculados tras la sindicación previa que debe efectuar el usuario con la fuente emisora que le aporta la información. [...]

También las redes P2P<sup>12</sup> (*Pear to pear*), o de intercambio entre iguales de archivos de audio como en la radio musical y en la música interactiva o de vídeo

---

<sup>12</sup> Red de ordenadores que funciona con un intercambio constante de información entre cada uno de los nodos que forman parte del sistema en cuestión. (Lavastida-López, Almeida-Cruz, 2009, p. 334)

como en los documentos audiovisuales, adquieren una transversalidad. (2008, pp. 349-353)

Con todo ello se modifican los valores de rentabilidad de las empresas online. Se alternan las fórmulas de poder, incluido económico, sobre todo debido al hecho de que es ahora el usuario el que decide y toma la iniciativa de aquello que quiere consumir. También debemos resaltar que se produce un desajuste en los tiempos, ya no son necesarias las conexiones simultáneas, sino que se aboga por la asincronía. Se produce, como hemos defendido anteriormente, un cambio comunicativo a un modelo horizontal, donde consumidores y receptores diluyen sus barreras. En palabras de Pablo Castells: “las tecnologías de la web semántica buscan desarrollar una web más cohesionada, donde sea aún más fácil localizar, compartir e integrar información y servicios, para sacar un partido todavía mayor de los recursos disponibles en la web” (2003, p. 197).

Con respecto al nuevo modelo empresarial, Castells presenta unas características básicas de este: "permite la escalabilidad, la interactividad, la flexibilidad, la gestión de la marca y la producción personalizada a medida del consumidor" (2001, pp. 8-9).

Sin embargo, defiende el autor que existen reticencias a esa cultura participativa y que de hecho ya se está viendo reacción contra ella. Esto ha promovido una defensa por la alfabetización mediática, por la propiedad intelectual o la neutralidad en la red.

Así como entre medios, también se produce una difusión entre usuarios, se produce lo que Toffle (1980) llama *prosumers*, unión de las palabras en inglés *producers* y *consumers*, consumidores que se convierten también en productores. También ahora los formatos son híbridos y combinan soportes, aunque sobre una base común como argumenta Ortiz Sobrino

que es “Internet, la telefonía móvil y las redes digitales de distribución de contenidos e información” (2017, p. 2).

Es por ello que Internet debe verse como un aliado del formato radiofónico. Algunos autores (Gallego, 2006) defienden que internet supone una gran revolución en el campo de los medios de comunicación, mientras que otros (García-Marín 2018) argumentan que la concepción tradicional que conocemos ha quedado desfasada, defendiendo que no hablamos de un cambio del sistema sino de la construcción de un nuevo sistema.

En resumen, mientras que la Web 1.0 se basa en la búsqueda de dominios, la necesidad de información, la fidelización de usuarios y la unidireccionalidad, la Web 2.0 se caracteriza por los buscadores, la intención de participación a través de la multidireccionalidad y la sindicación de contenidos. Estas diferencias se observan de una manera más completa en la Tabla 1.

**Tabla 1. Comparativa entre la web 1.0 y la web 2.0**

<b>Web 1.0/ Medios tradicionales</b>	<b>Web 2.0</b>
Páginas personales	Bitácoras
Especulación con nombres de dominio	Optimización en buscadores
Páginas vistas	Coste por clic
Informar	Participar/compartir

Sistemas de gestión de contenidos

Wikis

Directorio (taxonomía)

Etiquetas (folcsonomía)

Fidelización

Sindicación

Publicidad con banners y pop-ups

Contextual

La web nació como información

Se presenta como exhibición de todo tipo de contenidos

Se muestra como una estructura cerrada:  
emisora-receptor

Se abre a las aplicaciones de los usuarios

Existe una provisión de contenidos, tiempos y espacios concebidos para ellos

Los productos finales se generan de manera continua, a medida que los usuarios aportan los elementos que consideren oportunos para su ampliación, debate, oposición o refuerzo de argumentos

Página de difusión informática

Página de difusión divulgativa de los usuarios entre sí

De la exposición unidireccional

A la interactividad con la participación de los distintos usuarios directos o indirectos a través de enlaces en la Red

Sistemas cerrados de emisión y expresividad (caracterizados por la simplicidad y sencillez)

Sistemas más complejos por el incremento del audio y video informativos, y la fuerza de la interrelación. Con la consecuente diversidad de planteamientos, elaboración de contenidos y distintas recreaciones de los usuarios

Los usuarios son simples receptores pasivos

Los interlocutores tienen la capacidad de recrear e interactuar con la producción de informaciones y mensajes

Los usuarios no tienen capacidad de actuación

Existen componentes transversales que dan impulso y sentido a la interactividad, como la aportación del protocolo de Internet para voz (o IPVoz), o la incorporación de la RSS (*Really Simple Syndication*) o las redes P2P (*Pear to Pear*) sindicación para el envío-recepción recíproco de contenidos a los que puede suscribirse cualquiera mediante un programa agregador de canales

---

Fuente: Tabla elaborada a partir del Informe realizado por la Fundación de Innovación Bankinter, en 2007, denominado: *Web 2.0. El negocio de las redes sociales*. Como se citó en Salgado Santamaría (2010, p. 85)

En definitiva, el desarrollo de esta Web 2.0 junto con la aparición de nuevos aparatos electrónicos que la incluyen entre sus servicios provoca la interconectividad tanto a pequeña como a gran escala, cuestionan la unidireccionalidad de los medios, ayuda a la creación de otros canales de difusión y consumo y modifican las leyes del mercado de los medios de comunicación (Petrini, 2017).

Unas características, que bien podrían servir para definir al podcast y que nos han servido, como defiende Berry (2006), para hacer que aquellas empresas dedicadas a la radiodifusión reconsideren audiencias, sistemas de producción y sistemas de distribución.

En este momento la llegada de Internet y de la telefonía móvil supone la incorporación de dos nuevos sistemas de difusión que se suman a los anteriores: ondas hercianas, satélite y cable (Cebrián Herreros, 2007).

Todos estos avances permiten el desarrollo de redes personales como los blogs y comienzan a destacar como forma de comunicación e intercambio de información entre usuarios, naciendo después sus diversas variantes como son los fotoblogs, audioblogs, videoblogs, teleblogs o moblogs.

Nace así la sociedad del blog. Con esta situación comienza a verse en los medios tradicionales una clara tendencia a blogarizarse. Podemos señalar a las características propias del blog como las siguientes:

- Noticias ordenadas en forma cronológica inversa: los medios tendían al anticuado modelo de ordenar la información según su importancia.

- Ciclo de publicación: en un principio los medios tradicionales actualizaban sus ediciones digitales una vez al día, salvo en el caso de noticias importantes que requerían un seguimiento constante. Este seguimiento es ahora el habitual.
- Incorporación de comentarios.
- Mayor utilización de links: hace unos años era absolutamente impensable que un medio insertara un hipervínculo.
- Estilo de redacción más informal: en un entorno de sobreinformación la sencillez y claridad.
- Uso del multimedia: a pesar del intento de algunos autores para diferenciar las fronteras entre blogs, podcasts, audioblogs, videoblogs y cada una de las modalidades existentes. (Blanco, 2006, pp. 1932-1933)

Uno de los tipos de blog que empieza a destacar en este primer lustro de siglo es aquel que se basa en el formato audio, el llamado audioblog. Según Farkas (2006) el podcast es básicamente el audioblog para las masas. Definido por López y González Aldea como “un audioblog puede ser un blog compuesto principalmente por clips grabados por el creador, compartidos por sindicación o un agregador, usando tecnología de podcast. en la presentación de información como imagen, específicamente video” (2014, p. 47). Un formato que diversos autores (Domínguez y Dornaletche, 2013; Frigola et Al., 2007; González y Salgado, 2012; Engo, 2007) o el propio inventor del término podcasting, Ben Hammersley (2004), lo consideran el antecedente directo del podcasting.

La difusión de archivos multimedia a través de Internet suele producirse utilizando múltiples formatos y a través de no menos plataformas y redes sociales diseñadas para

compartir información. Esta difusión suele venir asociada al anglicismo “webcasting” (emisión a través de la red) o, cuando nos referimos a la posibilidad de descargarlos y escucharlos a voluntad, al formato podcast, anteriormente conocido como “audioblog” (Domínguez, Dornaletche, 2013, p. 273).

El agotamiento de los medios tradicionales hace que muchos de ellos intenten adaptarse a una nueva realidad que se presenta, creando blogs y posteriormente redes sociales.

La Web semántica es el siguiente paso evolutivo tras la Web 2.0. La semántica incluye contenido de este tipo a los documentos que la conforman de manera que son capaces de descubrir información para nosotros (Küster y Hernández, 2013) Es la unión de un lenguaje nuevo a las tecnologías de la Web 2.0 (Hendler, 2009) A finales de los años noventa de la mano de Tim Berners-Lee desarrolla la Web semántica que se basa en utilizar números para marcar usos de la web cuando comprobemos el éxito de una denominación de la 2.0 (Codina, 2009) Es en esta web cuando la división entre cada uno de los medios se vuelve difusa. Se combinan las diferentes posibilidades de comunicación entre ellas, para conformar lo que posteriormente llamaremos transmedia. El concepto aparece por primera vez en el año 2003, de la mano de Henry Jenkins en el artículo *Transmedia Storytelling*. En él, el consumidor es descrito como un cazador de información.

El autor, junto a Mark Deuze, defiende como:

Los consumidores ahora exigen el derecho a participar y esto se convierte en otra fuerza desestabilizadora que amenaza la consolidación, la estandarización y la racionalización. Cualquier cosa que hagamos con nuestros medios, lo que leemos, vemos, escuchamos, participamos, creamos o usamos, va mucho más allá de lo que

predicen, producen o programan las organizaciones de medios corporativos. (2008, p. 9)

Y el de transmedia que nos facilita la misma Martínez-Costa:

El término transmedia fue utilizado por primera vez en 1991 por Marsha Kinder de la University of Southern California aplicado al tipo de historias que se desplegaba en múltiples plataformas con el fin de posicionarse comercialmente mejor ante los consumidores. Sin embargo, es Henry Jenkins del Massachusetts Institute of Technology quien usó la expresión aplicada a los aspectos narrativos. En su artículo *Transmedia Storytelling* (2003) señalaba que la construcción planificada y coordinada de una narración a través de diferentes plataformas permitía el desarrollo de historias y personajes más interesantes y atractivos. (2015, p.169)

Así como la de audioblogs y radio blogs:

Ambos se refieren a la manifestación de un diario sonoro íntimo de un aficionado o de un profesional de radio tanto si se trata de la variante biográfica como si es de la variante temática más en boga hoy día. Cada usuario sube a la Red unos documentos sonoros para que los demás seguidores puedan acceder a ellos y entablar un diálogo o un intercambio de los mismos. Funcionan fuera de la ciberradio, pero también pueden encontrarse en ella como una expansión más. (Cebrián Herreros, 2009, p. 19)

Algunos autores (Küster y Hernández, 2013; Hendler, 2009) incluyen la Web semántica dentro de las 3.0, mientras que otros (Codina, 2009) se separan de estas teorías. Esta nueva web está orientada hacia los procesadores que comprendas lógicas que se gestionan a través de lenguajes más elaborados. Se gestiona a través de la nube y se ejecuta desde cualquier dispositivo. Además permite la acumulación de datos de manera

personificada para un uso más eficiente por parte del usuario (Küster y Hernández, 2013). Es la web de las aplicaciones lo que supone un cambio de juego (Hendler, 2009). La primera mención que se hace de la Web 3.0 se incluye en un artículo publicado en *ZDNet* en noviembre del 2005. El autor, Phil Wainwright habla de una Web centrada en las aplicaciones de empresa (Codina, 2009).

Además, no debemos olvidarnos de ciertos conceptos que anteceden el formato aquí estudiado y que se desarrollan en esta Web 3.0. Presentando para ello primero la definición de las técnicas de *streaming*:

Básicamente consisten en la difusión de programas de radio y televisión en directo a través de Internet. El *streaming* permitía de esta forma poder llevar programas hasta lugares no cubiertos por las emisoras tradicionales o que un usuario conectado a Internet pudiese escuchar la radio sin necesidad de disponer de un receptor. (Velasco, 2007, p.2)

A modo resumen y para comprender en profundidad las diferencias entre las Webs presentamos una comparación realizada por Codina (2009) como se observa en la Tabla 2.

**Tabla 2. Comparativa entre la Web 2.0, la Web semántica y la Web 3.0**

	Web 2.0	Web semántica	Web 3.0
Énfasis en	La Web social: redes sociales, herramientas cooperativas, contenidos creados por usuarios, et. Aplicaciones en línea.	Inteligencia artificial: capacidad de los ordenadores de realizar inferencias. Concepto de agentes de usuario. Concepto de ontología	Vinculación entre datos y entre aplicaciones y ubicuidad de la Web. Computación en línea.

Tecnologías	Tecnologías actuales (JavaScript, Java, XHTML, XML, Flash, etc.) combinadas de forma novedosa.	Las mismas de la Web 2.0, más otras de desarrollo reciente basadas en lógica formal (RDF, OWL) así como nuevas tecnologías pendientes de desarrollar capaces de realizar inferencias sólidas en contextos abiertos (idealmente, a escala de la Web).	Las mismas de la Web 2.0, más una nueva generación de tecnologías (API) aplicadas a facilitar la relación entre aplicaciones y la combinación de datos de fuentes diversas. Uso incipiente de procesamiento del lenguaje natural y lógica formal.
Ejemplos significativos	Blogsfera, <i>Wikipedia</i> , <i>YouTube</i> , <i>Facebook</i> , etc.	No hay ningún desarrollo real a escala de la Web. Hay ejemplos de buenas prácticas en entornos cerrados: <a href="http://www.w3.org/2001/sw/seo/public/UseCases/">www.w3.org/2001/sw/seo/public/UseCases/</a>	Kosmix, WolframAlpha, Google App Engine, etc.

Ciberperiodismo (vinculación)	Muy alta. Los grandes medios han incorporado el concepto de periodismo ciudadano, por ejemplo y otras herramientas de la Web 2.0, como los blogs (de periodistas y de lectores), sistemas de recomendaciones, etc	Inexistente (por el momento). Aún no hay casos reales aplicables al ciberperiodismo. Potencialidad de aplicación futura muy alto a medio y largo plazo.	Baja (por el momento). Open Calais ( <a href="http://viewer.opencalais.com/">viewer.opencalais.com/</a> ) de Thomson Reuters es uno de los pocos casos operativos y aún está en una fase inicial. Diversas aplicaciones en fase de laboratorio o beta por parte de grandes medios, como e. NY Times Prototipes ( <a href="http://firstlook.blogs.nytimes.com/prototypes">firstlook.blogs.nytimes.com/prototypes</a> ) o MSNBC News Tools ( <a href="http://www.msnbc.msn.com/id/3152772/">www.msnbc.msn.com/id/3152772/</a> ) Potencialidad de aplicación muy alta a corto, medio y largo plazo.
-------------------------------	---	---	--

---

Fuente: (p. 7)

### ***2.2.3 El sistema radiofónico: emisión herciana, digital y online***

Para comprender los pasos previos que el mundo del audio vivió antes de la llegada del podcasting tenemos que hacer una radiografía sonora de las diferentes formas de comunicación en audio que existían hasta su creación. Comenzando por el surgimiento de la radio y terminando con los audioblogs, paso previo al formato podcast.

Dos hechos fueron clave para el surgimiento de la radio, la invención del telégrafo por Samuel Morse en 1836 y el descubrimiento de las ondas electromagnéticas por Heinrich

Hertz en 1871. Se reconoce a Guillermo Marconi como el inventor de la radio, de hecho, así consta en la patente registrada el 2 de junio de 1897, sin embargo, este hecho no habría sido posible sin varios inventos tecnológicos anteriores. Marconi tomó el descargador de Herzt, la antena de Popov y el cohesor de Branly para crear lo que conocemos como radio. En un primer momento se utiliza como medio de comunicación individual, pensando en ella más como telefonía que como medio de comunicación de masas, utilizando un sistema parecido al telégrafo con el alfabeto Morse. No fue hasta 1906 cuando el físico Reginal Fessenden transmite voz y música por Onda Media (Tenorio, 2012).

La radiodifusión, según la Real Academia Española de la Lengua es la “transmisión pública de programas sonoros a través de ondas hercianas” (RAE, 2022)

En España, hasta pasados los años 40 del siglo XX el sistema radiofónico no incluye a las emisoras públicas, sino que su uso se basa únicamente en las emisoras privadas. Al llegar la dictadura franquista cambian las tornas y las únicas capacitadas para ofrecer información pasan a ser las emisoras públicas. Con la llegada de la transición el sector comienza a liberalizarse y a finales de los años 70 surgen las primeras emisoras autonómicas, siendo pionera *Radio 4*, de *Radio Nacional de España*. Los oyentes comienzan a participar en ella de manera más directa, mediante llamadas telefónicas y sucesos de gran importancia empiezan a ser retransmitidos en directo, como el 23-F (Hoyos et al., 2013). Todo esto renueva a la radio de popularidad y seguimiento unido a dos avances tecnológicos que la ayudan a mantenerse al frente del mercado, luchando contra el auge de la televisión, por un lado la Frecuencia Modulada (FM) y por otro los transistores portátiles (Ramos-Ruiz, 2015).

En 1979 se implanta el Plan Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia. Es entonces cuando la radiodifusión

comienza a abrirse a nuevos actores, ya que empiezan a concederse licencias de manera legal. En 1982 comienzan a observarse signos de concentración, debido a que las grandes empresas de medios obtenían licencias operando a través de empresas filiales más pequeñas. Esto causa que, aquellos que no obtuvieron licencias, buscaran otros canales de radiodifusión. Además, pronto se evidencia la rentabilidad de la especialización, en este momento sobre todo de las radios musicales, que tienen algunos de los mejores datos de audiencia (Franquet, 2008).

El siguiente paso de la radiodifusión consistió en el proceso de digitalización de las estaciones de radio. Empieza a mediados de los ochenta con procesos como la producción y la realización. Más tarde, en los años noventa se traspasa esta digitalización a la emisión (Peñañiel, 2004, p. 13).

La radio digital, también conocida como DAB por sus siglas en inglés (Digital Audio Broadcasting) consiste en establecer:

Nuevas reglas del juego en los sistemas de distribución de señales. La radio multiplica sus posibilidades de transmisión al producirse un proceso de complementariedad y diversidad de soportes que le permite utilizar canales diferentes al espectro electromagnético. Los soportes se multiplican, dejan de ser un bien escaso, aumentan su capacidad de transporte y mejoran sus condiciones de propagación. (Martínez-Costa, 2001, p.58)

La DAB nace en 1986 en Europa gracias a la Unión Europea de Radiodifusión (UER/EBU). Busca aumentar las posibilidades de unos sistemas algo obsoletos como son la OM y FM, mejorando su calidad, su estabilidad y sobre todo ampliando sus fronteras. Sin embargo, no fue hasta 1995 cuando el *European Telecommunications Standard Institute (ETSI)* adopta la DAB como estándar único en Europa (Martínez-Costa, 2004).

Existen diferentes definiciones de la radio digital. Por un lado, Núñez et al. argumentan que se trata de:

La transmisión y recepciones de sonidos que han sido procesados utilizando una tecnología comparable a la que se usa para los reproductores de discos compactos, un transmisor de radio digital convierte sonidos en series de números o “dígitos”. De ahí viene el nombre de radio digital. Sin embargo, las radios analógicas o tradicionales, lo que hacen es convertir los sonidos en una serie de señales eléctricas que se asemejan a ondas de sonido (2013, pp. 54-55).

Con la llegada de la radio a un entorno digital se modifican tanto sus posibilidades de transmisión como sus posibilidades de interactividad. Además, comienza a ofrecer otras opciones de producción, difusión, acceso y consumo (Martínez-Costa, 2004, pp. 3-4). El oído deja de ser el único sentido necesario para su recepción y comienza a evidenciarse la transmisión personalizada del mensaje, lo que es un antecedente directo al podcasting, al igual que la ruptura con la instantaneidad y la búsqueda de la participación de la audiencia. En definitiva, se modifican todos los patrones básicos del medio, ofreciendo principalmente las siguientes ventajas:

Gran calidad técnica de la señal, recepción libre de interferencias, recepción móvil y portátil, mejor aprovechamiento del espectro, compatibilidad en el uso de sistemas terrestres y por satélite, uso de una menor potencia de transmisión, incremento de programas, sencillez y compatibilidad de los receptores con otros sistemas digitales, y capacidad para difundir servicios de imágenes, gráficos, textos y muy pronto también vídeo como servicios añadidos al programa principal. (Martínez-Costa, 2004, p. 5)

Además, debemos destacar la posibilidad de selección del usuario, la capacidad de multiplicar varios programas y que pueden ser transmisiones locales, autonómicas, estatales o internacionales (Peñañiel, 2004, p. 14). Sin embargo, gran parte de estos servicios no estuvieron nunca disponibles en España y muchas emisoras en nuestro país se conformaron con la emisión del contenido simultáneo en directo por vías hercianas, al simulcast.

La radio digital utiliza tanto el sistema Eureka 147 DAB (*Digital Audio Broadcasting*), como el cable, la televisión digital terrestre o por satélite, la generación de telefonía móvil UMTS, los sistemas de radio digital por satélite e Internet. Todo ello, sin abandonar los soportes tradicionales, que exploran fórmulas para digitalizar las señales de FM con el sistema IBOC (*in Band on Channel*), y de AM (Amplitud Modulada) y OC (Onda Corta) a través del sistema DRM (*Digital Radio Mondiale*). (Martínez-Costa, 2004, p. 4)

En Europa se crean varios organismos para intentar fomentar la inmersión de la radio digital. A mediados de los 90 se constituye el Foro para el Desarrollo de la Radio Digital, impulsado por Alemania, Reino Unido y Francia. Por otro lado, se impulsa el sistema de DAB+ fomentado por el Foro Digital Multimedia Broadcasting (Pedrero et al. 2013).

En España empieza a implantarse la radio digital en 1998. Un año después se publica el Real Decreto 1287/1999, de 23 de julio, referido al Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora Digital a través del cuál comienzan a repartirse las licencias. Esto obliga a la agrupación de pequeñas emisoras para rentabilizar esas frecuencias. Las licencias que se conceden son para: *Radio Nacional de España*, *Radio Popular (COPE)*, *Sauzal (Intereconomía)*, *Recoletos*, *Unedisa (El Mundo)*, *Unión Radio Digital (SER)*, *Uniprex (Onda Cero)*, *Quiero TV*, *Sociedad de Radiodifusión Terrenal (Onda-Rambla Planeta)*, *Prensa*

*Española de Radio por Ondas (ABC) y Unión Ibérica Radio (Cadena ibérica)* con un plazo de 10 años prorrogable (Peñañiel, 2004, p. 15). El fracaso de la radio digital se evidencia al observar que en España tan solo el 50% de la población tuvo acceso a ella (Martínez-Costa, 2004).

Algunos de los principales motivos de su fracaso residen en el elevado precio de los receptores para el usuario debido a la escasa demanda, los elevados precios de la emisión para las cadenas tradicionales, una mejora tecnológica de las emisoras hercianas, la poca originalidad de los contenidos, la falta de coordinación con otras industrias, la falta de un modelo de negocio y la consolidación de dispositivos móviles con la pertinente introducción de las redes sociales que suponen un cambio en el modelo de escucha fundamental (Pedrero et al., 2013). También podemos destacar la alfabetización tecnológica que requiere, ya que la radio tradicional apenas necesita de conocimiento por parte del usuario, pero ahora se multiplican las opciones y por tanto las dificultades. Pero, además, las reticencias de las emisoras tradicionales a invertir en radio digital dificultaron su triunfo.

Entre los años 2005 y 2010 se completa el apagón analógico de la televisión que termina con la implantación de la Televisión Digital Terrestre (TDT). Esta migración, a fecha de finales de 2020, punto al que llega nuestra investigación, no se había completado cuando hablamos de radio. El Real Decreto 1287/1999 modificado por el Real Decreto 776/2006 ponía como límite diciembre de 2011 para migrar a la cobertura digital al 80% de la población y aplazaba hasta 2031 para que esta cifra aumentara hasta el 95% (Pedrero et al., 2013). En 2011 el Consejo de ministros modifica el Plan Técnico Estatal de la Radio Digital Terrestre alzando la obligación de los operadores de obtener el 80% de su cobertura (Hoyos et al., 2013).

Sin embargo, el entorno digital de la radio no se limita a la DAB. Comenzaron a realizarse pruebas para permitir la digitalización de la OM, OC y FM a través del sistema de satélite, lo que se conoce como Radio Digital Terrestre. (Martínez-Costa, 2004). Paralelamente al desarrollo de la DAB y de la radio mediante TDT, otra radio digital empieza a gestarse en nuestro país. Hablamos de la radio digital a través de internet.

Para Campos y Pestaño (2003) podemos hablar de tres variantes de radio digital, la terrenal, la digital por satélite y la radio web. Aunque la radio digital fue presentada como el nuevo concepto de radio pronto pasa a un segundo plano y comienzan a destacar otras formas de escucha como son la RDT o las plataformas asociadas a internet y al teléfono móvil. Así, los soportes tradicionales conviven con el DAB, la radio por satélite, el *streaming*, la radio a la carta o el podcast (Ortiz Sobrino, 2012).

Con respecto a la definición de radio en internet, encontramos autores que consideran que es el mismo medio de comunicación que el tradicional, ya que la red sería simplemente una forma diferente de distribución. Otros autores (Rodero Antón, 2002; Cebrián Herreros, 2001; Bonet, 2007) consideran que ni siquiera podemos hablar de radio, ya que contiene muchos más matices y analiza que hemos optado por clasificarla dentro de los medios de comunicación convencionales porque es más sencillo, pero es una realidad completamente distinta. Cebrián Herreros lo explica de la siguiente manera, “de momento hablamos de radio por Internet o de periódico por Internet, pero no son denominaciones exactas, lo mismo que tampoco fueron correctas las de periódico por radio (‘diario hablado’) o periódico por televisión (‘telediario’)” (2001, p. 21). Hay quienes (Ayllón et al.,2013) defienden que la radio en internet deja de ser radio para convertirse en página web.

Desde el *World Radio Day Madrid* se propuso modificar el concepto de radio incluyendo estas nuevas variantes: “radio es un producto multimedia, basado fundamentalmente en el audio con un empaquetado lógico que se emite por cualquier canal y se recibe en cualquier dispositivo” (2013, como se citó en Núñez, García y López, 2013, pp. 58-59).

Por otro lado, hay quienes intentan diseñar una definición apta para el concepto de radio online:

Términos como radio online o radio por Internet son usados para referirse al proceso de transmitir sonido a través de Internet. Consiste en la transmisión de audio dotado de las características propias del medio radiofónico (tales como su guion y su lenguaje) a través de la red mediante streaming. El streaming es la posibilidad de distribuir recursos multimedia (texto, audio, vídeo) mediante el uso de una red de ordenadores en tiempo real, es decir, el usuario puede consumir el producto al mismo tiempo que lo está descargando. (Ayllón et al., 2013, p. 100)

No podemos pensar en internet como competencia a la radio, ni tradicional ni digital, sino que es un soporte que facilita la integración de ambas con nuevos productos.

Cuando se habla actualmente de radio en Internet, por tanto, hay que entender que se trata de una nueva forma de comunicación y no exclusivamente de un nuevo soporte [...]

La radio deja de definirse por su soporte técnico, o por la tecnología que lo sustenta, e impone un concepto basado en sus contenidos y funciones: la radio no se define de ahora en más por la técnica sino por las ofertas. (Martínez-Costa, 2004, p. 9)

La radio en internet surge a principios de los años 90. Su distribución se realizaba gracias a las líneas telefónicas, por lo que la calidad era bastante baja. Las principales ventajas que contempla son su globalización, la aceleración de su implantación en hogares, la personificación de los contenidos, ahora no solo de audio, y el fin de la volatilidad radiofónica. Sin embargo, su principal desventaja es la ausencia de una red consolidada en buena parte del planeta, la baja calidad comparada con la FM y la supeditación al equipo con el que se trabaje y a la velocidad de navegación (Martínez-Costa, 2004).

Con el paso a la era digital la radio tiene el reto de renovar su modelo. Pasa de la exclusividad de las emisiones tradicionales a la difusión de sus contenidos en un universo mayor y se incluye dentro de un sistema completamente nuevo como son las TIC. La radio en internet permite terminar con el oligopolio radiofónico que existía en nuestro país. Al aparecer otros soportes, este oligopolio comenzó a fragmentarse y poco a poco comienza una cohabitación pacífica entre los diferentes tipos de radio hasta que actualmente se ha llegado a una simbiosis entre ambas (Ortiz Sobrino, 2012).

La primera emisora de radio online nativa en España fue *Radio Teknoland* y la primera emisora tradicional en retransmitir por la red fue *Catalunya Radio* en 1996. De hecho, fue también la primera en incorporar el podcasting en su web, aunque eso fue 20 años después (Sellas, 2012). Además, fue *ondacero.es* la primera web de una emisora tradicional española en comenzar su andadura, también en 1996.

Promovidas por compañías de creación de telefonía móvil aparecen herramientas como *Visual Radio* de la mano de la marca de teléfonos móviles *Nokia*, que ofrece una emisión a través de FM y se complementa con datos visuales sincronizados vía GSM<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> “El Sistema Global para Comunicaciones Móviles es el estándar más popular del mundo para sistemas de teléfono móvil” (Arun y Naidu, 2012)

Encontramos también *iRadio* por parte de *Motorola*, que permite la escucha de grabaciones radiofónicas a través de internet, o *Melodeo* y *Pod2Mob*, que nos permiten ofrecer formatos directamente al dispositivo gracias a las redes de telefonía móvil (Ortiz Sobrino, 2012) Por otro lado, los dos grandes sistemas operativos como *Apple* y *Android* llegan a acuerdos con aplicaciones para la escucha de radio, el primero con *Radio Cloud Lite* y el segundo con *Tuneln Radio* (Ayllón et al.,2013)

En un segundo momento, las emisoras tradicionales utilizan sus portales web, conocidos como Radio-portales web o webcasters para la difusión de contenidos, primero a la carta y más tarde a través de formatos podcast. Otro formato que se expande es la “radio extendida”, (Ortiz Sobrino, 2012, p. 8) entendida como la complementación del contenido radiofónico con contenidos multimedia.

Aparece además la posibilidad de descarga de aplicaciones para la escucha radiofónica en directo como *FlyCast*, *FlyTunes*, *allRadio*, *Radio Player* o *FStream* (Ortiz Sobrino, 2012).

Como vemos, en un primer momento Internet se utiliza como objeto promocional, sin embargo, poco a poco comienza a asentarse como soporte (Pedrero et al. 2013, p. 6). En 1993 nace la primera estación de radio online, *Internet Talk Radio*. El tecnólogo Carl Malumud utiliza la tecnología MBONE, (Multicast Backbone on the Internet, es decir, la columna vertebral de la multidifusión en internet) para ello (Mendez, 2013). Esta tecnología se compone de un conjunto de subredes con capacidad multicast que se conectan entre sí a través de routers, IP-multicast<sup>14</sup> (Sánchez Aarnoutse et al., 2004). Dos años después, en 1995, nace la primera cadena que emite al 100% por la red, *Radio HK* dedicada a la música

---

<sup>14</sup> “Tecnología basada en la optimización del uso del ancho de banda, entregando simultáneamente un sólo flujo de información a los destinatarios del mismo” (Pérez, 2005, p. 10).

independiente (Núñez et al, 2013, p. 53). En ese mismo año aparece *RTFM*, la primera emisora en directo a través de internet.

En España la primera apuesta de radio online fue *RadioCable*, fundada en 1997 por el periodista Fernando Berlín y centrada sobre todo en contraatacar a los contenidos tradicionales en emisoras públicas y privadas con actualidad narrada de una manera diferente. En otros términos, comienzan a surgir emisiones especializadas que completan la oferta de las emisoras tradicionales. Entre ellas algunas orientadas a targets específicos como *BabyRadio*, para niños entre cero y seis años, *Onda Mujer*, dedicada al sector femenino, o algo más tarde, en 2003, *Vaughan Radio*, la primera radio bilingüe en España. Surgen también emisoras territoriales como *romMurcia* o incluso centradas en barrios como *Radio Alcosa*. Por otro lado, con respecto a la especialización temática destacan las transmisiones online musicales como *Scanner FM* o *Gladys Palmera* (Pedrero et al., 2013).

Con el sistema *Windows 2003 server* se iguala la calidad de sonido de emisión en FM y online, gracias al ancho de banda que permite que miles de oyentes se conecten a una única transmisión con un sonido de hasta 128 kilobits por segundo (Núñez et al.,2013).

La radio en internet pronto triunfa a pesar de que en un primer momento algunas desventajas partían de la poca velocidad de algunas bandas anchas y que todavía no está disponible para ese gran porcentaje que realiza la escucha radiofónica desde el coche (Ayllón et al., 2013).

El valor del trasvase de la radio a internet también reside en la medición de las audiencias, sobre todo pudiendo contabilizar descargas y escuchas, (Núñez, García y López, 2013) aunque las grandes compañías no son claras compartiendo estos datos.

Encontramos diferentes tipos de radio en internet. En primer lugar el *streaming*, la simple sincronización de la emisión herciana simultánea. Por otro lado, tenemos la radio a la carta, dejando fuera todo tipo de audio que no se acerque al concepto de radio como medio, como servicios de música en *streaming* tales como *Spotify*, o de vídeos como *YouTube* (Núñez et al.,2013) sin embargo hay quienes (Ayllón et al.,2013) consideran que al hablar de radio a la carta deberíamos tener en cuenta estas plataformas. Aclarar que el *streaming* está dividido por Pedrero et al. (2013) como *livestreaming*, aquel emitido en directo, y *audio streaming*, en diferido, y por otro lado el podcast, definido en esta ocasión como formato pensado para su descarga, suscripción y consumo a la carta.

El conjunto de oferta que utiliza internet como soporte principal se ha nombrado de diferentes maneras, entre las que destacan ciberradio o post-radio. Sea como fuera nos conviene puntualizar qué servicios entran en esta clasificación y son los siguientes: “seis grupos de ofertas diferenciadas: los radioportales web, la *radio on demand*, la radio extendida, la radio P2P, la radio personalizada, y la radio en mundos inmersivos” (Ortiz Sobrino, 2012, p. 7).

La primera diferenciación de cibermedios que se hace en España corre a cargo de Javier Díaz Noci y Koldo Meso en 1997, clasificando los medios digitales del País Vasco y organizándolos de la siguiente manera: “medios textuales: diarios, revistas, publicaciones institucionales y grupos de prensa; Radios: emisoras y programas de radio; Televisiones: emisoras de televisión, estudios de televisión y programas de televisión; Empresas y agencias de comunicación; Quioscos de prensa” (pp. 79-80).

Otra de las divisiones la realiza María Ángeles Cabrera González clasificándolos a través de su grado de evolución digital, dividiéndolos de la siguiente manera:

1. El modelo Facsimilar: que reproduce la versión fiel del medio impreso, a través por ejemplo de un archivo PDF.
2. El modelo adaptado: donde los medios. son fieles en su contenido con el medio tradicional pero no en su forma.
3. El modelo digital: donde los contenidos se realizan específicamente para ser emitidos online, sin embargo, utiliza los criterios editoriales de los medios impresos.
4. El modelo multimedia: donde el contenido y el lenguaje se realizan pensando en la versión online. (2000, como se citó en Salaverría-Aliaga, et al., 2004)

Tomando estas referencias Salaverría (2017) realiza su clasificación basada en nueve divisiones tipológicas. La primera de ellas es la plataforma, el autor diferencia entre aquellos medios pensados para su visualización en web, aquellos centrados en su versión para tabletas, los que se focalizan en su versión móvil y por último los multiplataforma, que actualmente forman la gran mayoría. Defiende el autor que la temporalidad o periodicidad sigue siendo un gran diferenciador de los medios, distinguiendo entre aquellos periódicos de actualización continúa o policrónicos. Sin embargo, la llegada de los medios digitales trastoca la clasificación temporal, convirtiendo el soporte en la característica básica de diferenciación.

Encontramos además la división temática, subdividida únicamente dos: los cibermedios de información general o aquellos de información especializada. Con respecto a su alcance, podemos encontrar aquellos internacionales o globales, los nacionales, los locales o incluso los de barrio o hiperlocales. Otro de los criterios de diferenciación de los medios online se centra en la titularidad, que puede ser pública o privada, así como en la autoría, ya que puede ser de autoría individual o colectiva. Divide el autor además entre aquellos cibermedios con un enfoque periodístico y aquellos cuyo enfoque no es periodístico. Los primeros centran sus

objetivos en las básicas del periodismo, por ejemplo, la información a la ciudadanía, sin embargo los segundos atienden otros intereses como pueden ser promocionar un producto o una empresa o la persuasión política, distinguiendo ambas tipologías en que su máxima sea la de informar a la ciudadanía. Además, divide según la finalidad económica del medio, compartimentada entre aquellos con fines de lucro y aquellos que no los tienen. Para terminar, según el dinamismo de los cibermedios, estos pueden ser estáticos, es decir, que apenas comprenden recursos hipertextuales o multimedia, y aquellos que sí lo hacen, que son conocidos como dinámicos. Si el lector quiere acceder a la tabla completa de división la puede encontrar en Salaverría (2017, p. 27).

Actualmente, la tecnología utilizada en la emisión herciana se ha quedado atrasada con respecto a aquella digitalización que ha llegado de la mano de la web 2.0. En un primer momento, las cualidades de Internet podrían suponer un competidor directo de la radio, ya que características que anteriormente le pertenecían, como la instantaneidad o la ubicuidad, se hacen extensibles a otros medios de comunicación. Sin embargo, supo aprovecharlo en su beneficio, tanto es así que actualmente las grandes emisoras de radio están produciendo contenido que se emite en otras plataformas online, como puede ser *Spotify*, dejando de esa manera de monetizar esas visitas en sus propias páginas.

Dentro de este contexto, la radio no puede ignorar los cambios tecnológicos y sociales que conlleva la nueva web. Por ello es necesaria una adaptación a las nuevas exigencias. Entre ellas encontramos, en primer lugar, la necesidad de presentar una radio más personalizada y cercana, así como una ampliación de contenidos lejanos a la actualidad. Un buen ejemplo de esto es el programa *A vivir que son dos días* dirigido por Javier del Pino en la Cadena Ser, que en sus grandes reportajes e incluso en algunas entrevistas evita cada vez más referencias temporales y a la actualidad más inmediata.

Además, es importante destacar cómo el lenguaje multimedia nos abre la posibilidad de incluir una narrativa interactiva completando la información y enlazando otros contenidos.

Podemos afirmar que la radio se ha adaptado a las nuevas exigencias de internet mediante el streaming y el podcasting. Este nuevo modelo ha sido bautizado de diversas maneras. “Expresiones como radio online, ciberradio, hiperradio, post-radio o radio por Internet son empleadas indistintamente para aludir al proceso de transmitir sonidos a través de la Red” (Pedrero et al. 2013, p. 6).

Comencemos a distinguir entre las diferentes nomenclaturas de este nuevo modelo radiofónico. Por un lado, varios autores (Groupe de Recherches et d'Études sur la Radio (GRER) de Francia, 2009; Ortiz, 2012) la llamaron post-radio:

La razón de ser de la post-radio se basa en la capacidad de optimizar los recursos que ofrece Internet y la telefonía de última generación para suministrar servicios y contenidos diferentes a los convencionales, emitidos por vía herciana. Dicho esto, ¿hasta qué punto las webs radiofónicas o las nuevas aplicaciones para la recepción de sonido en la telefonía móvil complementan los contenidos de la radio tradicional en España? Después de un análisis de las principales webs de las más importantes cadenas de radio españolas, parece claro que existe esa complementariedad de los contenidos: un valor añadido que recomienda la cohabitación entre la radio convencional y la post- radio, porque los diferentes sistemas de distribución de contenidos y participación se complementan. (Ortiz, 2012, p. 9)

Encontramos también el término R@dio, como lo denomina Cordeiro (2012), distinguiendo algunas de sus características principales: “interactiva, participativa,

compartible, asíncrona, repetible, reproducible, inspeccionable, personalizable, discontinua, hipertextual, no lineal, convergente y bajo demanda” (p. 503).

Hay otros autores (Videla y Piñeiro, 2018) que centran sus enfoques en la nueva capacidad móvil de la radio, con la utilización de los smartphones, llamándola “radio móvil o radioAPP”.

Otro concepto es ofrecido por Ramos-Ruiz (2015) al hablar de “multimedia”:

Podríamos afirmar que el futuro de la radio pasa por un nuevo modelo de radio a través de Internet, una radio más allá del sonido y del transistor, lo que nos hemos aventurado a definir como: multimedia. [...]

Cuando aludimos al término “multimedia” hablamos de un sustantivo, en este caso, de un medio que tiene como característica principal que es multimedia, es decir, un medio que posee diferentes lenguajes de significación y diferentes formatos de comunicación como son el sonido, la imagen fija y móvil, el hipertexto, etc. Por tanto, cuando hablamos de radio como multimedia, se hace alusión a un medio multimedia cuya función principal es la de radio (p. 770)

Por otro lado, hay quien (Franquet, 2003) difiere entre dos tipos de difusión de la radio digital. Por un lado, aquella que se emite a través de la TDT, es decir, la radio digital terrestre, DAB, un formato que cuenta con muy pocos seguidores. Y por otro lado el streaming y los podcasts. Señala la autora que esta segunda vía de distribución cuenta con unas características propias, coincidiendo así con la visión de Cebrián Herreros (2008).

Sin embargo, muchas de las exigencias que conlleva la nueva web modifican la esencia radiofónica en su totalidad, lo que nos hace plantearnos si nos encontramos ante una

modificación o ante la creación de un nuevo medio. Este es el argumento principal de Cebrián Herreros, quien define a este nuevo modelo como ciberradio, coincidiendo con él otros autores (Cea-Esteruelas, 2016; Salaverría 2017).

La ciberradio ya no es una redifusión por Internet, sino que integra los componentes de ésta como algo propio y los transforma para convertirlos en algo diferente. No es la oferta de la programación tradicional, sino otra forma de presentarla mediante fragmentaciones o se da entrada a otras emisoras nuevas, aunque todavía no se aprecie que hayan impulsado todas sus aportaciones. (Cebrián Herreros, 2009, p. 14)

Cebrián Herreros (2001) propone diferentes modelos radiofónicos: por un lado, habla de radio por internet, considerándolo un instrumento únicamente de difusión. En contra, la radio en internet es el trasvase de los contenidos radiofónicos a la web. El último paso sería la ciberradio, que consiste en un aprovechamiento completo del medio, ya que a través de internet una cadena de radio puede emitir programaciones, pero también información propia, emisiones en directo, información extendida sobre sus profesionales etc. De tal manera, la radiodifusión habría sufrido tres etapas de evolución. La primera de ellas provocada por la emisión simultánea en la web de la emisión tradicional herciana. En ese momento la web es una simple repetición de la emisión tradicional. La segunda comienza cuando aparecen emisoras que operan solo en Internet. A la vez, se produce un segundo paso en las emisoras convencionales, al comenzar a distribuir contenidos ideados únicamente para la red. Por último, la etapa que perturba toda la anterior al verse interrumpida por el nacimiento y la explosión de los smartphones. Sin embargo (Martínez-Costa, Moreno y Amodeo, 2018) distinguen únicamente dos etapas, una primera en la que comienza la adaptación a la web 2.0 y otra en la que la migración se produce hacia entornos móviles y en la que destaca la irrupción de las redes sociales.

La ciberradio no debe confundirse con la mera incorporación de chats, foros o correos. Esto ya lo hace la radio tradicional incluye los podcasting, los audioblogs y otras manifestaciones interactivas. Si la radio apostaba por la participación, la ciberradio da entrada a la plena interactividad e incluso en alguna de sus manifestaciones se llega a la creación de las ciberradios personales. Lo local se convierte en global y lo global. Se produce una glocalización en la que los internautas se sitúan en plena encrucijada de comunicaciones sonoras. En las situaciones más innovadoras se produce una modificación de la concepción de la programación. Por una parte, se emite en directo y, por otra, se fragmenta para ofrecerla por programas aislados, se rompe de este modo la secuencialidad y continuidad de la programación y se genera la fragmentación y la separación o aislamiento de contenidos. Se da el salto de lo sincrónico, o audición simultánea a la emisión, a lo asincrónico. De los programas cerrados con principio, fin y ritmo adecuado, se entra en otros abiertos. Se llega a la creación de programas *in fieri*, es decir, que se van construyendo a medida que cada usuario elige cada fragmento y lo secuencializa con otros cambios en las formas de consumo. Las ofertas pueden seguirse en directo o en diferido mediante la técnica del streaming o bien pueden efectuarse descargas y suscripciones. Dispone, pues, de un cierto grado multimedia expresivo, aunque siempre como componente auxiliar. No se trata de buscar un medio ajeno, sino de crear el propio. Lo importante en este caso es disponer de información original y diferente (2009, p. 14 ).

De esta manera la radio ha logrado atraer al consumidor de la nueva web hasta su formato. Con escuchas a la carta o en *streaming*, con interacciones mediante diferentes vías, entre ellas destacan las redes sociales, y con la descarga de archivos de audio e incluso la suscripción. De hecho, ha modificado la propia actuación de los consumidores, ya que ahora

los consumidores dejan de ser predecibles y cada vez son menos leales (Berry, 2006). Debido a esto la nueva radio tiene que adaptarse también a este tipo de consumidor, reconociendo el nuevo estilo de vida de la audiencia y adaptando a él sus formatos.

Todo esto supone nuevos paradigmas que pueden ser vistos como ventajas o como inconvenientes. Sea como fuere es evidente que aumenta la complejidad de la situación debido a varios factores, como indica Bonet (2011). En un primer lugar el rol de productor y consumidor se intercambia y algunos de los nuevos productores ya no son tradicionales. Ahora hay además mayores puntos de difusión lo que modifica no solo la producción sino también la parrilla y las formas de consumo.

Teniendo en cuenta estas variables, el podcasting se enmarcaría dentro de la ciberradio de Cebrián Herreros, como el autor mismo puntualiza:

Incluye los podcasting, los audioblogs y otras manifestaciones interactivas. Si la radio apostaba por la participación, la ciberradio da entrada a la plena interactividad e incluso en alguna de sus manifestaciones se llega a la creación de las ciberradios personales. (2009, p. 14)

Sin embargo, no debemos resumir el podcasting a su perspectiva técnica, sino que debemos tener en cuenta además su situación con respecto al ecosistema de los medios de comunicación (Lopez y Homssi, 2021). En el año 2022, Pedrero-Esteban ofrece un mapa en el que se observa el ecosistema que se contempla en la Figura 1 sobre podcast y audiolibros.

**Figura 1. Mapa del ecosistema de medios de podcasts y audiolibros**



Fuente: Pedrero-Esteban (15 de julio 2022)

Argumenta Tenorio (2012) que el podcasting es la evolución de la radio y que se presenta como su salvador. De tal manera que la reprogramación online de la parrilla radiofónica no es hacer podcast, el formato tiene unos códigos propios. Lo define el autor como La Radio 3.0, que da la posibilidad además al usuario de comunicar con el mismo espíritu que el radiofónico, coincidiendo con el (Pérez de Pedro, 2010), argumentando el autor que este nuevo medio permite la difusión de mensajes de naturaleza radiofónica de una manera tan sencilla como se ofrece la conexión a internet.

### 2.3 Objeto de estudio: el podcast narrativo de no ficción

Definir el podcast no es una tarea sencilla. Existen numerosas acepciones al término y no encontramos consenso con respecto a sus características básicas. Por ello es importante primero aproximarnos al concepto desde los medios tradicionales de audio, en este caso la radio, pero analizando también otros formatos sonoros que surgieron en el proceso.

Una de las cuestiones más complicadas de este trabajo de investigación es dar una definición al término podcast o a su matriz, el podcasting. Esta dificultad reside sobre todo en la extensión del término hacia formatos muy diferentes que comparten pocas variables comunes. Analicemos ahora las diferentes definiciones pertinentes que se han dado hasta la fecha así como sus características básicas.

Consideramos a Dave Winer y Adam Curry los creadores del podcasting. El primero de ellos era el editor de *Scripting News*, un weblog que había desarrollado una de las versiones de RSS para la sindicación web. Por otro lado, Curry es empresario y emprendedor en internet, además de ser un personaje conocido al haber sido presentador de la MTV, canal de televisión estadounidense, entre 1987 y 1994. Ambos trabajaban desde el año 2000 en la búsqueda de una herramienta de distribución de contenidos sonoros a través de internet de manera automatizada.

En el año 2004 Winer consigue crear la etiqueta *enclosure* para documentos RSS, logrando así adjudicarlos a archivos sonoros. En concreto utiliza la siguiente etiqueta, que corresponde a un archivo determinado:

```
<enclosure  
url="http://www.scripting.com/mp3s/weatherReportSuite.mp3"length="122  
16320"type="audio/mpeg"/> (Sellas, 2011, p. 14)
```

En ella podemos observar el campo de la dirección web o url dónde se encuentra el archivo sonoro, el peso o *length* y el tipo de formato de audio.

El término *closure*, cercamiento en español, se utiliza en el siglo XVII en el Reino Unido para describir el vallado de los campos de cultivo, que hasta entonces eran de uso comunal. Con el paso del tiempo se ha utilizado esta terminología para referirse al

vallado digital, un proceso mediante el cual se restringe el uso de las ideas y de sus materializaciones en Internet debido a las leyes de propiedad intelectual. (Meda, 2012, p. 148)

Lo que intenta ampliar la herramienta del *enclosure* es que los archivos se descarguen automáticamente y de esa manera evitar el *click-wait*, es decir, la espera que conlleva la descarga manual. En los primeros momentos *Radio Userland* fue el único programa que pudo interpretar la etiqueta de *enclosure* y así descargar el archivo. Sin embargo, Adam Curry presenta un código para sistemas operativos *Apple* a través del cual, esos documentos pueden ser trasladados a iTunes y de esa manera escuchados en reproductores portátiles como el iPod.

Adam Curry publica el nombrado como primer podcasting de la historia, el 13 de agosto de 2004, el *Daily Source Code*, en el que abordaba noticias diarias, muchas de ellas centradas en el mundo de la comunicación. Sin embargo, ahora sabemos que Dave Winer publicó y grabó el primer podcast, aunque no fue definido como tal, más de tres años antes, en enero del 2001, al incluir un audioblog dentro de un *enclosure*, al ser él el autor del formato RSS. Además, anteriormente, se considera a Tristan Louis como el primero que pone sobre la mesa la idea de crear un contenido en audio que pudiera descargarse, aunque no llega a poner en práctica esta idea.

Como argumental Sellas (2011) son varias las tecnologías que confluyen en la creación del podcasting. En un primer lugar las redes de intercambio P2P, es decir, una red de ordenadores interconectados que permiten el intercambio de información. Además, debemos añadir la herramienta de sindicación en formato RSS (*Really Simple Syndication*), que se basa en XML (*Extensible Markup Language*). La sindicación de contenidos consiste en un proceso

mediante el cual, a través de Internet, se puede realizar una suscripción a un contenido y por lo tanto recibir sus actualizaciones. Para ello, el más común es el que ya hemos comentado, el formato RSS, que requiere que el programador introduzca un código RSS y que el usuario disponga de un agregador de contenidos. Decimos que se basa en XML porque este es el lenguaje que incluye el formato del propio podcast para que se desarrolle el sindicador. RSS es un acrónimo que hace referencia a tus estándares:

Son: Rich Site Summary (RSS 0.91, "sumarios enriquecidos de sitios"), RDF Site Summary (RSS 0.9 y 1.0, "sumario de sitios en RDF") y *Really Simple Syndication* (RSS 2.0, "sindicación sencilla"). Son formatos utilizados para publicar contenidos que se actualizan con frecuencia. (Sellas, 2011, p. 21)

Otro recurso de sindicación es Atom, un editor de código de programación. Por último, en este apartado, debemos hablar además del Feed, que consiste en ese documento en formato RSS o Atom que se une al agregador. Hablamos de un programa que recibe los contenidos y los interpreta, lo que nos permite la visualización del contenido (Sellas, 2011)

Como última herramienta debemos analizar el MP3, como formato de compresión de audio. Es un acrónimo de MPEG-1 Layer 3. Nace en la década de los 90 por el *Moving Picture Expert Group*, un organismo internacional que se dedica al desarrollo de normas de codificación para audio y video. Así se crean los primeros reproductores MP3. Entre ellos se populariza el iPod, procedente de la marca *Apple* que se pone a la venta en 2003 (Sellas, 2011).

En resumen, las herramientas tecnológicas que hacen posible el nacimiento del podcasting consiste en la unión de audio más sindicación, con todo lo que ello conlleva, es decir, autonomía, descargabilidad, suscripción y sincronización. Sin embargo, más adelante

puntualizamos como actualmente no es necesaria la obligatoriedad de suscripción por parte del oyente ya que encontramos diversas maneras de escucha como puede ser también el streaming o mediante la descarga manual.

El término podcasting aparece por primera vez en febrero de 2004 en un artículo del periodista de *The Guardian*, Ben Hammersley: “all the ingredients are there for a new boom in amateur radio. But what to call it? Audioblogging? Podcasting? GuerillaMedia?” (2004, parr. 2)

Con respecto al nacimiento de la palabra encontramos diversas teorías. Por un lado, Curry argumenta que ya utilizaba las letras RSS2iPod para referirse al traslado de documentos sonoros a dispositivos como el iPod. Otra de las versiones defiende que la palabra *pod* se utiliza por su significado en inglés “cápsula”, que por otro lado es la misma causa que motivó el nombramiento del iPod. Sin embargo, también encontramos defensores (Martín, 2015) de que las siglas POD pueden corresponder a “*portable on demand*”, es decir, portable bajo demanda o a “*personal option digital*”, en castellano opción digital personal, (p. 28)

En septiembre de 2004 se crea el primer dominio en red sobre el podcasting, *podcast.net*, ahora desaparecido, de la mano de Dannie Gregoire.

No mucho después de la publicación del primer podcast en Estados Unidos cuando el fenómeno llegó a España. El 18 de octubre de 2004, José A. Gelado publica *Comunicando* considerado el primer podcast del mundo hispano hablante.

La marca *Apple* se mantiene al margen del formato hasta junio de 2005, cuando, al presentar la versión 49 de iTunes, incorpora la sindicación de podcast e incluso incluye un propio directorio de descargas con una lista de alrededor 3.000 archivos.

Encontramos diferentes definiciones del podcasting, como por ejemplo la que ofrecen los autores Joan Frigola, Mariona Grané y Antonio Bartolomé

Es un método de distribución de archivos multimedia que se puede usar para archivos de audio, generalmente en formato ogg o mp3, o para archivos de vídeo MPEG4 vía Internet. Estos documentos se pueden distribuir mediante los formatos RSS o ATOM que permiten suscribirse al podcast y usar un programa para descargar el archivo para ser reproducido en ordenadores personales o aparatos portátiles. (2007, p. 4)

Hay quienes (Pérez, López, 2013; Berry, 2006; Cabeza de Vaca, 2019) prefieren ofrecer una definición genérica para no entrar en especificaciones: "contenido multimedia entregado automáticamente a un suscriptor a través de Internet" (Berry, 2006, p. 144). Dejándonos claro en este caso el autor que encontramos tres variables que son básicas y necesarias, el audio, la infraestructura web y algún tipo de dispositivo portátil de reproducción. Coincide con él Tenorio (2012) que lo define como "archivo de audio acompañado de un código RSS" (p. 200), Clarke et al. (2020) que lo definen como "grabaciones de audio que se distribuyen a través de Internet y están disponibles para su descarga o transmisión en smartphones, tabletas, dispositivos portátiles y ordenadores personales" (p. 1) y Deal (2009) que lo define como "un medio de publicar contenido de audio y video en la web así como una serie de episodios con un tema común. Estos episodios van acompañados de un archivo llamado "*feed*" que permite a los oyentes suscribirse a la serie y recibir nuevos episodios automáticamente" (p. 2) argumentando que el hecho de poder suscribirte y que los archivos se entreguen de manera automática es la diferencia principal entre el podcasting y la publicación de archivos en la web, por lo que considera esta variable imprescindible.

También encontramos autores que prefieren simplificar al máximo la definición del término: “audio más sindicalización” (Blanco, 2006, p. 1935). Añadiendo posteriormente la autora que, aunque en su esencia el podcast está pensado para la suscripción, no es necesario que este proceso sea automático, sino que el oyente puede realizar la descarga de manera manual. Incluso, como hemos comentado, puede realizarse la escucha sin que sea necesaria ninguna descarga, simplemente mediante una escucha online. Siguiendo esta línea presentan su definición Delménico et al., argumentando que se trata de “un contenido en un archivo de audio digital al que las usuarias y los usuarios pueden acceder desde diferentes canales de distribución” (2020, p. 6),

Encontramos también autores (González y Salgado, 2009; Cabeza de Vaca, 2019) que denominan podcast al resultado de dividir la parrilla radiofónica a través de contenidos que, con la utilización del formato RSS, pueden consumirse a tiempo no lineal. Es decir, a aquellos formatos incluidos dentro de las páginas webs de las emisoras convencionales que se corresponden con los formatos emitidos por vías hercianas. Coincide con esta definición

Ni la RAE ni el Diccionario Panhispánico de Dudas incluyen la definición del podcasting, sí lo incluye el *Oxford Dictionary*, donde se define como: “emisión de radio o de televisión que un usuario puede descargar de internet mediante una suscripción previa y escucharla tanto en una computadora como en un reproductor portátil” (Diccionario Oxford).

## **2.4 Etapas del podcast en España**

Desde que nace, el podcasting español ha soportado una evolución en varios niveles. En esta investigación analizamos 15 años de evolución que podemos dividir en dos etapas. La primera de ellas comienza con la llegada a España de los primeros formatos de la mano de José Antonio Gelado, incluye la creación de las primeras asociaciones de podcast en el año

2010 o la extensión de las redes sociales como *Facebook* y *Twitter*. La segunda etapa comienza en el año 2016, un momento que cobra más sentido aun cuando hablamos del podcast narrativo de no ficción que nos incumbe en esta investigación, ya que a finales de 2014 nace en Estados Unidos *Serial* el primer podcast serializado profesional y periodístico de no ficción. No fue hasta mitad de 2016 cuando surgen los primeros podcasts narrativos de no ficción en España con la llegada de la primera plataforma que tiene detrás a un gran grupo de comunicación, hablamos de *Podium Podcast* y del *Grupo PRISA*. A continuación, presentamos ambas etapas.

#### ***2.4.1 Primera etapa (2004-2015): llegada del formato y su primera evolución***

Consideramos la primera etapa del podcasting desde el momento de su llegada a España en el 2004 hasta el final del año 2010. En esta etapa, además de nacer los primeros formatos, se crean las primeras comunidades que comienzan a disponer espacios para almacenar los audios. En este momento la sindicación se debe realizar a mano y todas las partes del sistema de producción las realiza el propio podcaster, que suelen ser no profesionales, es decir, amateurs que ofrecen contenidos de temáticas muy concretas. Como defiende García-Marín, “Aquellos creadores que, a la vez, pretendan realizar campañas de crowdfunding documentalistas, guionistas, curadores de contenido, técnicos de sonido, programadores informáticos, diseñadores, creadores de espacios web y community managers” (2018, p. 194)

El primer podcast en castellano lo publica el 18 de octubre de 2004 el periodista José Antonio Gelado. De nombre *Comunicando*, consiste en un formato de audio dedicado a la tecnología. Gelado disponía anteriormente de un blog, y unos meses después de que se comenzara a explotar el podcasting en los Estados Unidos se sumó a la tendencia

(García-Marín, 2019). Al nacer de la extensión de un blog consistía en un formato sencillo en el que el autor analizaba diversos temas tecnológicos.

En este momento abundan los podcasts de entretenimiento, aunque poco después comienzan a decantarse por aquellos de sociedad y cultura.

En esta etapa, de la mano de Gelado, nace *Podcastellano*, definida como la primera comunidad hispana de podcasting.

Como defienden Correyero y Balandrón “el podcasting comenzó como una revolución popular: usuarios que grababan contenidos personales y los colgaban en la Red para su descarga y escucha” (2007, p. 158).

A mediados de 2005, varios periódicos y revistas de EE. UU, como *Forbes* o *Newsweek*, fueron pioneros en lanzar podcasts en los que resumían a sus posibles lectores ciertos contenidos para animar las ventas (Moya, 2006). En abril del mismo año, la *Cadena SER* se convierte en el primer medio de nuestro país en ofrecer un servicio de podcast. Además, en octubre de 2005, el diario online *Libertad Digital*, editado por Federico Jiménez Losantos, lanza un podcast con el editorial del día, siendo así la primera inclusión de la prensa escrita en el mundo del podcast. Poco después, la revista *Rolling Stone*, utiliza el formato para emitir algunas entrevistas a artistas mediante audios mp3.

*Radio 3* con el programa *Mundo Babel* fue pionera ofreciendo contenidos exclusivos a través de [podcast-es.org](http://podcast-es.org), un espacio de colaboración que incluye tanto a profesionales como a amateurs. Además la cadena pública organizó junto a *Podcastellano* la I Muestra de podcast Independiente Español, en octubre de 2005, de manera que ofrece a los oyentes la posibilidad de crear sus propios podcast para incluirlos en la oferta de la emisora.

En esta etapa comienzan a surgir los problemas con respecto a los derechos de autor. Así nace la iniciativa Creative Commons (C.C.) que consiste en:

Una corporación sin ánimo de lucro dedicada a reducir estas barreras legales con la finalidad de poder crear y compartir trabajos creativos. Sus integrantes han redactado un “Podcasting Legal Guide: Rules for the Revolution” con la finalidad de explicar a qué licencias se pueden acoger los creadores podcasts. El problema del C.C. es que cada país tiene su manera de aplicar las licencias. (Frigola, Grané y Bartolomé, 2007, p. 13)

Podemos considerar el momento más álgido de esta etapa cuando la empresa *Apple* presenta, el 28 de junio de 2005, la nueva versión 4.9 de su sistema iTunes, que permite la posibilidad de alojar los podcasts en sus sistemas y de esa manera sincronizarse con sus reproductores MP3. Además, en el año 2007 se produce el lanzamiento del iPhone, el teléfono móvil inteligente de la marca *Apple*, lo que supone la llegada del podcasting al smartphone cuando este comienza a convertirse en una herramienta indispensable de uso. De esta manera, las tecnologías de acceso al audio se van modificando profundamente.

Servidores como *Apple* facilitan el acceso al podcast mediante aplicaciones específicas, lo que permite una suscripción gratuita y sin apenas esfuerzo. Poco después comienzan a nacer nuevas plataformas como *Cuonda*, *Spain Media Radio*, *Nación Podcast*, *Emil Car*, *AV Podcast* o *DCast*, entre otras.

Aunque ya venían dándose diferentes grupos de participación podcasters amateurs, en el año 2010 se crea la Asociación Nacional del Podcast en España, de la mano de Sebas Oliva. Una de sus acciones más importantes es la creación de las *Jornadas Nacionales de*

*Podcasting (Jpod)*, charlas en las que expertos, podcasters y audiencia interactúan analizando la situación del mercado.

Los blogs empiezan a quedarse en el olvido y *YouTube* comienza su ascenso al podio, sin embargo, aunque varíen los formatos, las temáticas coinciden tanto en escrito como en audio o video. El podcasting sigue buscando segmentos de la población inconformistas, especialistas en temáticas no masivas. “Los podcasts a menudo encuentran una audiencia explorando una subcultura exótica” (Mead, 2018, p. 6).

Hasta ese momento la mayoría de los formatos se limitan a lo que se conoce como *Talk Show* o *Chumcast* en el que uno o varios narradores discuten sobre un tema de manera improvisada.

La inmersión del podcast en los oyentes tradicionales de radio tardó en efectuarse. Sobre todo, debido a la necesidad de un mayor conocimiento tecnológico para su uso. El usuario debe manejar una aplicación de escucha específica de podcast y muchos teléfonos móviles tardaron tiempo en incorporarlas. En noviembre de 2008 nace la plataforma *iVoox*, con el lema “Escucha. Lo que quieras. Donde quieras”, y supone un gran avance en la inmersión del podcasting entre el público menos conocedor del sector. Además, fue clave ya que, poco después de su nacimiento, se incluye dentro de las aplicaciones básicas ya descargadas del sistema Android.

En un primer momento, la radio utiliza el servicio de podcasting como trasvase de sus contenidos emitidos por vía herciana. De tal manera que la red es un simple soporte más que complementa la emisión. La web de la emisora pasa a ser su servidor informático, en el que navegan los oyentes en búsqueda de información o entretenimiento (Cebrián, 2007). Primero se suben los programas a la web sin ninguna modificación y algo más tarde comienzan a

darse fragmentaciones de dichos programas. Sin embargo, avanzan los años y las emisoras continúan sin desarrollar apenas una oferta específica para Internet, tardaron mucho en comprender una estrategia de podcasting diferente a la del audio a la carta.

Siguiendo con el avance multimedia, la *Cadena SER* lanza *Visual Radio*, un proyecto a través del cual los oyentes son capaces de descargarse la canción que están escuchando y además ver su videoclip, acceder a información del artista, recibir noticias, comprar entradas, participar en concursos o enviar sugerencias de temas que quieren escuchar.

También las grandes empresas tecnológicas comienzan a incorporar softwares para la elaboración de podcasts, con empresas estadounidenses a la vanguardia como *Apple* o *American Online*. Por su parte los buscadores como *Yahoo!* y *Google* introducen un buscador específico de podcast (Cebrián, 2007).

Un hecho significativo en este periodo es el sorpasso de la radio temática a la generalizada como se observa en el segundo Estudio General de Medios de 2006. La radio generalista suma 10.871 oyentes diarios y la temática 11.631.

El archivo debe ser transferido desde el ordenador hasta el aparato reproductor de mp3, lo que demostraba que gran parte de los podcasts estaban hechos por seguidores del formato y para seguidores del formato. No era una tecnología que superara las fronteras de la especificación (Mead, 2018).

Un punto negativo es que el contenido informativo amateur abre el planteamiento sobre la fiabilidad de las fuentes y la rigurosidad del contenido, por lo que se pone en jaque la veracidad del podcast noticioso.

Es al final del año 2010 cuando se comienza a generar un mercado alternativo, intentando transformar el podcast en una práctica comercial, lanzando los primeros modelos de negocios. Sellas (2011) argumenta que ya en este momento no podemos hablar de seguidores de radio en particular ya que nos encontramos ante un paradigma de diferentes tipos de radios o una radio con todas sus extensiones. La radio tradicional es incapaz de incorporar a los oyentes más jóvenes y su audiencia no para de envejecerse (Sellas, 2011) por lo que el podcasting se ve como una oportunidad única para llegar a esas audiencias que la radio no puede rescatar.

Aunque la radio siempre ha estado ligada a la participación del oyente ahora, gracias a las redes sociales, los oyentes no tienen que esperar a entrar en antena, sino que pueden participar sin que se les tenga que autorizar para ello.

En noviembre de 2006 Twitter comienza su andadura en España y en febrero del 2008 la red social estadounidense *Facebook* lanza su versión en español. Sus aplicaciones a la comunicación la sitúan como la herramienta perfecta de los medios tradicionales (Yuste, 2010).

Un paso posterior en esta etapa proviene, según Bonini, del “uso generalizado de teléfonos inteligentes, la popularidad de nuevas plataformas digitales de micromecenazgo y el crecimiento artístico y creativo de una legión de productores radiofónicos profesionales formados en la radio pública, han inspirado una nueva época de podcasting” (2015 p. 27)

Todavía en este periodo el consumo audiovisual tradicional sigue luchando contra la radio en internet. Aun así, vemos cómo por ejemplo, jóvenes de entre 18 y 25 años, comienzan a preferir los soportes móviles para realizar estas escuchas. Debido a esto comienza a darse un consumo cada vez más individual, el 26,6% de la población juvenil

reconoce escuchar la radio solo en casa frente al 3,8% que lo hace acompañado, aunque este fenómeno de la individualización no llega todavía a otros medios como la televisión. Sigue siendo además significativo el número de personas que eligen el coche como soporte principal de escucha radiofónica, un 35,5% (López y Gómez, 2014). En 2014 cerca del 50% de los coches que se vendieron estaban conectados a internet y se estima que para el 2025 esta cifra sea ya del 100% (Roose, 2014).

Observamos también que en este momento algunos autores se anticipan a lo que está por venir, augurando el futuro de la radio como:

Productora de contenidos que el usuario decidirá si desea o no escuchar, abriendo incluso la posibilidad de descargar en un MP3; profesionalización y especialización de contenidos; aparecerán nuevas herramientas de conectividad por Wi-Fi; asentamiento de la cobertura satelital; provocará la desaparición de la FM convencional y por último, los precios de acceso a Internet serán más asequibles. (Ayllón y Castañeda, 2013, p. 104)

La gran mayoría de jóvenes se han adaptado ya a la nueva ciberradio por lo que un 91,5% de ellos le auguran un futuro prometedor. Las críticas siguen atormentando a los formatos tradicionales. Entre la población juvenil destaca esa crítica por su poca creatividad, por el ritmo acelerado, el encorsetamiento con respecto a las informaciones o la presentación de noticias hacia las que el sector más joven presta poca atención (López y Gómez, 2014).

Surge además en el año 2012 la Asociación Española de Radio Online (AERO) para divulgar información en diferentes ámbitos, tanto académicos como institucionales y profesionales.

Fueron varios los motivos por los que en estos años se profesionaliza la producción del podcast. Por un lado, se acelera la migración de los medios de comunicación a Internet. Por otro lado, se extiende por completo el uso de los smartphones, abriendo la posibilidad a nuevos agentes del audio y quitando la exclusividad a la radio. Pero, además, como señala Bonini (2015) algunos podcast de la radio pública estadounidense se independizan y comienzan a financiarse a través de microdonaciones. Este cambio fue significativo monetariamente, pero sobre todo demostró que ya existían comunidades de fieles.

El podcasting se presenta como una nueva vía para la difusión de contenidos. Las empresas encuentran una alternativa a la hegemonía mediática y comienzan a hacer uso de esta nueva vía. A las descargas en Internet y al *streaming* se une un nuevo modelo de difusión bastante accesible en cuanto a las TIC se refiere.

Empiezan a destacar los contenidos que no se limitan a un solo medio, lo que conocemos como contenidos transmedia y crossmedia. Son capaces de afianzar las audiencias con diferentes técnicas que permiten la creación de audiencias más fieles (Cao Fernández, 2019).

En 2014 la marca tecnológica *Apple* presenta la posibilidad de descargar podcasts directamente desde cualquier dispositivo iOS (McHugh, 2016). Y es en estos años cuando se extiende el uso de grabadoras portátiles semi-profesionales que permiten a usuarios amateurs competir con profesionales (Beauvoir, 2015).

El consumo de podcasts comienza a aumentar debido a todos estos factores, aunque también hay quienes defienden (Ayllón et al., 2013) que el aumento de consumo puede venir por la crisis y el crecimiento del paro ya que el hogar es el lugar donde más radio se consume.

Debemos mencionar además el nacimiento en 2012 de *Radio Ambulante* que supuso un impacto en los países de habla hispana. Se trata de una puesta en valor de las voces de los protagonistas, dejando de lado a expertos o académicos y poniendo el foco en quienes viven las historias. Una de las novedades que presenta es que cada uno de sus episodios se relaciona en torno a una historia que empieza y acaba en el mismo capítulo, exceptuando algunos casos que se narran en más de uno. La iniciativa, que nace de las manos de Carolina Guerrero y Daniel Alarcón, ambos latinoamericanos residentes en Estados Unidos, pretende traer historias de América Latina al foco de la actualidad. Se trata de crónicas en profundidad como ellos mismos defienden. Evitan acudir a especialistas y prefieren narrar la historia a través de la voz del protagonista (Azurín, Ñaupas y Rodríguez, 2015). El narrador es un mero acompañante, el lenguaje es sencillo y explicativo, los efectos de sonidos limitados, evitando así recargar la narración.

Varios avances tecnológicos y narrativos venían dándose en el mundo del podcasting, sin embargo, un podcast en concreto aunó todos ellos para pasar a la historia como el podcast que lo cambió todo.

#### ***2.4.2 Segunda etapa (2016-2020): profesionalización y llegada del podcast narrativo de no ficción***

Diferentes autores (Mead, 2018; Berry, 2015) consideran que la verdadera revolución del podcasting es más creativa que tecnológica y *Serial* puede ser la clave de esta revolución.

El podcast estadounidense *This American Life (TAL)* nace en la radio pública (*National Public Radio (NPR)*) de la mano del periodista Ira Glass en 1995, buscando recuperar un periodismo más narrativo y pausado (McHugh, 2016).

En octubre de 2014, cuando *TAL* ya está consolidado en el mundo del podcasting lanzan *Serial* como subproducción. Presenta una serie dividida en 12 episodios que solo un mes después de su publicación ya contaba con una media de un millón de descargas por episodio. Un año después, la serie tenía más de 90 millones de descargas (McHugh, 2016).

Para muchos autores (Bonini, 2015; McHugh, 2016; García-Marín, 2018) *Serial* es el inicio de la segunda era del podcasting, nosotros en esta investigación lo consideramos como el paso previo ya que tendremos que esperar algo más de un año para ver su impacto en España. Supone el salto a la innovación narrativa tal y como sucede en *A sangre fría* de Truman Capote en 1966 si hablamos de formatos escritos.

Este podcast fue considerado “el podcast que todos estábamos esperando” (Larson, 2014, como se citó en Berry, 2015, p. 301) o “el primer gran éxito del podcasting (Carr, 2014, como se citó en Berry, 2015, p. 301). La revolución fue tal que consiguió premios como el *Peabody*, explicando el jurado que se trataba de “un cambio de juego de audio” (Berry, 2015, p. 301). La influencia de este podcast se observó cuando el equipo del podcast consiguió lo que estaban buscando, reabrir la investigación. Ocho años después de su publicación, en 2022, una jueza anuló la condena al supuesto culpable de haber estrangulado a su exnovia de 17 años, Adnan Syed. Las dudas sobre su inocencia se plantean en este formato.

La narración que hace Sarah Koenig se compara con el estilo narrativo de Truman Capote o Charles Dickens (Linares y Neira, 2017). Cuenta con un tono de narración informal, conversacional donde entra la ironía y la duda. Y supone una completa innovación ya que introduce la figura del narrador como protagonista de la historia, como guía y parte implicada, de manera que la investigación empieza a tener más importancia que la propia historia. Esto hace que se le acuse, al igual que a muchos otros podcasts que han seguido esta

estela, como poco objetivo y no veraz. Debemos resaltar que este tipo de contenido nunca ha buscado la neutralidad, sino que toman una visión y la defienden. Por ello el periodista se convierte en parte de la historia, no es un mero narrador.

Como ocurre con el Nuevo Periodismo, el exceso de información hace necesario el repunte de otro tipo de géneros, en este caso de mayor profundidad en la información y pausa en el ritmo.

Como señalan Linares y Neira (2017) es una mezcla entre crónica periodística y entretenimiento radiofónico e inspiró formatos posteriores que mezclan narrativas e información como *The Daily* de la *BBC*, bautizando este tipo de contenidos como *narrative news*. De tal manera, se busca una solución al problema de la sobreinformación y de la parcialidad informativa (Azurin , Ñaupas y Rodríguez, 2015)

Era un podcast gratuito pero que contaba con numerosos anuncios. De hecho, fue uno de los primeros podcasts que hizo reaccionar a los anunciantes (Mead, 2018). y Como argumenta Roose (2014) la publicidad comienza a llegar a cifras importantes de público a un coste mucho menos elevado que en cine o en televisión. Se eliminan algunos de los valores básicos que venían dándose en el podcasting, como el amateurismo, sobre todo en calidad sonora y el podcast conversacional (Berry, 2015). También se pasa a un orden no cronológico sino literario (Mead, 2018).

Fue indudablemente un catalizador para el nacimiento de los primeros formatos en España (García, Esteban y Núñez, 2019). Supuso un camino a imitar o mejor dicho, a seguir, para numerosos podcasts posteriores.

La segunda etapa del podcasting en España se caracteriza por una mejora en el sistema de producción, naciendo productoras exclusivas para la creación de estos formatos,

destacando cada vez más aquellos podcasts profesionales de los amateurs. De hecho, muchos de los amateurs más destacados pasan a formar parte de plataformas o productoras. Pero además en el momento en el que el podcasting se convierte en clave para la educación. Cada vez más instituciones lo utilizan como uno de sus métodos educativos.

El sector del podcasting comienza a profesionalizarse con la llegada de los medios y los periodistas a él. Empieza a situarse como una entidad propia, cada vez más separada de la radio, incluso se comienza a definir como recuperador de formatos olvidados como defiende Markman (2015).

El podcast narrativo sitúa su interés en un momento histórico en el que se reivindica un periodismo de cocción lenta, dejando atrás la inmediatez que se venía dando desde la explosión del periodismo en internet. Es una tendencia que no solo se da en el audio, sino que también se observa en el formato escrito y audiovisual.

Mientras que la radio lleva décadas centrada en la información más inmediata con contenidos homogéneos divididos en grandes bloques (García, Esteban y Nuñez, 2019) el podcast presenta ahora una oportunidad de buscar aquellos huecos informativos que estaban abandonados en cuanto a temáticas, formatos y tiempos. Si la radio tradicional basaba su programación en grandes magazines e información generalista centrada sobre todo en noticias, entretenimiento y deporte, el podcasting busca al oyente fuera de ese target radiofónico. Encontraremos podcast sobre temáticas minoritarias, también en otros idiomas, incluso algunas emisoras utilizan esta herramienta para completar la parrilla con estos contenidos.

Como defiende la Encuesta Pod2022 el 66% de los oyentes descubre nuevos podcasts para escuchar a través de las redes sociales.

Aunque parezca una contradicción, en la era de la rapidez y la sobreinformación tiene todo el sentido encontrar momentos de pausa y reflexión. El exdirector adjunto del periódico The Washington Post se preguntaba si tenía futuro el periodismo de investigación en la era de Twitter (Ruiz y Salgado, 2022) y la respuesta es que tiene más sentido que nunca.

Esta era del podcasting, secundada por autores como (Bonini, 2015; Lopez, y Homssi, 2021) es un redescubrimiento de varios tipos de géneros y una renovación de contenidos sonoros, dejando atrás lo explotado hasta ahora. Una nueva forma de contar historias, redefiniendo lo que ya se ha realizado en papel incluso en audiovisual ahora en un medio sonoro. Esto se relaciona con la forma de escucha, mientras que otros podcasts requieren un nivel de atención parecido al radiofónico, ahora la escucha es activa y atenta. Pero además es un formato perfecto para la exploración de narrativas transmedia (Lopez, y Homssi, 2021).

El podcast narrativo es un relato que requiere de varias características. En defensa de García, Esteban y Núñez, 2019:

Requiere tiempo y espacio, una cierta distancia respecto de la hiperactualidad y un tiempo para rescatar personajes y testimonios, repensar archivos, encontrar perspectivas, los paisajes sonoros de las historias [...]

La intención y compromiso del autor con la historia que quiere contar es otro elemento esencial [...]

En el podcast narrativo, como en el periodismo narrativo, el autor explica lo que conoce o, mejor dicho, lo que va conociendo: de este modo, el autor se convierte en un narrador testimonial que forma parte de la historia [...]

Por una parte, se relatan los resultados de la investigación periodística y, por otra, se describe el proceso de producción desde la óptica del podcaster, el documental sonoro en español está muy marcado por las líneas narrativas del reportaje o la crónica, en las que prima la presencia sonora del periodista o locutor durante el relato [...]

Con estas tácticas se encadenan episodio tras episodio, aunque cada uno de estos debe tener entidad propia. En relación con el consumo, si un oyente decide realizar una escucha aleatoria, el capítulo debe funcionar (pp. 131-140).

Añaden los autores que otra característica de este tipo de formatos es la serialización (García, Esteban y Núñez, 2019). Esta puede ser de trama, es decir, cuando hablamos de formatos en los que para comprender la historia en su totalidad requieren de varios capítulos, de tal manera que la información se reporte entre los episodios, o podemos hablar de formatos resolutivos capitulares, es decir, aunque el fondo del discurso es el mismo cada capítulo es independiente en sí mismo, la historia termina y acaba en el capítulo. La serialidad es un elemento diferenciador de estos formatos, que construye unas nuevas necesidades en el oyente del audio, aunque si lo analizamos profundamente no son tan novedosas, sino que se recuperan de formatos antiguos como pueden ser las radionovelas. De esta manera el oyente crea un vínculo especial con el contenido.

Es el uso de recursos ambientales, voz, en muchas ocasiones apelando al oyente, músicas y sobre todo testimonios, todo para crear atmósferas inmersivas. Coincide en muchos de los casos con los elementos propios de la radio como hemos apuntado. Es una combinación entre elementos que acompañan y el tono propio de la narración, que no puede

analizarse sin el guion previo. El lenguaje debe ser cotidiano y sencillo, y las interacciones con el público deben ser habituales (Azurin, Ñaupas y Rodríguez, 2015).

En esta nueva fase el avance tiene más relación con los propios contenidos que con la tecnología, pues como defiende Tapia “la base de la comunicación sonora ya no es el soporte. Ahora el contenido es la esencia” (2016, p. 38).

En el año 2018 la profesora Charlotte de Beauvoir escribe el *Manifiesto para la renovación de la narrativa sonora de no ficción en español*. En este argumenta los puntos necesarios para crear una nueva narrativa, algunos de los cuales son: unas estructuras más creativas y menos rígidas; un posicionamiento de la historia in situ, es decir que exista una conexión directa entre el autor y la noticia y una locución más natural y menos formal ya que ahora el narrador habla de manera individual y cercana al oyente.

Para conseguir esto el género propuesto es el documental sonoro, definido en el Foro de documental Sonoro en Español (SONODOC) como “contar historias reales con sonidos”. De esta definición se puede entender que implica una mayor narratividad del autor, de aquí el verbo “contar”; un acercamiento a la realidad que puede tener un punto de dramatización siempre y cuando se explique y sea necesario y el uso de un material que sea únicamente sonoro (de Beauvoir, 2018, p.23).

El podcast narrativo suele ser un formato creado por periodistas. La evolución de la investigación periodística es por tanto parte de la historia, creando en algunos momentos dos tramas: la que cuentan los entrevistados y la que explica el periodista sobre el proceso de la investigación (García, Esteban y Nuñez, 2019).

Este tipo de formato ha obtenido diversos nombres a lo largo de su historia. Hay quienes (Legorburu, García, 2021) prefieren llamarlo reportaje sonoro, argumentando que

toma ciertas características de su hermano en papel, como la interpretación de la información y comparándolo con el género radiofónico ya conocido, al hacer uso de elementos del lenguaje sonoro como pueden ser las músicas, los silencios, los efectos y la palabra (Legorburu, García, 2021).

Sin embargo, el reportaje radiofónico estaba en desuso cuando el podcasting decide tomarlo como punto de partida para convertirlo en lo que conocemos como podcast narrativo de no ficción, tomando elementos de otros géneros como la crónica o el documental. Los medios tradicionales no dedican tiempo y dinero a este género debido a su alto coste y por ello lo llama Nieto el género “durmiente” (2008, p. 75). Sí se ha conservado en algunos medios tradicionales como en *Radio Nacional de España* con los programas *Documentos y Reportajes en Radio 5*. Así mismo, lo recuperó para la *Cadena Ser* la periodista Conchi Cejudo con *Vidas enterradas*, una serie sobre memoria histórica en España.

La llegada de los nuevos dispositivos supuso que se modificaran los patrones de visualización, escucha y lectura. En concreto, los teléfonos móviles se han convertido en la principal pantalla de consumo audiovisual, (AIMC, 2019) Para satisfacer la demanda surgen todo tipo de pantallas, aplicaciones o plataformas adaptadas a los nuevos terminales (Cao Fernández, 2019). Existen diferentes formas de consumo: a través de un dispositivo fijo y en compañía, con un dispositivo fijo, pero de manera individual, en compañía pero con dispositivo móvil, en solitario desde dispositivo móvil y por último en solitario pero evocando a la compañía gracias a otros medios digitales (Cao Fernández, 2019, pp. 35-36). La mayor atención a este producto viene dentro de la ola de los nuevos usos asociados a los medios tradicionales, como la movilidad en la música, con *Spotify* o *Deezer*, o la televisión en plataformas como *Netflix* o *Hulu*.

La narratividad comienza a destacar y se observa a nivel audiovisual. Plataformas como *Netflix* comienzan a hacerse un hueco en la industria del entretenimiento y proponen unas variables de formatos que comienzan a extrapolarse a otros ámbitos. Hablamos de temporadas y episodios. Esta plataforma es pionera en la presentación de las temporadas completas, eliminando la atadura de estrenar capítulos semanales o incluso quincenales (Pittman y Sheehan, 2015). También los podcasts comienzan a implantar todas estas características en sus formatos.

De hecho, Ira Glass, presentador de *TAL* defiende que la intención de podcasts como *Serial* es asemejar la escucha a la visualización de *HBO* o *Netflix*. Tramas, situaciones y personajes se van descubriendo a medida que avanzan los episodios (Azurin, Ñaupay y Rodríguez, 2015). De tal manera, escuchar episodios en este tipo de formatos se asemeja más a la visualización de una serie que a la escucha de un programa radiofónico.

Además, el consumo de otros medios como la televisión o el cine ha disminuido en los últimos años debido al surgimiento de tecnologías y sus correspondientes plataformas de distribución, ordenador portátil, tableta o móvil se unen a *Netflix*, *HBO* o *Prime Video* para modificar los hábitos de entretenimiento e información. Además, estos contenidos se han globalizado, de manera que la gran cantidad de producciones hace que las labores de doblaje en España no den a basto, lo que globaliza no solo el idioma, sino también el contenido. La cultura de las series y sus famosos atracones, conocidos como *binge-watching* se extenderá a otros sectores (Pérez y Díaz, 2017). El nuevo consumo juvenil deja de lado la principal competidora audiovisual: la televisión. Ahora la programación se dirige a mantener la atención de la audiencia lo que ha llevado a un aumento del tiempo de exposición a los contenidos por parte de los usuarios (Dowling y Miller, 2019).

Con los medios tradicionales dedicados a la inmediatez y a la saturación de contenidos se planea ahora un regreso a la profundidad y a la pausa.

En este momento el contenido que empezamos a encontrar es cada vez más narrativo (Lindgren, 2016) y el podcasting pasa a formar parte de “Una explosión de narración inmersiva en la publicación digital [...] y la narración de historias para la narrativa documental que invita a la reflexión. Este cambio en la industria de la publicación digital ha ayudado a desarrollar el podcasting tal como lo conocemos” (Dowling, Miller, 2019, p. 169).

El sonido se aprovecha para mejorar las narraciones consiguiendo una inmersión por parte del oyente y evolucionando así el nivel narrativo de manera cada vez más sofisticada (Dowling y Miller; 2019). Comienza entonces el podcasting a apostar por un periodismo de largo aliento, invirtiendo tiempo y recursos, recuperando las crónicas que ya apenas tienen hueco en el resto de los medios de comunicación que evolucionan hacia la inmediatez y la saturación. Algunos autores (Dowling y Miller; 2019) defienden incluso que con este tipo de formatos empieza a conformarse un nuevo género.

De tal manera, el podcast se presenta como un medio ideal para el contenido narrativo de no ficción, por requerir un presupuesto menor y por ofrecer diferentes formas de crear comunidad (Ayala, 2021). Son limitadas las apariciones de este tipo de formatos en la radio generalista, por lo que las posibilidades de creación del género narrativo pueden ser uno de los motivos que están detrás de la expansión del universo del podcasting que además, comienza a incorporar muchos elementos de la ficción y en algunas ocasiones incluso dramatizaciones dentro de los propios formatos de no ficción (Legorburu, Edo, y García González, 2021).

Por todo ello, el podcasting empieza a destacar como lugar idóneo para situar producciones más elaboradas, narrativas documentales (Beauvoir, 2015) y en concreto, *Podium Podcast* se presenta como un portal de contenidos con infinitas posibilidades. Por un lado, la fidelización de las audiencias gracias a la suscripción y a la publicación de episodios con temporalidades concretas y por otro lado, la posibilidad de elección de una parrilla individual por cada usuario, en contenidos y en horarios. Esto hizo que *Podium Podcast* obtuviera en sus primeros seis meses 208.000 usuarios únicos, medio año después, desde junio de 2017 hasta febrero de 2018 cinco millones de descargas (Moreno Cazalla, 2017), nueve millones en su primer aniversario y 40 en su tercero (Legorburu, Edo y García González, 2021).

Aunque podemos situar a *Podium Podcast* como impulsora del sector, no fue la única en presentar estos géneros en España. *Cuonda*, *Sonoro Global Media Corp* o *DIXO*, primera plataforma hispanohablante (mexicana) impulsada por una corporación mediática, también participan en esta fase expansiva (Legorburu, Edo y García González, 2021). Sin embargo, diferentes autores (Legorburu, Edo y García González, 2021; Pérez-Alaejos, Pedrero y Leoz, 2018) consideran a *Podium Podcast* el origen de la profesionalización del sector.

El 7 de junio de 2016 de la mano de *PRISA Radio* nace *Podium Podcast*, la primera plataforma profesional de podcasting española que además va unida a un grupo de comunicación ya existente. Apuestan por la profesionalización del sector de manera que, mientras antes la producción completa caía en manos del podcaster, desde *Podium* distinguen roles, según Moreno Cazalla, su actual directora, organizándose en cinco tipos de agentes diferentes:

Los creadores y productores del podcast; la agencia creativa, que se encarga de ilustrar cada podcast; el equipo dedicado a la gestión diaria de la web, responsable de preparar los textos, las ilustraciones, el audio, etc; la Jefa de Proyecto que revisa todo el proceso, desde la parte creativa a la comercial, pasando por la jurídica y la responsable de redes sociales. (2017 p. 345)

*Podium* cuenta con una gran diversidad de formatos, encontramos grandes producciones, pero también programas liderados por influencers, investigaciones periodísticas, recuperación de archivo, etc. Cuando nace, divide su catálogo en cuatro bloques: entretenimiento, esenciales (fonoteca), ficción y periodismo y cinco años después, aunque se hayan creado otras categorías, los podcasts englobados dentro de la temática Periodismo ocupan un 31,49% del total de sus contenidos, lo que demuestra la apuesta por este tipo de formato (Legorburu, Edo y García González, 2021). Para su exdirectora, María Jesús Espinosa de los Monteros:

Esta plataforma apuesta por cuestiones de actualidad latente y no inmediata, destacan dos contenidos: los sucesos, vinculados a noticias relativas a violencia de género, abuso de menores, estafas o accidentes; y las biografías de personajes, sobre todo, del mundo de la cultura (Legorburu, Edo y García González, 2021, p. 523).

**CAPÍTULO III: ANÁLISIS CUANTITATIVO DEL  
PODCAST NARRATIVO DE NO FICCIÓN EN ESPAÑA**

Teniendo en cuenta las variables mencionadas y las normas que debe cumplir un título para ser definido como podcast narrativo de no ficción, presentamos a continuación los formatos sobre los cuales se realizará el análisis cuantitativo. Se ha realizado este análisis mediante una métrica exacta especificando un conjunto de variables numéricas y no numéricas a través de las cuales realizaremos la definición del formato.

### ***3.1.1 Le Llamaban Padre***

El primer podcast narrativo de no ficción que se publica en España lo publica *Podium Podcast*. Hablamos de *Le Llamaban Padre*, resumido argumentalmente en la plataforma de la siguiente manera:

Esta historia ocurre en Lleida, en un pequeño pueblo llamado Castellldans. Carles Porta es periodista y durante dos años ha estado investigando uno de los casos de pederastia mejor documentados del mundo. Una historia de abusos, de víctimas y verdugos muy sutiles. De padres e hijos.

Hay una sentencia, pero también muchas dudas sin despejar. Una especialmente: ¿cómo fue posible que se repitiese el crimen durante 17 años sin que nadie detectase nada?

A lo largo de los episodios que componen este reportaje escucharemos hablar al pederasta, a sus víctimas y al policía que destapó el caso. (*Podium Podcast*, 2022)

Publicado del 8 de junio de 2016 al 19 de junio de 2016.

En el portal de contenidos se engloba dentro de las categorías de “documentales” y “el verdadero crimen”.

Cuenta con siete episodios de una duración media de 20 minutos y 28 segundos y un total de 2 horas, 23 minutos y 17 segundos. Está basado en la novela del periodista Carles Porta, quien es también responsable de la locución o narración, de la dirección y del guion, compartiendo estas dos últimas funciones con Jose Ángel Esteban, que además ejerce de diseñador sonoro. Guillem Arnal es el encargado de la toma de Sonido, Iñigo Guerrero de la edición y mezcla y Laia Gil y Óscar Rodríguez de la producción.

Un narrador nos guía en la historia, Carles Porta, periodista que investiga sobre el tema. Se presenta en todos los episodios y recuerda, aunque sea brevemente, su relación con el caso. El tono de la narración es serio e informativo, aunque en varias ocasiones se permite la subjetividad. Narra en tercera persona, recurre además numerosas veces a la interpelación con el oyente y suele buscar la atención de este con preguntas a resolver. El narrador aparece 26 veces de media por episodio, en intervenciones cortas de 13 segundos de promedio.

Cuenta con cuatro entrevistados: Héctor, policía de los Mossos d'esquadra amigo de Carles Porta que investiga el caso; David Donet pederasta que cumple condena en la cárcel por abusar de niños que tenía en acogida; Santi, uno de los niños de los que abusó David Donet y Montserrat Juvanteny directora de la Fundació Juvanteny, encargada de gestionar las casas de los niños de acogida. La duración de los cortes de voz varía según avanzamos en el recorrido del podcast. En los primeros episodios el narrador interrumpe en numerosas ocasiones al entrevistado para realizar sobre todo explicaciones sobre el caso, a medida que avanza la historia los cortes de voz son cada vez más largos, siendo en los dos últimos episodios las narraciones de Porta bastante escasas. Encontramos 39 cortes de entrevistas de media por episodio, también en intervenciones breves, de unos 17 segundos.

Los documentos de archivo son escasos y se basan en noticias sobre el caso que se dieron en la *Cadena Ser*, encontrándolas casi siempre en formato mezcla de noticias de diferentes locutores que se relevan contando la historia, muchas veces van precedidas con el sonido identificatorio del programa *Hoy por Hoy*, la careta de inicio. De media encontramos uno por episodio de una duración media de 9 segundos. No encontramos recreaciones.

Cuenta con una cabecera que se limita a nombrar el título del podcast, el número de capítulos y el nombre del episodio en concreto. Esta voz corporativa aparece en otras ocasiones, al final de todos los episodios, recordando el título del podcast y, exceptuando el primero, también recordando la web oficial del formato, así como las redes sociales de *Twitter* y *Facebook* de *Podium*, incitando al oyente directamente a acudir a ellas “síguenos”. Al inicio de cada episodio escuchamos una cortinilla propia de *Podium Podcast* que consiste en un logo sonoro musical identificativo y el claim “Historias que hablan tu idioma”. La duración de esta es de unos 7 segundos.

Las músicas son fondos que ayudan a dar intensidad a la historia. Normalmente son utilizadas en momentos en los que sube el ritmo del episodio y se suelen dejar en vacío los momentos de mayor tensión. Se utilizan una media de ocho músicas por episodio y muchas se repiten en varios de ellos. Suelen ser músicas con tonos de tensión, algo oscuras, que dan fuerza al relato de Carles Porta o de alguno de los protagonistas, aunque la mayoría de las entrevistas las encontramos en vacío, exceptuando la de Héctor el Mosso y en los primeros episodios la de David, que cuenta con una música propia identificativa bastante inquietante que desaparece a medida que avanzamos en el resto de episodios. Por el contrario, no encontramos canciones registradas.

Encontramos algunas ráfagas musicales, una media de nueve por episodio de máximo 12 segundos de duración, normalmente al iniciar un fondo musical o para que el oyente reflexione sobre alguno de los testimonios que acaba de oír. De la misma manera, en algunas situaciones utiliza los silencios, una media de siete por episodio. Estos son extensos, de una duración máxima de 7 segundos.

Una de las características más identificativas de este podcast es la enorme cantidad de efectos de audio que aplica a las voces, hace un excesivo uso de las negritas<sup>15</sup>, para enfatizar frases, pero también incluso ciertas palabras dentro de una frase. Además, añade numerosas mariposas<sup>16</sup> que aplica en muchas ocasiones junto a estas negritas, al inicio de ciertas frases explicativas. Utiliza la repetición de frases importantes, a veces en formato rever y otras directamente colocando la frase en cuestión y una característica muy especial es que a veces anticipa por debajo de la narración principal alguna frase. Encontramos una media de nueve efectos de audio por episodio.

Con respecto a los efectos de sonido son bastante comunes en dos momentos, en primer lugar, cuando queremos narrar situaciones concretas, recrear ciertas escenas como puede ser la detención de David o el registro de su casa, pero sobre todo sorprende la utilización de abundantes leitmotiv<sup>17</sup> que utiliza para identificar al personaje. Para que cada personaje tenga un sonido propio utiliza la misma melodía de fondo y algún efecto de sonido concreto. Por ejemplo, con Héctor el Mosso utiliza unos pasos corriendo por gravilla, debido

---

<sup>15</sup> Efecto de audio que consiste en una distorsión armónica con un emulador de amplificadores de guitarra como SansAmp PSA-1. También degradamos el audio añadiendo distorsión y saturación con un generador de ruido como Lo-Fi.

<sup>16</sup> Efecto de audio que consiste en añadir dos efectos antes y después de un audio que utilizamos de forma explicativa. Dos efectos riser, que crecen de menos a más hasta que cortan abruptamente, dejando que la reverberación colee sobre el texto.

<sup>17</sup> Conjunto de recursos narrativos que rodean a una declaración. Se puede definir como el vestuario y el maquillaje de un personaje si lo comparamos con el cine. A razón de que el oyente identifique rápidamente quién habla en cada momento ofrecemos a cada personaje unos recursos identificativos particulares como pueden ser fondos musicales o efectos de sonido.

a que al introducirnos al personaje nos cuenta cómo él corre con el narrador Carles Porta, este sonido a veces se coloca también debajo de Porta y cambia el de Héctor con una sutil sirena de policía. Otro ejemplo es que debajo de Montse Juvanteny utiliza máquinas de escribir para simular su relación con los organismos oficiales. De tal manera que, no solemos encontrar efectos de sonidos separados sino como fondo o leitmotiv o formando un conjunto para ayudar a recrear el ambiente de una narración.

Además, los capítulos cuentan al inicio con 1 minuto de resumen del anterior, excepto en el primero como resulta evidente, y 30 segundos de adelanto del capítulo siguiente, obviamente eliminando el último. Estos son escritos para la ocasión y locutados por Carles Porta quién además recupera algunos cortes de entrevistas. Normalmente están llenos de preguntas al oyente.

Analizamos ahora algunas variables específicas que encontramos en los diferentes episodios. En este caso y al ser el primer podcast narrativo de no ficción español, el análisis será bastante exhaustivo.

- Episodio 1: *Una frase en Facebook*, de una duración de 23 minutos y 28 segundos. En el primer episodio el narrador, Carles Porta, toma tiempo para presentarse, así como para introducir la historia y su relación con ella. Además, desde prácticamente el inicio interpela al oyente en varias ocasiones con frases como “más adelante sabrán por qué” o con preguntas retóricas “¿cómo es posible que se repitiese el crimen durante 17 años sin que nadie sospechase nada?” o “¿por qué investigué este caso si me provocaba tanto rechazo?” En el 1:36 entra la primera voz que participará en este podcast, la de su amigo Héctor. La cabecera en este caso aparece en el 2:04. En el minuto 3:00 el narrador vuelve a hablar con el oyente y escuchamos el primer efecto

de audio que nos saca de la narración principal, una mariposa, que eliminando la música y los efectos de sonido que estaban de fondo, explica un concepto que ha nombrado el entrevistado y que quizás sea necesario aclarar. Un poco más adelante el autor y narrador presenta varios juicios de valor, analizando el porqué de la sinceridad del policía “creo que lo necesitaba” o “lo realmente interesante es lo que no está en los papeles oficiales”. En el minuto 8:50 utiliza un silencio de 5 segundos para separar entre dos escenas y para remarcar de nuevo el inicio de la investigación. Tras esto escuchamos lo que parece ser una entrevista de Carles Porta con uno de los protagonistas. Se escuchan las preguntas de Porta y las respuestas. Tras escuchar 1 minuto y 20 segundos de esa conversación, Porta presenta al entrevistado “es el tutor, el padre de acogida”. No es hasta mitad del episodio cuando le ponemos nombre a uno de los protagonistas, “acaban de conocer a David Donet, y como pueden suponer será muy importante en este relato”, de nuevo habla con el oyente. En el minuto 12:20 el autor realiza un repaso por las fechas más importantes del caso, para situar a aquellos que hayan podido perderse en algún momento de la narración. Los últimos 30 segundos sirven para presentar el próximo episodio. Publicado el 8 de junio de 2016.

- Episodio 2: *La habitación de arriba*, tiene una duración de 20 minutos y 23 segundos. Es la primera vez que escuchamos al inicio el resumen del capítulo anterior, de una duración de 1 minuto. Además, acto seguido Porta se vuelve a presentar. Encontramos por primera vez el efecto de audio jump cut<sup>18</sup> con paneo<sup>19</sup> que se utiliza para darle ritmo a la narración. La cabecera entra en el minuto tres. Además, se introduce un

---

<sup>18</sup> Cortes por salto. Efecto de audio que consiste en una sucesión de clips superpuestos, viene de montaje de video. Nosotros lo replicamos en audio panoramizando cada elemento a cada lado. Efecto de salto que se produce en el montaje al cortar de una posición de cámara a otra más cercana o lejana en el mismo.

<sup>19</sup> Efecto de audio que consiste en mover el sonido entre la salida derecha y la izquierda.

efecto de sonido del que no se hablará hasta segundos después, el ladrido de un perro. Escuchamos algunos fondos musicales que ya se han utilizado en el primer episodio. Publicado el 14 de junio de 2016.

- **Episodio 3:** *Cintas de video y cenizas*, de una duración de 20 minutos y 21 segundos. Vuelve a comenzar con la presentación de Carles Porta. Se utiliza por primera vez el efecto de audio de adelantar una frase que suena de fondo y que unos segundos más tarde suena en primer plano. En el 3:26 Porta sitúa una entrevista que llevamos escuchando en todos los episodios, la de David Donet y explica que están hablando desde la cárcel. Además, sitúa al oyente en la sala haciendo una descripción del lugar. Publicado el 21 de junio de 2016.
- Episodio 4: *La perfección de la perversión*, de una duración de 19 minutos y 23 segundos. No comienza con la presentación de Porta sino que escuchamos un efecto de sonido de rebobinar, bastante fuerte en primer plano. Hasta después de la cabecera en el 2:54 no se presenta Porta. En este episodio recupera a Montserrat Juvanteny, que no había vuelto a aparecer desde el primero. En el 14:03 distorsionan los nombres propios de niños y niñas que aparecen en las cintas grabadas por David Donet. Publicado el 28 de junio de 2016.
- Episodio 5: *Un flash y una película de terror*. Dura 20 minutos y 7 segundos. De nuevo no comienza con la presentación de Porta sino con una película porno de fondo que se escucha mientras habla Santi, uno de los chicos de los que abusó David Donet. De nuevo Porta se presenta tras la cabecera, en el 2:06. Al contrario que en el resto de episodios este no es cronológico, sino que ahora vuelve al momento en el que Donet comienza a tramitar ser padre de acogida. El resto del relato que hemos escuchado

hasta ahora era en orden cronológico, aunque en ciertos puntos hubiera algunos recuerdos del pasado en formato flashback. En este episodio Porta cada vez va teniendo menos protagonismo y deja que los entrevistados intervengan más tiempo. De hecho, en muchas ocasiones se colocan los cortes de los dos protagonistas, como si hablaran entre ellos, tratando los mismos temas: “Yo me enamoré de Santi”, “pero yo de él no”. Publicado el 5 de julio de 2016.

- Episodio 6: *El famoso David*, de una duración de 19 minutos y 5 segundos. Comienza con David contando una historia para pasar a la cabecera y a la presentación de Porta. Destaca la cantidad de negritas que tiene para enfatizar muchas partes de las declaraciones de los protagonistas. Publicado el 12 de julio de 2016.
- Episodio 7: *Un secreto entre nosotros*. Dura 20 minutos y 9 segundos. El resumen del anterior capítulo dura casi 1 minuto y medio, 30 segundos más que los anteriores. Comienza con una declaración de Montserrat que adquiere un protagonismo especial que no había tenido en otros episodios. A modo de epílogo ponen unos cortes de los protagonistas anticipando el futuro, preguntándose si aquellos niños de los que abusó David pueden ser futuros abusadores. Para concluir Porta se presenta por última vez y les desea “mucho suerte en la vida” a los oyentes. Publicado el 19 de julio de 2016.

Se emite semanalmente los martes, aunque el primer episodio se emite un miércoles.

Este podcast solo lo encontramos en la aplicación y en la web de *Podium Podcast*, así como en aplicaciones gratuitas como *Apple podcast* o *iVoox*. Sin embargo, sorprende que no esté en *Spotify*, donde sí encontramos la mayoría de podcasts de *Podium*. Aunque se anunció desde las redes de la propia plataforma también se crearon redes sociales específicas, *Twitter* y *Facebook* además de una página web propia.

Con respecto a la publicidad, cuenta, como todos los proyectos de *Podium podcast*, con un anuncio que se va actualizando dependiendo del momento temporal. A veces lo sitúan al inicio del episodio y en otras ocasiones lo sitúan al final. Incluso en algunos momentos encontramos dos anuncios. Tienen una duración media de 20 segundos.

### **3.1.2. Diario de un naufragio**

El podcast se compone de 11 episodios publicados en *Podium Podcast* del 9 al 23 de junio de 2016. No tienen una temporalidad marcada ya que algunos se publican a la vez, otros dos días después del anterior y otros un día después. Los capítulos tienen una duración media de 9 minutos y 27 segundos y suman un total de 1 hora, 43 minutos y 58 segundos.

El argumento es el siguiente: “la política española, en la encrucijada” (*Podium Podcast*, 2022) Analiza el fracaso de la investidura de un nuevo presidente del Gobierno en el año 2016. El único título de crédito que encontramos es el nombre del periodista que lo narra, José Luis Sastre, que entendemos es también su guionista y director.

El narrador es de tipo informativo, periodístico y habla en tercera persona. Aparece 10 veces de media por episodio de una duración media de 15 segundos. Además, sus preguntas las encontramos asiduamente expuestas en los cortes de entrevista.

Cuenta con 18 entrevistas. sus protagonistas son los siguientes: Iñigo Errejón, político; Pedro Sánchez, político y actual presidente del Gobierno; Inma Carretero, periodista; María Manjavacas, periodista; María Jesús Weber, periodista; José Manuel García Margallo, exministro; Javier Maroto, político; José Manuel Villegas, político; el expresidente del congreso Patxi López; uno de los secretarios de Estado de las Cortes; Fernando Vallespín, sociólogo; José Álvarez Junco, historiador; Griselda Pastor, periodista; Juan Genovés, artista;

Joan Baldoví, político; el actor Josep María Pou; Guillermo Lerma, periodista y Mariela Rubio, periodista. Encontramos ocho apariciones de media por episodio de una duración media de 29 segundos.

Aparecen numerosos documentos de archivo, entre ellos discursos o entrevistas de políticos españoles. Cuenta con 12 apariciones de media con un promedio de duración de 12 segundos.

No encontramos recreaciones.

Su cabecera se basa únicamente en voz y tiene una duración media de 4 segundos.

Encontramos cuatro fondos musicales de media en cada episodio que aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de cuatro ráfagas de hasta 11 segundos.

No encontramos ni silencios, ni efectos de audio. Sí algunos efectos de sonido muy puntuales y que no son significativos.

Para terminar escuchamos el nombre del podcast y una llamada a acudir a la web de *Podium Podcast*. Cuenta con la publicidad relativa a *Podium* y no cuenta con redes sociales propias.

A continuación, presentamos los títulos de cada episodio con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *Aquel 20 de diciembre*, de una duración de 9 minutos y 59 segundos. Publicado el 9 de junio de 2016.
- Episodio 2: *La sonrisa del destino*, de una duración de 8 minutos y 28 segundos. Publicado el 12 de junio de 2016.

- Episodio 3: *El no de Rajoy*, de una duración de 9 minutos y 32 segundos.
- Episodio 4: *Nuevos enemigos*, de una duración de 10 minutos y 5 segundos.  
Publicado el 15 de junio de 2016.
- Episodio 5: *En el desconcierto*, de una duración de 11 minutos y 40 segundos.  
Publicado el 15 de junio de 2016.
- Episodio 6: *Bajo presión*, de una duración de 8 minutos y 31 segundos.  
Publicado el 16 de junio de 2016.
- Episodio 7: *El abrazo que no daba*, de una duración de 8 minutos y 10 segundos. Publicado el 19 de junio de 2016.
- Episodio 8: *Lo que pudo haber sido*, de una duración de 8 minutos y 42 segundos. Publicado el 21 de junio de 2016.
- Episodio 9: *La investidura fallida*, de una duración de 10 minutos y 34 segundos. Publicado el 22 de junio de 2016.
- Episodio 10: *El último acto*, de una duración de 8 minutos y 37 segundos.  
Publicado el 22 de junio de 2016.
- Episodio 11: *Fin de función*, de una duración de 9 minutos y 40 segundos.  
Publicado el 23 de junio de 2016.

### **3.1.3 Encuádrate**

El podcast se encuentra en la clasificación de *Podium Podcast* de “documental” sin embargo, tras hacer una escucha de sus episodios no encontramos las variables mínimas necesarias para incluirlo en el análisis. Es similar a un reportaje radiofónico, con algunos

cortes de expertos en el tema, pero sin las características básicas de un podcast narrativo de no ficción. El narrador no tiene presencia en la historia, tampoco cuenta con una gran extensión, los episodios son capitulares en torno a los 15 minutos, los recursos narrativos más allá de ciertas músicas son inapreciables y las fuentes documentales se limitan a un experto en el tema como media.

### **3.1.4 *Micro***

Se trata de un formato especial y mixto. En él encontramos diferentes formatos: reportajes, documentales seriados, documentales de un único episodio o entrevistas.

El argumento es el siguiente: “periodismo sonoro. Los reportajes y entrevistas que necesitas escuchar” (Podium Podcast, 2022)

Comienza a emitirse en junio de 2016 y no cuenta con una temporalidad concreta ya que depende de cada uno de los formatos que incluye y que analizaremos a continuación de manera individual.

Todos cuentan con la publicidad relativa a *Podium Podcast* y ninguno tiene redes sociales propias. A continuación desgranamos cada uno de los formatos a excepción del último que se trata de una entrevista que se emitió en la *Cadena SER*.

#### **3.1.4.1 *Charles Manson: vuelve la bestia***

El podcast se compone de un único episodio de 16 minutos y 53 segundos. Está en la frontera de ser considerado o no parte del análisis debido a que no cumple requisitos como la implicación del narrador en el texto, la presencia de cortes de entrevista o la extensión. Sin embargo, sí contiene documentos de archivo y fondos musicales con sus correspondientes

ráfagas por lo que finalmente hemos decidido contemplarlo como parte del análisis. Se publica el 20 de junio de 2016.

El argumento es el siguiente:

Leslie Van Houten hoy una sexagenaria que pide perdón, pero hace 47 años, en 1969, participó en el asesinato a sangre fría de 9 personas. Entre ellas se encontraba la actriz Sharon Tate, la entonces mujer del director de cine Roman Polanski y que estaba embarazada de 8 meses. Una junta penitenciaria está estudiando el caso de Van Houten para darle la libertad condicional.

Van Houten, igual no es un apellido que se recuerda en solitario, pero sí cuando se integra dentro de “La Familia”. Basándose en los ideales de “paz y amor” el criminal Charles Manson construyó una doctrina con numerosos seguidores los cuales le consideraban un auténtico “gurú”. “La Familia” vivió envuelta en sexo, drogas y música en un rancho a las afueras. (*Podium Podcast*, 2022)

No cuenta con títulos de créditos.

El narrador es de tipo informativo y aparece 13 veces en intervenciones que tienen una duración media de 27 segundos.

No cuenta con cortes de voz de entrevistas.

Sí aparecen diferentes documentos de archivo, este título en concreto se basa en un documento de este tipo, una entrevista que se le realizó años atrás a Chales Manson. Cuenta con 10 apariciones, de una duración media de 39 segundos.

Tampoco encontramos recreaciones.

Es el único de estos formatos que su cabecera da el nombre general del podcast *Micro*. Esta cuenta con voz y música y tiene una duración de 27 segundos.

Encontramos nueve fondos musicales, algunos de ellos canciones que cobran especial importancia, por lo que aparecen y desaparecen en largas ráfagas, encontrando en total 10 ráfagas de hasta 51 segundos.

No encontramos ni silencios, ni efectos de audio o de sonido. Cuenta al inicio con el indicativo de *Podium Podcast* y la publicidad correspondiente. No utiliza redes sociales propias.

Para terminar, observamos un reclamo a la audiencia para acudir a la web de *Podium*.

#### **3.1.4.2 El año de Podium**

El podcast se compone de un único episodio de una duración de 54 minutos y 46 segundos. Se publica el 27 de diciembre de 2016.

El argumento es el siguiente:

*El año de Podium*, un documental sonoro sobre el universo del podcast. Se abordan cuestiones como: ¿Cuáles son las claves para la realización de un buen podcast? ¿Qué hace falta para que se asiente en España como lo ha hecho en otros países? o ¿Cuál es el futuro del podcasting? (*Podium Podcast*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: María Jesús Espinosa de los Monteros en la dirección; Jimena Marcos en guion y producción y está narrado por Roberto Sánchez.

El narrador, periodista de la *Cadena SER*, es de tipo informativo y en algunos puntos interpretativo ya que ficciona partes de su relato. Aparece 54 veces en intervenciones que tienen una duración media de 17 segundos. Además, observamos a otro narrador que da los nombres de algunas de las personas entrevistadas. Aparece cuatro veces en intervenciones que de media tienen 4 segundos.

Cuenta con nueve entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Gorka Zumeta, periodista y profesor de comunicación y radio; Luis Miguel Pedrero, catedrático de Estructura de la Comunicación; Emma Roderó, profesora de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Facultad de Comunicación de la Universitat Pompeu i Fabra de Barcelona; Daniel Alarcón, periodista cofundador de Radio Ambulante; Pablo Fernández, miembro de *PRISA Radio*; María Jesús Espinosa de los Monteros, exdirectora de *Podium*; Aaron Feliu, miembro del estudio de diseño de las portadas de *Podium Podcast* y Elia Fernández, guionista; Izaskun Pérez, responsable de transmedia y redes sociales. Además, cuenta con personas anónimas que responden a la pregunta de “qué es un podcast”. Tiene 36 cortes de entrevista con una duración media de 23 segundos.

También aparecen diferentes documentos de archivo tales como podcasts de *Podium Podcast* o entrevistas de los protagonistas de la plataforma a otros medios. Cuenta con 30 apariciones, de una duración media de 38 segundos.

Encontramos también recreaciones que ayudan a convertir el formato en dinámico con ciertas partes ficcionadas. Observamos seis recreaciones por episodio, de un tiempo medio de 13 segundos.

La cabecera consiste en voz y tiene una duración de 3 segundos.

Encontramos 15 fondos musicales, uno de ellos es una canción registrada. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando 27 de una duración de hasta 57 segundos.

Solo encontramos un silencio en todo el episodio, así como los efectos de audio son muy puntuales con algunas reverberaciones<sup>20</sup>. Encontramos efectos de sonido de sintonizar radio o de rebobinar en diversas ocasiones.

No cuenta al inicio con el indicativo de *Podium Podcast*.

Para terminar observamos los títulos de créditos.

### ***3.1.4.3 Miguel de Unamuno, el intelectual que agitó a una generación***

El podcast se compone de un único episodio de una duración de 55 minutos y 35 segundos y se publica el 2 de enero de 2017.

El argumento es el siguiente:

Miguel de Unamuno es uno de los más destacados pensadores y filósofos de España e influyó de manera notable en la Generación del 98. Nació en Bilbao en 1864, donde creció y forjó su personalidad rígida y exigente. En este documental recorreremos su infancia y juventud, su amor con Concha, sus años como rector en la Universidad de Salamanca y su paso por Madrid, el destierro a Fuerteventura y sus últimos años de la mano de la Segunda República y más tarde en el bando nacional, hasta su muerte, un 31 de diciembre 1936. Su legado como literato y ensayista es incuestionable.

Unamuno fue un hombre crítico con su tiempo, con la política y la sociedad.

Buceamos por aquel carácter difícil a través de los destacados nombres del mundo de

---

<sup>20</sup>Es la forma de ubicar cualquier elemento dentro de un espacio natural o artificial, basado en las reflexiones de este mismo al encontrar superficies donde rebotar. Se utiliza como efecto de audio habitualmente para dejar algunas frases coleando o incluso para darle más potencia sonora al final de una palabra.

la cultura y la filosofía. El actor José Luis Gómez acaba de estrenar la película *La isla del viento*, donde interpreta a un Unamuno maduro en su destierro en Fuerteventura. En una conversación entre él y el periodista Juan Cruz, desvelamos algunos detalles curiosos sobre la vida del intelectual, como los días en la isla donde tomaba el sol desnudo o contaba a los pescadores historias de su tierra. Con Leontxo García, experto en ajedrez del diario *El País*, hablamos sobre sus largas horas dedicadas a este noble juego. Además, contaremos con la participación de Jon Juaristi y el matrimonio Rabaté, escritores de sendas biografías del pensador bilbaíno. El filólogo Carlos Mayoral y el filósofo Fernando Savater nos descubren la faceta más entrañable del escritor, sus años como profesor y decano de la Universidad de Salamanca, su relación con sus alumnos y con aquella ciudad que al principio le parecía un pequeño pueblito y que acabó por enamorarle. Los actores Sergio Peris Mencheta, Terele Pávez y Miguel del Arco, junto con la escritora Carmen Posadas ponen voz a textos de Don Miguel.

El equipo que lo realiza lo componen: dirección María Jesús Espinosa de los Monteros y narración de Marta González Novo.

El narrador es de tipo informativo y en tercera persona y aparece 58 veces en intervenciones que tienen una duración media de 16 segundos. Cuenta además con otros dos narradores, uno en una única intervención cuando presentan la visita a la casa en la que vivió el escritor y otro que facilita los nombres de los entrevistados. Este aparece ocho veces en intervenciones de una duración media de 8 segundos.

Cuenta con ocho entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Fernando Sabater, filósofo; Jon Juaristi, escritor; José Luis Gómez, actor; Carlos Mayoral,

filólogo; Juan Cruz, periodista; Colette Rabaté; y Jean Claude Rabaté, coautores de una biografía sobre Unamuno y Leoncho García, experto en Ajedrez. Tiene 43 cortes de entrevistas, de una duración media de 41 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser películas e incluso un fragmento de una charla del propio Unamuno. Cuenta con cinco apariciones, de una duración media de 22 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto numerosas lecturas de textos del autor o interpretaciones de partes de su vida. Observamos 16 recreaciones de un tiempo medio de 34 segundos.

La cabecera consiste en voz y tiene una duración de 9 segundos.

En cada episodio encontramos 26 fondos musicales al que además añadimos algunas canciones. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando 29 de una duración de hasta 13 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos ni tampoco los efectos de audio. Encontramos algunos efectos de sonido sobre todo en los momentos de las pequeñas ficciones sobre la vida del autor, pero son muy puntuales.

Al inicio no cuenta con el indicativo de *Podium Podcast*.

Para terminar observamos los títulos de créditos y agradecimientos, así como un reclamo hacia la web de *Podium*.

#### **3.1.4.4 Borges según Borges**

El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 14 minutos y 26 segundos y una duración total de 1 hora, 12 minutos y 11 segundos. Se publican en *Podium Podcast* de manera semanal cada lunes del 16 de enero de 2017 al 13 de febrero de 2017.

El argumento es el siguiente:

Este es el primer episodio de una serie documental dedicada al escritor Jorge Luis Borges. Borges era tiempo, espejos, libros imaginarios, laberintos y la búsqueda incesante del nombre de los nombres. A todo le ponía nombre y dejaba a los entrevistadores con la entrevista del revés. Buscamos en los libros las claves para entender a Borges: en lo que leía de pequeño, en lo que recomendaba leer y en los que escribió. Irónico, tímido, de personalidad fascinante. Libre, según su mujer, María Kodama. Mordaz, cuando hablaba de política. Auténtico y genuino, siempre. (Podium Podcast, 2022)

No encontramos títulos de créditos.

Cuenta con 2 entrevistas realizadas, la de Martín Adis, escritor y la de María Kodama, escritora y viuda de Borges.

El narrador es de tipo informativo y aparece una media de 12 veces en intervenciones que tienen una duración media de 31 segundos. En las entrevistas aparecen también sus preguntas en muchas ocasiones.

Tiene una media de cuatro cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 1 minuto 59 segundos, debido a los dos últimos episodios que no son completamente narrativos ya que, aunque también comprenden ciertos recursos se trata sobre todo de una

entrevista reportajeada ya que nos limitamos a escuchar a la viuda de Borges respondiendo a preguntas el narrador y a esto le sumamos algunos cortes de entrevistas y fondos musicales.

Aparecen numerosos diferentes documentos de archivo sobre todo palabras de Borges en diferentes entrevistas. Cuenta con cuatro apariciones de media por capítulo, de una duración media de 34 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto lecturas de diferentes textos o de entrevistas de prensa. Observamos una media de tres recreaciones por episodio de un tiempo medio de 16 segundos.

La cabecera consiste en una música identificativa y una voz y tiene una duración de 8 segundos.

En cada episodio encontramos una media de nueve fondos musicales al que además añadimos algunas canciones. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de nueve por episodio de una duración de hasta 17 segundos. Hay muchos momentos de silencio de fondo.

Encontramos algunos silencios para reflexionar sobre diferentes temas que tienen cabida en el formato. En concreto, uno por episodio.

Encontramos numerosos efectos de audio como por ejemplo negritas, mariposas o reverberaciones. Apenas se observan efectos de sonido.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium Podcast*. En el momento de la escucha el anuncio de *Podium Podcast* lo encontramos al inicio.

Para terminar observamos los créditos, un recuerdo de *Podium Podcast*.

A continuación presentamos cada episodio con su títulos, su duración y su fecha de publicación.

- Episodio 1: *Borges según Borges: el hombre*, de una duración de 16 minutos y 36 segundos. Publicado el 16 de enero de 2017.
- Episodio 2: *Borges según Borges: su obra*, de una duración de 18 minutos y 23 segundos. Publicado el 23 de enero de 2017.
- Episodio 3: *Borges según Borges: el tango*, de una duración de 9 minutos y 56 segundos. Publicado el 30 de enero de 2017.
- Episodio 4: *Borges según Borges: María Kodama, primera parte*, de una duración de 12 minutos y 44 segundos. Publicado el 6 de febrero de 2017.
- Episodio 5: *Borges según Borges: María Kodama, segunda parte*, de una duración de 14 minutos y 32 segundos. Publicado el 13 de febrero de 2017.

#### **3.1.4.5 Camarón**

El podcast se compone de cuatro episodios de una duración media de 24 minutos y 57 segundos y una duración total de 1 hora, 39 minutos y 49 segundos, publicados de manera semanal cada lunes entre el 3 y el 24 de julio de 2017.

El argumento es el siguiente:

Contar quién fue Camarón sólo se puede hacer a través de su cante. La leyenda es grande para lo sencilla que fue su vida y pequeña para lo inmenso que es su legado. En el 25 aniversario de su muerte, *Podium Podcast* conmemora la figura del cantaor a

través de esta serie documental compuesta por cuatro episodios. (Podium Podcast, 2022)

El equipo que lo realizan lo componen: Alejandro Luque como guionista; Jose Luis García Pérez como narrador; realización de María Jesús Espinosa de los Monteros; postproducción de Elisabeth Bua y Paloma Quintanilla en la producción.

El narrador es de tipo informativo, pero no periodístico puesto que se trata de un actor que se limita a narrar sin entrar en la historia. Aparece una media de 15 veces en intervenciones que tienen una duración media de 15 segundos. Además, encontramos otro narrador que en ocasiones presenta a los entrevistados. Siempre de una manera breve, de media de unos 3 segundos.

Cuenta con 13 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Enrique Montiel, biógrafo de Camarón; Juan José Tellez, biógrafo de Paco de Lucía; Antonio Carmona, músico y cantante; Jesús Bola, ingeniero de sonido; Miquel Barceló, artista; Manuela Carrasco, bailaora; Ricardo Pachón, productor; Fermín Lobatón, crítico de flamenco; José Manuel Gamboa, periodista y productor de flamenco; Manuel Picado, propietario de la venta de Vargas; Chano Lobato, cantautor; Félix Grande, flamencólogo y Francisco Mármol, periodista.

Tiene una media de seis cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 1 minuto y 28 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser programas de radio de la época, declaraciones del propio Camarón o de personas que lo conocían. Cuenta con 11 apariciones de media por capítulo, de una duración media de 36 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto sobre lecturas que hablan del artista y de la época que le rodeó. Observamos una media de cuatro recreaciones por episodio de un tiempo medio de 39 segundos.

La cabecera consiste en una voz que se limita a decir el título de la serie y del episodio y tiene una duración media de 13 segundos.

En cada episodio encontramos una media de seis fondos, la mayoría de ellos canciones del propio artista. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 27 por episodio de una duración de hasta 26 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos. Tampoco los efectos de audio ni de sonido.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium* y su correspondiente anuncio publicitario.

Para terminar observamos los títulos de créditos y un recordatorio de *Podium Podcast*.

A continuación presentamos el título de cada episodio, su duración y la fecha de publicación:

- Episodio 1: *Camarón: El testamento del Mesías*, de una duración de 24 minutos y 56 segundos. Publicado el 3 de julio de 2017.
- Episodio 2: *Camarón: Camarón superstar*, de una duración de 24 minutos y 3 segundos. Publicado el 10 de julio de 2017.

- Episodio 3: *Camarón: Encuentro de dos Galaxias*, de una duración de 22 minutos y 35 segundos. Publicado el 17 de julio de 2017.
- Episodio 4: *Camarón: La semilla del genio*, de una duración de 28 minutos y 15 segundos. Publicado el 24 de julio de 2017.

#### **3.1.4.6 Miguel Hernández, viento del pueblo**

El podcast se compone de un único episodio de una duración de 54 minutos y 35 segundos publicado el 5 de septiembre de 2017.

El argumento es el siguiente:

Si uno sube a la Cruz de la Muela de Orihuela se pueden ver los rectangulares campos verdes intercalados con algunos a los que les ha tocado barbechar. Marrones y oscuros miran a sus compañeros de al lado con envidia de que el viento pase entre sus cultivos. Dicen que por él surcan los poemas de Miguel Hernández aún en busca de su autor para acompañarle en las jornadas de pastoreo. Mucho tiempo ha pasado desde entonces y el viento de Miguel no cesa. Con este documental sonoro damos voz a la vida de Miguel Hernández. Una vida que comenzó tranquila y rodeada de campo y tranquilidad y que fue complicándose a medida que la guerra se iba asentando en nuestro país. Se alistó como voluntario en el ejército republicano y al poco se casó con Josefina, dueña de su corazón e inspiración de numerosas cartas y poemas. El disparo más fuerte que recibió durante la guerra fue el anuncio de la muerte de su hijo en 1938. Una bala que no se curó pero que alivió el nacimiento de su segundo hijo un año después. Ya en Orihuela, y con el fin de la Guerra Civil, el viento de Miguel dejó de moverse: fue detenido y condenado a muerte, que derivó, finalmente, en cadena perpetua. (*Podium Podcast*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: dirección, María Jesús Espinosa de los Monteros y Paloma Torrecillas y narración de Marta González Novo.

El narrador es de tipo informativo alejado de la información, no es periodista y aparece 49 veces en intervenciones que tienen una duración media de 20 segundos.

Cuenta con nueve entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Agustín Sánchez Vidal, escritor; José Luis Ferris, escritor; Eutimio Martín, catedrático; Jesucristo Riquelme, catedrático; Lucía Izquierdo, nuera de Miguel Hernández; José Carlos Rovira, catedrático; Teo Sánchez, flamencólogo; Francisco Escudero, periodista y Alfonso Herrero de Radio Orihuela.

Cuenta con 33 cortes de entrevistas, de una duración media de 34 segundos.

Encontramos un único documento de archivo que se trata de una grabación del NODO y que tiene una duración de 39 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto sobre lecturas de sus textos o pequeñas ficciones sobre partes de su vida. Observamos 16 recreaciones de un tiempo medio de 27 segundos.

La cabecera consiste únicamente en voz y tiene una duración de 4 segundos.

Aparecen 19 fondos musicales, algunos de ellos canciones con textos del poeta. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando en concreto 32 de una duración de hasta 47 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos. Ni tampoco los efectos de audio. Encontramos algunos efectos de sonido puntuales como puede ser el llanto de un bebé.

No cuenta con el indicativo de *Podium Podcast*.

Para terminar observamos los títulos de créditos.

### **3.1.4.7 Gloria Fuertes, poeta entre los musos**

El podcast se compone de un único episodio de una duración de 54 minutos y 17 segundos publicado el 5 de septiembre de 2017.

El argumento es el siguiente:

Con motivo del aniversario del nacimiento de Gloria Fuertes se han escrito cientos de reportajes ensalzando su figura pero también han saltado como un resorte los defensores de las “artistas verdaderamente valiosas” de nuestro país –no como Gloria, que sería “artista” pero no “valiosa”, o igual “valiosa” pero no “artista”. En la poesía, como en todo tipo de arte, la valía no es más que una cuestión de gustos. Y claro, para formar parte de este círculo de valoraciones, primero hay que participar. Este documental no es una oda o una candidatura de Gloria Fuertes a poeta del siglo, sino más bien una participación en el círculo de poetas. (*Podium Podcast*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: guion de Jimena Marcos de Llano; narración de Marta González Novo y la dirección de Jimena Marcos y María Jesús Espinosa de los Monteros.

El narrador es de tipo informativo, no se relaciona con la investigación y narra en tercera persona. Aparece 26 veces en intervenciones que tienen una duración media de 18 segundos. Pero además encontramos otras dos voces, una masculina y otra femenina que actúan como narradores. La masculina nombra a las personas protagonistas y la femenina

sitúa en fecha y lugar. Aparecen 14 veces con unas intervenciones de duración media de 4 segundos.

Cuenta con 13 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Paloma Porpetta, directora de la Asociación Gloria Fuertes; Iman Erradi, Bianca Ruso y Ana Molina Ita, de la escuela de música de Fuertes; Elena Medel, poeta; Leticia Dolera, actriz; Nuria Gago, actriz; Luis Antonio de Villena, poeta; Diego Moreno, editor; Elvira Lindo, escritora; Emily Rap, rapera; Escarnia, rapera y Jorge de Cascante, escritor. Cuenta con 44 cortes de entrevistas, de una duración media de 16 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo, sobre todo entrevistas de la propia Fuertes. Cuenta con 15 apariciones de media por capítulo, de una duración media de 30 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto sobre lecturas de la autora o incluso partes actuadas de su vida. Observamos 19 recreaciones por episodio de un tiempo medio de 41 segundos.

La cabecera consiste en solo voz y tiene una duración de 6 segundos.

Encontramos 19 fondos musicales, algunos de ellos son canciones con letras de Fuertes. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando 36 de una duración de hasta 41 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos. Siendo utilizados para dividir actos, encontrando cuatro por episodio.

Encontramos efectos de audio como por ejemplo reverberaciones, repeticiones, negritas o procesamientos de voz. No son demasiado comunes los efectos de sonido, pero encontramos algunos como una ambientación de la guerra o una escritura a lápiz.

Destaca por no tener el indicativo de *Podium Podcast*.

Para terminar observamos los títulos de créditos.

#### **3.1.4.8 Fórum**

El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 15 minutos y una duración total de 1 hora, 15 minutos y 25 segundos. Los capítulos se publican del 12 al 18 de septiembre de 2017 con una temporalidad diaria a excepción del quinto que se publica tres días después del cuarto.

El argumento es el siguiente:

Para unos... una grave amenaza para la banca española, una banca que urdió un perverso plan para quitarse de en medio a su competidor: Presionar al entonces presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, para que actuara a través de la agencia tributaria y la fiscalía y retirara a Fórum Filatélico de la circulación.

Una teoría de la conspiración que sostienen muchos afectados, además de los directivos de la empresa. ¿Una estafa piramidal? ¿Una estafa sin estafados? ¿Cómo es posible que durante 27 años apenas hubiera un puñado de denuncias? (*Podium Podcast*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: Pedro Jiménez en el guion, la dirección y la narración y Marcos Granado en la realización y postproducción.

El narrador es de tipo informativo y periodístico, aunque en ocasiones cambia la tercera persona por la primera ya que también es uno de los afectados del caso Forum. Aparece una media de 11 veces en intervenciones que tienen una duración media de 34 segundos. Además, cuenta con otro narrador que se limita únicamente a dar algunas fechas o datos concretos y que aparece sobre todo en los primeros episodios pero que después desaparece.

Cuenta con ocho entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: los magistrados Pablo Ruz y Baltasar Garzón; el expresidente de Fórum Filatélico Francisco Briones y su abogada Minerva Díaz además de las víctimas de las estafas de Fórum Isabel Marcos, Adela Jiménez, José Javier López y Juan Carlos Polo. Tiene una media de 13 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 21 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser noticias de medios de comunicación del caso. Cuenta con seis apariciones de media por capítulo, de una duración media de 13 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto sobre testimonios de víctimas del caso Forum. Observamos una media de tres recreaciones por episodio de un tiempo medio de 18 segundos.

La cabecera consiste en música y voz y tiene una duración de 15 segundos.

En cada episodio encontramos una media de siete fondos musicales. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de seis por episodio de una duración de hasta 9 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos ni tampoco los efectos de audio. Son comunes con efectos de sonido, tales como teclados o diversos ambientes.

Al inicio cuenta con el distintivo de *Podium Podcast*.

Para terminar observamos los créditos junto con ciertos agradecimientos.

A continuación aportamos cada episodio con su título, duración y fecha de publicación.

- Episodio 1: *La gran estafa ¿Qué es Fórum?*, de una duración de 16 minutos y 36 segundos. Publicado el 12 de septiembre de 2017.
- Episodio 2: *Fórum: once años de puertas cerradas*, de una duración de 14 minutos y 40 segundos. Publicado el 13 de septiembre de 2017.
- Episodio 3: *Fórum: un delito supermasa*, de una duración de 14 minutos y 29 segundos. Publicado el 14 de septiembre de 2017.
- Episodio 4: *Fórum: Francisco Briones, un hombre hecho a sí mismo*, de una duración de 15 minutos. Publicado el 15 de septiembre de 2017.
- Episodio 5: *Fórum: La X de Fórum*, de una duración de 14 minutos y 50 segundos. Publicado el 18 de septiembre de 2017.

#### **3.1.4.9 Un viaje a la final imposible**

El podcast se compone de un único episodio de una duración de 21 minutos y 23 segundos. Es un podcast capitular conclusivo. Se publica el 10 de diciembre del 2018.

El argumento es el siguiente:

El sábado 24 de noviembre todo el planeta fútbol tenía puesto sus ojos en Buenos Aires. Allí se jugaría la final de la Copa Libertadores entre los dos equipos más populares de Argentina. En las tribunas había un chileno, un hincha genuino del fútbol que nunca había estado en ese país y que gracias a su buena estrella esperaba ser testigo de una historia imposible. (*Podium Podcast*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: idea original: Carlos Costas; guion: Catalina Ma; narración: Francisco Mouat; postproducción y diseño de sonido: Carlos Pol González.

El narrador es de tipo informativo y aparece 30 veces en intervenciones que tienen una duración media de 13 segundos.

Cuenta solo con una entrevista realizada, la del protagonista de la historia Walter Guerrero.

Tiene 28 cortes de entrevistas, de una duración media de 21 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser sonidos del ambiente del partido de fútbol. Cuenta con 11 apariciones de una duración media de 14 segundos.

Encontramos también una recreación, en concreto sobre un viaje en avión. Su duración es de 8 segundos.

La cabecera consiste en un fondo musical y una voz y tiene una duración de 9 segundos.

Encontramos 16 fondos musicales. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 13 por episodio de una duración de hasta 8 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos. Siendo utilizados para separar momentos temporales. Encontramos tres.

No se observan efectos de audio y los efectos de sonido son muy limitados. Solo escuchamos algunos como pasos o notificaciones de teléfono.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium Podcast* y el anuncio correspondiente.

Para terminar observamos los títulos de crédito.

### ***3.1.5 V: Las Cloacas del Estado***

Ideado en un primer momento para ser concebido como un libro terminó publicándose como podcast. Fueron necesarios cinco meses de investigación a tiempo completo por parte del periodista Álvaro de Cózar para sacarlo adelante.

Publicado del 22 de septiembre de 2016 al 24 de noviembre del mismo año, en *Podium Podcast* con una temporalidad semanal, cada jueves, con un total de 10 episodios. Su argumento es el siguiente:

Narra los 40 años de democracia en España a través de un personaje que ha pertenecido a esas cloacas. A través de la vida de este misterioso agente encubierto llamado V, recorreremos algunos de los oscuros asuntos que han marcado la historia reciente de nuestro país y viajaremos a esas alcantarillas que no queremos transitar porque no podemos soportar el hedor que desprenden (*Podium Podcast*, 2022).

En el portal se engloba dentro de las categorías de “noticias” y “documental”.

Narrada y guionizada por Álvaro de Cózar, con diseño sonoro de Yago Mendivil y producción de Toni Garrido y Gonzalo Ruiz, fue una serie de investigación muy reconocida y

que dio gran publicidad a este formato. La media de duración de los episodios es de 22 minutos y 54 segundos y cuenta con un total de 3 horas, 48 minutos y 58 segundos, es decir, casi cuatro horas de contenido.

El narrador aparece 18 veces de media con una duración media de 45 segundos. Mezcla la primera y la tercera persona. Tiene gran relevancia, se observa en el primer capítulo cuando el primer corte de un entrevistado no entra hasta el minuto 3:40. Encontramos algunas interacciones y preguntas al oyente, como cuando nos explica el mal sonido de un documento de archivo y pregunta directamente “¿Lo han oído?”, “Presten atención”.

Es una serie que cuenta con pocos cortes de entrevistas, exceptuando el último episodio que funciona de una manera bastante independiente al resto. La media de cortes por episodio es de cinco, de una duración media de 1 minuto y 20 segundos. En la mayoría de los capítulos el autor hace más uso de los documentos de archivo que de entrevistas. Además, el propio narrador tiene bastante presencia. Las entrevistas normalmente están expuestas con las preguntas del autor, y pueden durar varios minutos ya que no las suele dividir en declaraciones, sino que las colocan como un bloque completo. Los 14 entrevistados son: Jesús de las Heras, periodista; Francisco Marco, detective; José Medallo, teniente alcalde; José Manuel Sánchez Fornet; Rafael Vera; Mariano Guindal; Ana Terradillas; Jesús Cacho; Pedro Águeda; Óscar López; Ernesto Ekaizer; Antonio Trevia; Iñaki Gabilondo y Ramón Cossío.

Los documentos de archivo son muy variados, encontramos muchas noticias de prensa de diferentes medios de comunicación, parte de las escuchas que realizó el protagonista de esta historia, el comisario Villarejo o entrevistas y discursos de políticos. En

muchas ocasiones estos documentos están juntos creando un tren de voces<sup>21</sup> de noticias. Hay una media de 15 por episodio de una duración media de 58 segundos.

Se utilizan algunas recreaciones puntuales para leer partes de libros o noticias. Una media de una por episodio de un tiempo medio de 33 segundos.

En el inicio de la serie escuchamos a uno de los productores, el periodista Toni Garrido, realizando una pequeña reflexión sobre la justicia y los poderes del estado “¿Y si hemos estado mirando siempre desde el prisma del Estado?” y nos invita a analizar la historia desde abajo, desde “las cloacas” explicando así brevemente el sentido del título.

Nada más comenzar, en el segundo 0:51, explican que se trata de un podcast periodístico y que hablamos de un tema real: “lo que van a escuchar a continuación es el resultado de una investigación periodística” y a continuación entra la cabecera.

La cabecera es un fondo musical sutil, poco reconocible y numerosos documentos de archivo, de la prensa hablando sobre el caso y de personajes relacionados con él. Tiene una duración de 42 segundos.

Las músicas se dividen en primer lugar en fondos sencillos, de creación propia de Yago Mendivil, con poca presencia y centrados en una temática de intriga y misterio y al final de cada episodio una canción registrada a modo de conclusión y adelanto del próximo episodio, ya que el narrador suele explicar qué temas se van a tratar en el siguiente episodio, sin la utilización de cortes, solo con la propia locución. Cuenta con una media de seis fondos por episodio. Además, se utilizan muchos puntos sonoros<sup>22</sup> para reforzar la redacción en

---

<sup>21</sup> Conjunto de audios que suenan seguidos sin la intervención del narrador.

<sup>22</sup> Sonido normalmente comprendido por un efecto sonoro o alguna nota musical que sube a primer plano y se utiliza para realizar una marca temporal en el formato.

momentos de tensión que funcionan como ráfagas, encontramos una media de 10 por episodio de una duración máxima de 9 segundos.

Apenas encontramos silencios, no son un recurso narrativo importante en esta serie, como tampoco lo son los efectos de audio, prácticamente imperceptibles, más allá de algunas modificaciones en la voz de entrevistados para proteger su identidad, así como reverberaciones al finalizar. Sí que hacen un uso continuado no efectos sonoros, como pueden ser sonidos de enviar o recibir mensajes, sonidos de crear una nota de voz, sonidos de un tren cuando explica un viaje y el fondo del anuncio de llegada a Barcelona. Estos efectos se utilizan para recrear situaciones que narra Cózar, como ambiente de las narraciones o de los cortes de entrevistas. Encontramos recreadas notas de voz del propio narrador que llevan un sonido identificativo al inicio y al final. Por último, tienen bastante importancia los efectos sonoros en estilo punto sonoro, como hemos comentado, es decir, notas musicales que remarcan ciertas partes del episodio creando emociones tales como tensión o miedo, no son inflexiones musicales aunque pueden parecerlo, funcionan a modo de ráfaga. Son importantes durante todo el episodio. También encontramos algunos efectos que crean texturas en los personajes, leitmotifs.

Dan una gran importancia al proceso de investigación, anunciando incluso documentos y cómo se han buscado que después serán poco relevantes para la narratividad de la historia.

Como cada formato de *Podium* comienza con la cortinilla anunciando la producción. Al final encontramos un recordatorio de *Podium Podcast* y las redes de estos así. No cuenta con redes sociales propias. Incluye el anuncio correspondiente de *Podium*.

A continuación presentamos el título de cada uno de los episodios, su duración y su publicación.

- Episodio 1. *La madeja*, con una duración de 20 minutos y 56 segundos. Emitido el 22 de septiembre de 2016.
- Episodio 2. *El incontrolado*, de una duración de 24 minutos y 19 segundos. Emitido el 29 septiembre 2016
- Episodio 3: *El montaje*, de una duración de 20 minutos y 46 segundos. Emitido el 6 de octubre de 2016.
- Episodio 4: *Detective público*, policía privado, de una duración de 20 minutos y 56 segundos. Emitido el 13 de octubre de 2016.
- Episodio 5: *El traficante*, de una duración de 21 minutos y 54 segundos. Emitido el 20 de octubre de 2016.
- Episodio 6: *El califa de Córdoba*, de una duración de 19 minutos y 44 segundos. Emitido el 27 de octubre de 2016.
- Episodio 7: *El espía que decía venir de Moncloa*, de una duración de 24 minutos y 41 segundos. Emitido el 3 de noviembre de 2016.
- Episodio 8: *Trabajos para el compiyogui*, de una duración de 25 minutos y 58 segundos. Emitido el 10 de noviembre de 2016.
- Episodio 9: *Escuchas*, de una duración de 23 minutos y 12 segundos. Emitido el 17 de noviembre de 2016.

- Episodio 10: *El currículum*, de una duración de 23 minutos y 32 segundos. Emitido el 24 de noviembre de 2016.

### **3.1.6 Nómadas**

Formato presentado por el periodista argentino Martín Caparrós en *Podium Podcast* en septiembre de 2016. Se engloba dentro de la categoría de “documentales”. Tras haber escuchado sus episodios concretamos que no pertenece al género ya que se trata de un ensayo sonoro. No cuenta con cortes de entrevistas ni apenas recursos narrativos, más allá de algunos fondos musicales y algún efecto puntual; no tiene una gran extensión ni el presentador de la historia se involucra en ella.

### **3.1.7 Negra y Criminal**

Es un formato híbrido del podcast narrativo de no ficción por diversos motivos. Nace al inicio como un programa radiofónico de la *Cadena Ser* pero su tercera temporada cambia para emitirse únicamente vía online comenzando en abril del año 2017. Allí publica sus temporadas tres, cuatro y cinco. Con este cambio el formato se transforma y evoluciona hacia lo que conocemos como podcast narrativo, con varias de sus características. Sin embargo, sigue manteniendo la ficción como base narrativa. En los episodios en los que hablamos de casos de no ficción encontramos un relato periodístico, pero como recurso utiliza las ficciones sonoras.

El estilo narrativo de *Negra y Criminal*, fue seguido después en otros formatos realizados por Mona León Siminiani. En este caso el narrador es el punto de conexión con la realidad y muchos de los sonidos que encontramos son recreaciones de momentos que no se grabaron y no se pueden escuchar.

Debido a su formato único y bastante singular no podemos analizarlo dentro de esta categoría.

### **3.1.8 València Destroy**

Publicado del 21 de septiembre de 2017 al 23 de noviembre del mismo año en *Podium Podcast*. Aunque se publican semanalmente encontramos algunas disparidades, todos los episodios exceptuando el cuatro y el ocho se publican los jueves, el cuatro lo adelantan al martes y el ocho al miércoles.

El equipo que lo realiza lo componen: dirección, guion y narración Eugenio Viñas; locución de Ada Ana Uslé; adaptación de guion y diseño de sonido de Alfonso Latorre; Sara Mansanet en la producción y producción ejecutiva María Jesús Espinosa de los Monteros.

En el portal se engloba dentro de las categorías de “historia de la música”, “documental” y “música”.

El argumento es el siguiente:

Es la historia de un lugar mágico en el que confluyeron decenas de miles de jóvenes para imaginar su propia identidad y crearla sin filtros. Es la historia no contada de quienes hicieron posible y disfrutaron de un momento de libertad irrepetible que rompió con el pasado y dibujó el futuro que nadie esperaba para ellos (*Podium Podcast*, 2022).

Tiene 10 episodios de una duración media de 31 minutos y 37 segundos y una duración total de 5 horas, 16 minutos y 12 segundos.

El narrador es el periodista Eugenio Viñas que se presenta nada más comenzar. Nacido en Valencia explica que el contenido de la serie es un análisis de *La Ruta del Bacalao*.

Su participación es bastante extensa. Hace diversas preguntas al aire y demuestra como él mismo aprenderá de esta investigación: “quiero saber”. Pero además comparte narración con una locutora que interpreta a una inteligencia artificial, llamada ADA. Esta se limita a completar algunos aspectos de la narración, a poner fechas y nombres y en ocasiones a leer citas de algunas personas que no aparecen entrevistadas. Aparecen una media de 70 veces en intervenciones que tienen una duración media de 14 segundos, la duración de estas intervenciones es breve debido a que las apariciones de ADA suelen ser de poca duración.

Cuenta con 31 entrevistas divididas en cortes de voz de personajes que pasamos a numerar: Clemente Martínez; Kike Jaen; Nando Discontrol DJ; Fran Lenaers DJ; Juanito Torpedo, DJ; German Bow DJ; Arturo Blight productor; Edu Guillot periodista; Carlos Simó DJ; Salva Volta DJ; Vicente Pizcueta, encargado de varias salas; Monica X DJ; Paco Roca ilustrador; Hal9.000 DJ; Juan F. Toledo, músico; Xavier Mariscal diseñador; Francis Montesinos diseñador; Miguel Ángel Pastor, periodista; Fina Cardona-Bosh, poeta; Jesús Ordovás, periodista; Joan Oleaque, escritor; Eduardo Guilló, artista; Jorge Albi, periodista; Javier de Lucas, catedrático; Toni Vidal “El gitano”, productor; Jesús García Cívico, filósofo y escritor; Jose Luis Macías, músico y productor; Dani Nebot, premio nacional de diseño; Marisa Gañan, Marisa Gañan, miembro de “La Nave”; Chimo Bayo, artista y Luis Bonías, DJ. Los entrevistados participan normalmente en más de un episodio y suele haber bastantes entrevistados en cada episodio. Tiene una media de 49 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 13 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser noticias de la época. Cuenta con dos apariciones de media por capítulo, de una duración media de 16 segundos.

El episodio 9 cuenta con algunas recreaciones sobre testimonios de personas jóvenes de la época. Encontramos en algunos episodios la presentación de discotecas de una manera particular, como si de una ficha se tratara, un narrador que hasta entonces no había aparecido pregunta ciertos aspectos como “nombre” o “lugar” que ADA responde. De media estas intervenciones duran unos 26 segundos.

La cabecera consiste en un fondo, siempre el mismo, cortes de las entrevistas, siempre los mismos y una voz. Tiene una duración de 52 segundos. El episodio 10 cambia la cabecera con nuevos cortes de entrevistas y con una duración más extensa.

La música es parte esencial de este podcast. En cada episodio encontramos una media de 20 canciones que actúan como fondos musicales, ya que hablamos de una parte esencial del argumento de este formato. Estos aparecen y desaparecen en numerosas ráfagas, encontrando un promedio de 30 por episodio de una duración de hasta 16 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos.

Encontramos efectos de audio en la presencia de ADA, cuya narradora tiene la voz robotizada. Aparecen cada vez que ella aparece en el episodio. Con ella entra además un efecto de sonido repetitivo que es de los pocos efectos que encontramos, sumando quizás alguno más puntual en ciertos momentos como pueden ser varios sonidos relacionados con la conducción.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium Podcast*. Además, suele utilizar la misma fórmula, hacer una introducción en la que explican qué contiene el episodio

Para terminar observamos primero un pequeño avance del siguiente episodio, normalmente con ráfagas largas de una última canción y después un recordatorio de *Podium Podcast*, las redes de la plataforma. No cuenta con redes sociales propias.

Una vez más encontramos un anuncio publicitario que dependiendo del momento de escucha este anuncio puede ir al inicio o al final del episodio.

A continuación nombramos cada episodio puntualizando en su duración y en su publicación:

- Episodio 1: *Confusión*, de una duración de 30 minutos y 18 segundos. Emitido el 21 de septiembre de 2017.
- Episodio 2: *Rock*, de una duración de 31 minutos y 9 segundos. Emitido el 28 de septiembre de 2017.
- Episodio 3: *Modernidad*, de una duración de 30 minutos y 49 segundos. Emitido el 5 de octubre de 2017.
- Episodio 4: *Underground*, de una duración de 27 minutos y 40 segundos. Emitido el 10 de octubre de 2017.
- Episodio 5: *Mescalina*, de una duración de 31 minutos y 43 segundos. Emitido el 19 de octubre de 2017.
- Episodio 6: *Anomia*, de una duración de 31 minutos y 47 segundos. Emitido el 26 de octubre de 2017.
- Episodio 7: *Ruptura*, de una duración de 32 minutos y 9 segundos. Emitido el 2 de noviembre de 2017

- Episodio 8: *Bombas*, de una duración de 33 minutos y 29 segundos. Emitido el 8 de noviembre de 2017.
- Episodio 9: *Colapso*, de una duración de 31 minutos y 55 segundos. Emitido el 16 de noviembre de 2017
- Episodio 10: *Consecuencias*, de una duración de 35 minutos y 11 segundos. Emitido el 23 de noviembre de 2017.

### ***3.1.9 Lo Conocí en un Corpus***

Se publica del 4 al 21 de diciembre de 2017 en *Podium Podcast*. Ellos lo clasifican como “periodismo” y “documental”. Tiene un total de cuatro episodios de una duración media de 22 minutos y 5 segundos y una duración total de 1 hora, 28 minutos y 20 segundos.

La temporalidad no es secuencial, los tres primeros se publican semanalmente los lunes, pero el último se publica el viernes, tan solo cuatro días después del anterior. Unos días después de su publicación online se emite por vía herciana en la *Cadena Ser*, el 31 de diciembre de 2017.

La dirección, el guion y la narración es de la periodista Noemí López Trujillo; el diseño de sonido y la realización de Elisabeth Búa; María Jesús Espinosa de los Monteros es la productora ejecutiva y la producción es de Jimena Marcos de Llano.

Su argumento es el siguiente: “Noemí López Trujillo analiza el primer caso de violencia machista que fue denunciado en televisión por la propia víctima: Ana Orantes” (*Podium Podcast*, 2022).

Analizando las variables de formatos del podcast lo primero que debemos destacar es que la narradora es la propia autora y cuenta su experiencia en el transcurso de la

investigación. Noemí López Trujillo investiga el pasado de Ana Orantes, asesinada por su marido después de que ella denunciara en varias ocasiones que le maltrataba. Una característica bastante especial de su narración es que está dirigida a la víctima y en varias ocasiones la interpela a ella directamente “tú historia, la de Ana Orantes”. La narradora aparece de media 15 veces por episodio con una duración media por intervención de 24 segundos. La narradora cobra especial importancia ya que toma muchas de las declaraciones que le han dado los entrevistados y las cuenta ella misma. “Josefa me cuenta que”. Además, normalmente antecede el nombre de la persona que va a hablar y adelanta un poco, de manera resumida, la información que nos va a contar. En bastantes ocasiones también escuchamos parte de la conversación que graba la periodista con los entrevistados en los que se le escucha replicar a respuestas o hacer preguntas. De tal manera que, a veces incluso, su narración funciona como narrador teatral “le dijiste”.

Además de la narradora aparece otra voz, de un hombre en este caso, que enuncia diferentes fechas, esto hace que, debido a que la historia no está contada de manera cronológica el oyente no pierda el hilo de la historia en los momentos en los que puede ser más complicado seguirlo.

Cuenta con 14 entrevistas, siendo la más importante la de Raquel Orantes, la hija de la asesinada. Por otro lado está la consuegra de Ana, de nombre Josefa; la periodista de Canal Sur Irma Soriano; Antonio Martín, un vecino del pueblo; Carmen Orantes, hermana de Ana; Marta Ramos, psicóloga externa que analiza el caso; Jesús Huertas Morales, abogado del asesino; Miguel Oriente, Forense y Delegado del Gobierno con José Luis Rodríguez Zapatero; Miguel, taxista del pueblo y conocido de Ana; la diputada del PSOE Ángeles Álvarez; la ex secretaria de igualdad Sofía Castañon; la periodista Pepa Bueno y unos vecinos que no dan sus nombres. Los cortes de voz son bastante largos, llegando a superar en algunos momentos

los 2 minutos. De media los cortes aparecen 10 veces y tienen una duración media de 41 segundos.

Todos los episodios comienzan y terminan de la misma manera. Para empezar, tras escuchar la cortinilla enunciativa de *Podium Podcast* la narradora se presenta y describe brevemente la historia, “lo que van a escuchar es una investigación sobre el asesinato de Ana Orantes”. Una fórmula que se repite en todos los episodios y que puede hacerse algo repetitiva al escucharlos seguidos. Al final de los cuatro episodios escuchamos de nuevo a la voz que pone nombre a la cabecera decir: “Lo conocí en un corpus, una serie documental de *Podium Podcast*” y tras una ráfaga dan oralmente los créditos del podcast. Después añaden un recordatorio de la plataforma, tanto de la web como de la aplicación y facilitan las redes sociales de la plataforma, en concreto Twitter y Facebook. No cuenta con redes sociales propias.

El primer episodio funciona como resumen y adelanto del caso, de hecho, en ocasiones comenta que varios temas los tratará “en capítulos posteriores”. Todo el podcast cuenta con saltos temporales importantes, no se narra de manera cronológica.

Encontramos algunas recreaciones como en el episodio 2, en el 14:11 cuando escuchamos un poema de Roberto Juarroz leído por un narrador, *Pensar en ti se parece a salvarte*. Además, en el 17:04 de este mismo episodio escuchamos una voz de una narradora que lee como si fuera la voz de Ana Orantes unas notas en unos cuadernos que tenía la fallecida. Se leen también partes de la sentencia en el episodio 3. Encontramos una media de tres recreaciones por capítulo de una duración media de 14 segundos.

Las músicas son prácticamente un fondo que no suele aportar demasiado a la historia, más que un breve hilo de continuidad, en algunas ocasiones son excesivas en su duración,

ocupando buena parte del capítulo un único fondo, por lo que no suelen variar demasiado. Encontramos seis fondos de media por episodio. Los únicos momentos en los que cobran verdadera importancia son cuando hablamos de descripciones de lugares o costumbres españolas y en ese caso optan por sonidos que recuerdan a nuestro país, normalmente utilizando guitarras españolas. También contiene varias canciones musicales que hablan de algún aspecto mencionado, normalmente canciones populares. Las ráfagas musicales, tanto de fondos como de canciones son constantes y sirven para cambiar de tema o para reflexionar sobre algún testimonio que escuchemos. Encontramos una media de ocho ráfagas por episodio de máximo 15 segundos.

La cabecera se limita al nombre del podcast junto con un subtítulo y al número de episodio y nombre. Aunque, al ser la música inicial siempre la misma, podemos decir que actúa como cabecera. Tiene una duración media de 6 segundos.

No contiene efectos de audio en las voces, o si los tiene son irreconocibles por el oyente común y apenas encontramos efectos de sonido. Estos últimos se limitan a algunos pasos y poco más. Aparecen algunos silencios breves en momentos de reflexión, una media de dos por episodio.

Por último tiene algunos documentos de archivo, sobre todo en el último episodio en el que se recuerdan ciertos discursos políticos y en algunas ocasiones escuchamos a la protagonista en un programa de televisión en el que participó. Además, encontramos un sketch del dúo cómico *Martes y 13*. Encontramos una media de tres por episodio de 29 segundos de media. Para promocionarlo utilizaron las propias redes de *Podium Podcast* así como de su autora, Noemí López Trujillo.

Presentamos ahora los episodios y algunos detalles:

- Episodio 1: *Bajo el Níspero*, de una duración de 25 minutos y 10 segundos. Publicado el 4 de diciembre de 2017.
- Episodio 2: *Naciste en la calle Elvira*, de una duración de 22 minutos y 53 segundos. Publicado el 11 de diciembre de 2017.
- Episodio 3: *Villa Ana*, de una duración de 21 minutos y 22 segundos. Publicado el 18 de diciembre de 2017.
- Episodio 4: *20 años sin Ana*, de una duración de 18 minutos y 55 segundos. Publicado el 21 de diciembre de 2017.

### **3.1.10 Octubre**

De tres episodios y emitido en *Podium Podcast* en diciembre de 2017 este formato es, al igual que *Diario de un Naufragio*, del periodista José Luis Sastre. Sin embargo, después de analizar sus episodios concluimos que no comprende las variables necesarias para englobarlo en el análisis. El narrador es informativo, alejándose del narrador periodista y sin entrar en la historia. No cuenta con entrevistas, solo con documentos de archivo que se limitan a noticias de medios de comunicación. Tampoco tiene una extensión importante ni utiliza demasiados recursos narrativos. Además, está muy ligado a la actualidad. Funciona como un reportaje radiofónico.

### **3.1.11 Donde quiera que estés**

Una serie documental de cinco episodios dedicada a la investigación de la desaparición de la joven sevillana Marta del Castillo. El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 21 minutos y 16 segundos y una duración total de 1 hora, 46 minutos y 21 segundos.

Publicado desde el 24 de enero hasta el 22 de febrero de 2018 con una temporalidad semanal, los miércoles a excepción del último episodio que se publica en jueves. En el portal de contenidos está englobado dentro de la clasificación de “documental” y “el verdadero crimen”.

El argumento es el siguiente: “Se cumplen nueve años de la desaparición y muerte de Marta del Castillo. *Podium Podcast* recuerda este caso con *Dondequiera que estés*, una serie de cinco capítulos, que semanalmente nos acercará los sonidos de aquella investigación” (*Podium Podcast*, 2022).

El equipo que lo realiza lo componen: Diego Suárez como director y narrador, compartiendo esta última función con Mercedes Díaz. Y el montaje sonoro es de Borja Troya.

El narrador es el periodista Diego Suárez, que utiliza un tono neutro e informativo y aparece una media de 20 veces en intervenciones que tienen una duración media de 33 segundos.

La serie comienza con una de las amigas íntimas de la desaparecida Marta del Castillo escribiéndole una carta. Mercedes Díaz se dirige a su amiga diciendo explícitamente “donde quiera que estés” y de ahí el título. Este recurso con dos fondos musicales que se intercalan indistintamente se utilizará durante todos los episodios. Ese recurso puede clasificarse como recreación o parte de la narración, según nuestro criterio lo incluiremos más como recreación. Encontramos una media de cuatro de estas recreaciones de una duración media de 36 segundos.

Tiene numerosos cortes de entrevistas, 15 concretamente. Para comenzar la madre y el padre de Marta del Castillo, Eva Casanova y Antonio del Castillo; el policía Guillermo Escuder; José María Calero, abogado de la familia Del Castillo; uno de los testigos del juicio, Diego Carrera; un vecino de Miguel Carcaño, Antonio Jiménez; también el abogado de Carcaño que renunció, Enrique Álvarez Ristra; Fernando de Pablo, abogado de El Cuco; María José Segarra, fiscal jefe de Sevilla; Antonio un Guardia Civil que estuvo trabajando en el caso; Inmaculada Torres, abogada de la familia Del Castillo; Paloma Pérez Sendino abogada de Carcaño; José Manuel Carrión, abogado del Cuco y Ana Cambón, portavoz de la policía de Sevilla. Tiene una media de 12 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 35 segundos.

Encontramos algunos documentos de archivo, sobre todo de la parte del juicio en los episodios tres y cuatro. También cortes de noticias o de políticos, como por ejemplo de Mariano Rajoy, por aquel entonces presidente del Gobierno. Y sobre todo cortes de la prensa de declaraciones de familiares y amigos, como por ejemplo de Javier Casanueva, tío de Marta del Castillo o Jose Antonio Casanueva, su abuelo. Cuenta con ocho apariciones de media por capítulo, de una duración media de 27 segundos. En algunos momentos es complicado distinguir entre ciertos cortes de archivo y de entrevistas al no ser especificado y al ser las mismas personas.

La cabecera en todos los capítulos se limita a una voz que resume el título de la serie, del episodio en particular y el número de episodios y tiene una duración media de 7 segundos.

En cada episodio encontramos una media de ocho fondos musicales y no encontramos canciones registradas. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de

siete por episodio de una duración de hasta 10 segundos. Utiliza fondos dramáticos, normalmente en formato ráfaga que posteriormente desaparece y tenemos prácticamente toda la serie en silencio y cuando los fondos se mantienen un poco suelen estar muy bajos de sonido.

Los silencios apenas son utilizados. Encontrando una media de un silencio por episodio. Estos se utilizan para dejar respirar el contenido.

No encontramos ningún efecto de audio ni de sonido en toda la serie, al menos apreciable por el oyente medio.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium Podcast*.

Para terminar observamos siempre una gran ráfaga musical, en muchas ocasiones mientras se realiza una lectura de la carta. Además, se citan las redes de *Podium* y se incluye el anuncio correspondiente. No cuenta con redes sociales propias.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *Marta del Castillo: La desaparición*, de una duración de 26 minutos y 51 segundos. Publicado el 24 de enero de 2018.
- Episodio 2: *Marta del Castillo: La búsqueda*, de una duración de 35 minutos y 34 segundos. Publicado el 31 de enero de 2018.
- Episodio 3: *Marta del Castillo: El primer juicio*, de una duración de 17 minutos y 57 segundos. Publicado el 7 de febrero de 2018.

- Episodio 4: *Marta del Castillo: Majaloba*, de una duración de 29 minutos y 17 segundos. Publicado el 14 de febrero de 2018.
- Episodio 5: *Marta del Castillo: Preguntas sin respuesta*, de una duración de 26 minutos y 48 segundos. Publicado el 22 de febrero de 2018.

### **3.1.12 Los sonidos de Dudamel**

El podcast se compone de cuatro episodios publicados en *Podium Podcast* desde el 12 de febrero de 2018 hasta el 5 de marzo de 2018, publicado de manera semanal cada lunes. Los episodios tienen una duración media de 23 minutos y 21 segundos y una duración total de 1 hora, 33 minutos y 25 segundos.

El argumento es el siguiente: “Un podcast biográfico, musical que repasa la vida del venezolano Gustavo Dudamel” (*Podium Podcast*, 2022). No cuenta con títulos de créditos.

El narrador es de tipo informativo y narra en tercera persona. Aparece como tal una media de una vez por episodio en intervenciones que tienen una duración media de 2 minutos y 6 segundos. Después aparece como entrevistador en los cortes de entrevistas. Además, cuenta con una locutora que aparece dos veces de media por episodio y que nombra a ciertos entrevistados, así como define los diferentes actos en los que se puede dividir cada episodio. Sus intervenciones son muy breves, de media de unos 5 segundos.

Cuenta con ocho entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Jose Antonio Abreu, fundador de la orquesta juvenil de Venezuela; Juan Prego, socio director de Actitud Creativa; Víctor Vegas, dramaturgo; Daniel Barenboim, pianista y director de orquesta; Natalia Lafourcade, cantante y música; Alvaro Gisbert director de la escuela de música Reina sofía; la abuela del protagonista Gustavo Dudamel y el propio Gustavo. Tiene

una media de cinco cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 2 minutos y 38 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto ciertos textos locutados. Observamos una media de una recreación por episodio de un tiempo medio de 35 segundos.

No cuenta con documentos de archivo, ni con silencios ni con efectos de audio. Únicamente encontramos algunos efectos de sonido en el capítulo uno cuando recreamos la infancia del compositor.

La cabecera consiste únicamente en y tiene una duración de 3 segundos.

En cada episodio encontramos una media de seis fondos musicales, la mayoría canciones de música clásica. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas de larga duración, encontrando un promedio de cinco por episodio de una duración de hasta 2 minutos y 23 segundos.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium* y su correspondiente anuncio publicitario.

A continuación presentamos los títulos de cada uno de los episodios, su duración y su fecha de publicación:

- Episodio 1: *El origen de una pasión*, de una duración de 25 minutos y 31 segundos. Publicado el 12 de febrero de 2018.
- Episodio 2: *La magia de la batuta*, de una duración de 23 minutos y 15 segundos. Publicado el 19 de febrero de 2018.

- Episodio 3: *Música y revolución*, de una duración de 24 minutos y 20 segundos. Publicado el 26 de febrero de 2018.
- Episodio 4: *Nuevos oídos jóvenes*, de una duración de 20 minutos y 18 segundos. Publicado el 5 de marzo de 2018.

### **3.1.13 Policiales argentinos**

El podcast se compone de tres episodios que se publican entre mayo y junio de 2018 *Podium Podcast*. Lo incluimos como posible formato a analizar debido a que la plataforma lo clasifica como “documental”, sin embargo, tras hacer una escucha de sus episodios no encontramos las variables mínimas necesarias para incluirlo en el análisis. No cuenta con cortes de voz ni documentos de archivo. Basa su relato en narrador y ficciones, el narrador no tiene una presencia especial en el texto y no tiene una duración extensa ya que son episodios capitulares de alrededor de 9 minutos.

### **3.1.14 El día que Abdul dijo adiós a Siria**

El podcast se compone de un único episodio de una duración de 55 minutos y 19 segundos, es un podcast capitular resolutivo publicado en la *Cadena COPE* el 29 de junio de 2018.

El argumento es el siguiente:

Con tan solo 15 años es secuestrado por el Estado Islámico. Los soldados querían robarle su identidad, convertirlo en un asesino, pero tras 4 meses encerrado en una cárcel, arriesga su vida, huye y recorre 4.000 kilómetros a lo largo de 10 países para encontrar un futuro mejor en España (*COPE*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: Andoni Orrantia en la dirección, guion y producción y el diseño sonoro y la postproducción es de Juan Antonio Fernández Machado.

Cuenta con un narrador periodista que en tercera persona nos va contando la historia. Aunque no se presenta, podemos intuir que es el director del podcast Antoni Orrantia. Aparecen 45 veces en intervenciones que tienen una duración media de 21 segundos.

Cuenta con 11 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Abdul Haj Taher; Hasina Ahmed de la ONG Acción planetaria; María de los Ángeles Plaza, psicóloga; Nina Revenga, profesora; Francisca de Borja, directora del colegio Santa Bárbara; Elena Alonso, directora de Mensajeros de la Paz; José Manuel Pardo, profesor; Fran Equiza, representante de UNICEF en Siria; Javier Gil, portavoz de la ONG Global Humanitaria; Wissam Ahmad, otro joven sirio y Nadia, intérprete. En total cuenta con 53 cortes de entrevistas, de una duración media de 36 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser sonidos de la guerra de Siria o del ISIS. Cuenta con 13 apariciones de media por capítulo, de una duración media de 13 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto sobre la vida de Abdul. Observamos cuatro recreaciones de un tiempo medio de 17 segundos.

La cabecera consiste en voz y música y tiene una duración de 12 segundos, poniendo en valor al director del formato.

Encontramos 28 fondos musicales al que además añadimos unas cinco canciones. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando unas 36 en todo el episodio de una duración de hasta 9 segundos. Son fondos que muchas veces recuerdan al mundo árabe.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos. Tampoco se encuentran efectos de audio significativos.

Sí son comunes con efectos de sonido para ambientar escenas, sobre todo de la guerra.

Para terminar observamos unas grandes ráfagas de canciones musicales mezcladas con los títulos de créditos. Cuenta con página web y redes sociales propias como *Twitter* y *Facebook*. No cuenta con publicidad.

### **3.1.15 Olafo**

El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 23 minutos y 39 segundos y una duración total de 1 hora, 58 minutos y 13 segundos.

Publicado en *Podium Podcast* desde el 21 de julio de 2018 hasta el 19 de julio de 2018 con una temporalidad semanal, cada jueves, excepto el capítulo tres que se publica un martes. En el portal de contenidos está englobado dentro de la clasificación de “documental”.

El argumento es el siguiente: “El 27 de noviembre de 1983, un Boeing 747 Jumbo de la compañía colombiana Avianca cayó envuelto en llamas en una pequeña vaguada de Mejorada del Campo” (*Podium Podcast*, 2022).

El equipo que lo realiza lo componen: Arturo Lezcano en el guion, dirección y narración; Alfonso Latorre en el diseño de sonido; producción Jesús Blanquiño y Jimena Marcos y María Jesús Espinosa de los Monteros en la producción ejecutiva.

El narrador es el periodista Arturo Lezcano de tipo periodístico, investigador en tercera y combinándolo con la primera persona, lo demuestran expresiones como “no puede ser, pensé” o “había que investigarlo”. Aparece una media de 23 veces en intervenciones que

tienen una duración de 44 segundos. Durante los cortes de las entrevistas también aparece en varias ocasiones. En un momento aparece la productora ejecutiva María Jesús Espinosa de los Monteros entrevistando a Arturo Lezcano sobre el caso.

Cuenta con 16 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: el escritor Jorge F. Hernández; Claudio Reme; Ana María Escorta; Enric González, periodista; el escritor Fernando Zalamea Traba; Javier Marín, director de Aena; Vecinos de Mejorada del Campo como Gregorio Gutiérrez o Pedro Ochoa; un trabajador del aeropuerto de Barajas; un taxista que fue al lugar de los hechos; el fotógrafo David Aguilar; los supervivientes Marta Palma y Diego Boca; el poeta Carlos Murciano; el compositor Fernando Remacha y un chico técnico de operaciones de *AirFrance*. Tiene una media de 14 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 24 segundos.

No cuenta con demasiados documentos de archivo como pueden ser informativos, anuncios y programas de la época. Cuenta con cinco apariciones de media por capítulo, de una duración media de 20 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto sobre el accidente y nos relatan lo que grabó la caja negra del avión. Esta parte lleva música y efectos de audio y de sonido correspondientes. Observamos una media de cuatro recreaciones por episodio de un tiempo medio de 22 segundos.

La cabecera consiste en una música identificativa y una voz que locuta el título del podcast y del episodio y tiene una duración de 22 segundos.

En cada episodio encontramos una media de 12 fondos musicales y no encontramos canciones. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 22 por

episodio de una duración de hasta 22 segundos. Son muy comunes estas ráfagas y además se utilizan en muchos momentos como puntos de inflexión para hacer distinciones temporales o de ubicación en la narración de la historia.

Los silencios apenas forman parte de los recursos narrativos. Encontramos una media de uno por episodio. Al igual que apenas se aprecian efectos de audio.

Son comunes con efectos de sonido, tales como teclado, rebobinar y sobre todo bastantes aviones que se utilizan como ráfagas. Los encontramos sobre todo en los momentos de las recreaciones. Además, observamos un número considerable de puntos sonoros que dividen las partes narrativas.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium Podcast*.

Para terminar observamos los créditos, un anuncio de otros contenidos de *Podium* así como el anuncio publicitario. Además, encontramos al final siempre un efecto de sonido de un avión. No cuenta con redes sociales propias.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y publicación:

- Episodio 1: *El fogonazo*, de una duración de 21 minutos y 17 segundos. Publicado el 21 de junio de 2018.
- Episodio 2: *Reglones cruzados*, de una duración de 27 minutos y 28 segundos. Publicado el 28 de junio de 2018.
- Episodio 3: *En cualquier lugar*, de una duración de 23 minutos 45 segundos. Publicado el 3 de julio de 2018.

- Episodio 4: *El corral de Jorge*, de una duración de 20 minutos 37 segundos. Publicado el 12 de julio de 2018.
- Episodio 5: *El casco y las luciérnagas*, de una duración de 25 minutos y 8 segundos. Publicado el 19 de julio de 2018.

### **3.1.16 Regreso a las Ramblas**

El podcast es resolutivo capitular, es decir se compone de un único episodio de una duración de 47 minutos y 17 segundos. Se publica en la *Cadena COPE* el 6 de agosto de 2018.

El argumento es el siguiente:

Se cumple un año del atentado yihadista en Las Ramblas de Barcelona. Aquel 17 de agosto de 2017, los ciudadanos mostraron su dolor depositando en la zona más de cinco mil objetos. Osos de peluche, mensajes, flores. Hoy todavía se conservan como memoria viva. (*COPE*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: Andoni Orrantia en la dirección, guion y narración y el diseño sonoro y la postproducción es de Juan Antonio Fernández Machado.

El narrador es de tipo periodístico en tercera persona y aparece 16 veces en intervenciones que tienen una duración media de 15 segundos.

Cuenta con 17 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: David Martínez, inspector Jefe de la Guardia Urbana de Barcelona; Miguel Martínez operario del servicio de limpieza; Ángel Rabines, médico adjunto; Elisabeth Santiago, enfermera; Patricia Patricia Platja, exjefa de comunicación de los Mossos; Eva Abellán, sargento de los Mossos;

Merce Cuesta, trabajadora del centro de urgencias y emergencias; Noe Sans, otra trabajadora del centro de urgencias y emergencias; Rocío Martín, informadora turística; Guillermo Pérez, hermano de una víctima; Albert Salvador consultor que estuvo ayudando; Josep Bracons, jefe del Departamento de Colecciones del Museo de Historia de Barcelona (MUHBA); Daniel Alcober, conservador; Evelyn Fernández, trabajadora del servicio de limpieza; Tina Recio trabajadora de la agencia Cívico; Adela Martínez, conservadora y Montserrat Beltrán, directora del archivo municipal. Encontramos 74 cortes de entrevistas, de una duración media de 30 segundos.

Además, aparecen documentos de archivo, únicamente encontramos tres como pueden ser momentos del homenaje a las víctimas o una noticia sobre el caso. La duración media es de 14 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto sobre momentos del día del atentado, pequeñas ficciones que intentan mostrar la veracidad de lo que pasó ese día. Observamos ocho recreaciones por episodio de un tiempo medio de 10 segundos.

La cabecera consiste en música y voz y tiene una duración de 24 segundos.

Encontramos 17 fondos musicales que aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando 35 de una duración de hasta 7 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos ni tampoco los efectos de audio.

Son comunes con efectos de sonido, sobre todo para recrear ciertos momentos y ambientes.

Para terminar observamos los títulos de créditos.

No tiene redes sociales propias, aunque entra en ocasiones en las del podcast *Sin mi identidad* realizado por el mismo autor. No cuenta con publicidad.

### **3.1.17 La mitad del mundo**

El podcast se compone de 10 episodios publicados en el periódico *ABC* en su versión digital. Sus episodios tienen una duración media de 20 minutos y 17 segundos y una duración total de 3 horas, 22 minutos y 45 segundos. No tiene una publicación de temporalidad concreta, esta varía según el episodio.

La narradora es informativa, utiliza un tono periodístico y narra en tercera persona. Aparece una media de 20 intervenciones de una duración media de 16 segundos.

El argumento es el siguiente: “*La Mitad Del Mundo* es un podcast en el que recorreremos los lugares cotidianos de la discriminación que sufrimos las mujeres. En el colegio, en el trabajo, en casa, hasta en nuestro propio cuerpo...” (*ABC*, 2022).

El equipo que lo realiza lo componen: Elena Gómez en la dirección y María Sáenz y Diego Moreno en la producción ejecutiva.

Debido a que no es un podcast con un argumento común ni una historia lineal que comienza y termina no tiene sentido contabilizar el número de entrevistas total, es mejor analizar la media por episodio. Tiene una media de cinco entrevistas por episodio que aparecen en una media de 22 veces en intervenciones de una duración media de 29 segundos.

No encontramos documentos de archivo significativo. Sí encontramos algunas recreaciones muy puntuales sobre lecturas de archivos de prensa. Una media de uno por episodio de una duración media de 6 segundos.

La cabecera consiste en voz y tiene una duración media de 10 segundos.

En cada episodio encontramos una media de 12 fondos musicales. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 12 por episodio de una duración de hasta 10 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos. No encontramos efectos de audio. Los efectos de sonido forman ambientes en los que es complicado diferenciar entre aquello grabado y aquello que se incluye en la postproducción. Además, encontramos alguno puntual en ciertos episodios, pero no son demasiado comunes.

Para terminar observamos un análisis sobre la igualdad de la narradora y relacionado con cada uno de los episodios, además añaden los títulos de crédito.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y publicación:

- Episodio 1: *Jana en su apartamento* de una duración de 21 minutos y 55 segundos.  
Publicado el 1 de octubre de 2018
- Episodio 2: *Irene en el patio*, de una duración de 22 minutos y 3 segundos. Publicado el 18 de octubre de 2018
- Episodio 3: *Mar tras la cortina*, de una duración de 22 minutos y 18 segundos.  
Publicado el 8 de noviembre de 2018.
- Episodio 4: *Isabel sobre sus zapatos*, de una duración de 19 minutos y 8 segundos.  
Publicado el 29 de noviembre de 2018.

- Episodio 5: *Ada entre algoritmos*, de una duración de 22 minutos y 55 segundos.  
Publicado el 20 de diciembre de 2018
- Episodio 6: *Nosotras en 2019*, de una duración de 22 minutos y 39 segundos.  
Publicado el 14 de febrero de 2019.
- Episodio 7: *Sandra en el patio*, de una duración de 19 minutos y 28 segundos.  
Publicado el 1 de marzo de 2019.
- Episodio 8: *Lola sin reglas*, de una duración de 16 minutos. Publicado el 11 de abril de 2019.
- Episodio 9: *Iria y la carga mental*, de una duración de 17 minutos y 53 segundos.  
Publicado el 9 de mayo de 2019.
- Episodio 10: *Cristina en la música*, de una duración de 18 minutos y 26 segundos.  
Publicado el 6 de junio de 2019.

### **3.1.18 Venezuela huir o morir**

Serie documental de *Podium Podcast* que narra la crisis migratoria de Venezuela hacia Colombia.

El podcast se compone de 10 episodios de una duración media de 18 minutos y 3 segundos y una duración total de 3 horas y 27 segundos. En el portal de contenidos está englobado dentro de las clasificaciones de “documental” y “noticias. Publicado desde el 22 de enero de 2019 hasta el 27 de marzo de 2019 con una temporalidad semanal con dos excepciones que se adelantan el episodio 7 y el 10.

Encontramos dos narradores de tipo informativo, Diana Calderón y Vicente Moros normalmente en tercera persona y aparece una media de 12 veces en intervenciones que tienen una media de 32 segundos.

El argumento es el siguiente:

La crisis en que entró la economía venezolana desde 2010, la falta de garantías democráticas y el hambre que empezó a campar hace dos años, generó un éxodo sin precedentes en América Latina. Sobrevivir en el exilio, tener un hijo en otra tierra, utilizar el arte como forma de resistencia... son algunos de los temas que se abordan en este podcast (*Podium Podcast*, 2022).

No cuenta con títulos de créditos.

Cuenta con 64 entrevistas realizadas, sobre todo de afectados por la crisis y migrantes, cabe resaltar que en muchas ocasiones no han realizado entrevistas en profundidad, sino que se han solicitado cortes de audio a través de servicios de mensajería o email. Entre los entrevistados sobre todo destacan personas migrantes, son los siguientes: Jusmine Carmona; María Romero; Bibiana Hernández; Eidis Hernandez; Glendis Elis; Irán Merano; Diana Riveres; Joan Carlos Olivares; Katerin Sánchez; Gabriela Pérez; Andino Chávez; Denis José Linares; Gerardine Vallecillas; Carlos Piñeros; José Padilla; Jorge Palma; Idania Chirinos, periodista; Eli Angelica González, periodista; Fabiola Leon, miembro de *Reporteros sin Fronteras*; Rodrigo Pérez periodista chileno; Nora Sanin periodista; Miguel Otero del periódico *El Nacional*; Francesco Manetto del periódico *El País*; Jaime Ortega, periodista de *EFE*; Juan Fraile, periodista; César Moreno, periodista; Gabriel Hernández, Joan Carlos Meirela; Carlos Olisoria cirujano; Nolis Teresa Aguirre; Alexander Flores; Pedro Meneses; Rosalva Colmenares; Diego Torres, soldado desertor; Annie Uribe; Andreina Gómez; Ana

Delgado; Anabela Jiménez actriz; Andrés Blanco productor; Mailen Ramírez, administradora; Carlos Meneses; Lis García; Antonio González; Karisa López periodista; el ginecólogo Efrén García Medina; Germán Fernández Cabrera, presidente del colegio de médicos; Christian Crueger, dirigente de migraciones de Colombia; Erika Ordosgoitia, artista; Midia Gutiérrez directora del Museo de Antioquia; Pedro Meseses; Randi Montilla; Cristobal Ochoa, artista, Ronaldo Carmona curador; Mauricio Jaramillo consultor; Luis Ernesto Gómez, exministro; Víctor Solano consultor; Felipe Muñoz, gerente; Julia Torres creadora Asociación de Venezolanos en España, página de *Facebook*; Anni Uribe; José Juan Adrián, Rocío Castañera de *Acnur* y otras tres personas que no dan sus nombres, como algunos estudiantes. Tiene una media de nueve cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 22 segundos. Casi siempre entran en trenes de voces.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser algunas noticias. Cuenta con dos apariciones de media por capítulo, de una duración media de 39 segundos.

La cabecera va unida a una introducción y tiene una media de 1 minuto 17 segundos.

En cada episodio encontramos una media de siete fondos musicales al que además añadimos algunas canciones con derechos. Los fondos son bastante repetitivos, utilizando dos de ellos en repetidas ocasiones dentro de un mismo episodio. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de siete por episodio de una duración de hasta 20 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos ya que no encontramos diferentes actos narrativos, sino que todo el episodio es continuado.

Tampoco encontramos efectos de audio y en la mayoría de episodios los efectos de sonido son casi inexistentes. Encontramos por ejemplo pasos, coches o sonidos de mensajes y teclado de ordenador.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium Podcast* y después escuchamos un resumen de toda la serie.

Para terminar observamos una reflexión final siempre con la misma música seguida de los créditos y un anuncio publicitario. En el último episodio los narradores interpretan todo lo escuchado en un texto ensayístico. No cuenta con redes sociales propias.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación.:

- Episodio 1: *Hijos de otra patria*, de una duración de 12 minutos y 37 segundos. Publicado el 22 de enero de 2019.
- Episodio 2: *Suelas rotas*, de una duración de 14 minutos y 28 segundos. Publicado el 29 de enero de 2019.
- Episodio 3: *Con su arte a otra parte*, de una duración de 18 minutos y 36 segundos. Publicado el 5 de febrero de 2019.
- Episodio 4: *Tejiendo redes*, de una duración de 23 minutos y 51 segundos Publicado el 12 de febrero de 2019.
- Episodio 5: *El aguante venezolano*, de una duración de 16 minutos y 19 segundos. Publicado el 19 de febrero de 2019.

- Episodio 6: *Ser periodista en venezuela*, de una duración de 29 minutos y 27 segundos. Publicado el 26 de febrero de 2019.
- Episodio 7: *Profesión migrante*, de una duración de 15 minutos y 3 segundos. Publicado el 1 de marzo de 2019.
- Episodio 8: *Música ayuda y libertad*, de una duración de 20 minutos y 46 segundos. Publicado el 12 de marzo de 2019.
- Episodio 9: *Rescatando vidas*, de una duración de 16 minutos y 46 segundos. Publicado el 19 de marzo de 2019.
- Episodio 10: *Los que nunca se fueron*, de una duración de 12 minutos y 33 segundos. Publicado el 27 de marzo de 2019.

### **3.1.20 El teléfono Rojo**

El podcast se compone de 39 episodios. Publicado en *Cuonda* desde febrero de 2019 hasta junio de 2020 con un episodio en 2021.

El argumento es el siguiente: “El Teléfono Rojo es un podcast de reportaje y política internacional presentado y dirigido por Ignacio F. Vázquez” (*Cuonda*, 2022)

El narrador es el periodista Ignacio F. Vázquez de tipo informativo en tercera persona.

Es un podcast que, como el propio argumento defiende, se compone de reportajes y que normalmente están muy cercanos a la actualidad. Trata temas como elecciones internacionales, situaciones de refugiados o conflictos. El formato es muy similar al conocido *The Daily* de The New York Times. Son capitulares en casi todas las ocasiones y muchas de las veces escuchamos entrevistas reportajeadas. Puede parecer narrativo ya que incluye cortes

de entrevistas, así como algunos recursos narrativos, sin embargo, no cumple con algunas de las premisas básicas de los formatos que estamos analizando así que no entrará en el análisis. No cuenta con una gran extensión ya que son episodios capitulares de alrededor de 20 minutos y tampoco los recursos narrativos tienen una gran presencia en el texto. Cuando estos aparecen se limitan a fondos musicales y en ocasiones muy puntuales algún efecto de sonido.

### ***3.1.21 Las tres muertes de mi padre***

El podcast se publica en *Cuonda* y se compone de seis episodios de una duración media de 19 minutos y 20 segundos y una duración total de 1 hora, 37 minutos y 9 segundos. Publicado desde el 24 de mayo de 2018 hasta el 21 de junio de 2018 con una temporalidad semanal cada jueves.

El argumento es el siguiente: “El Comando Madrid de ETA mató a mi padre en un atentado en 1993. Durante 20 años no hice nada por saber la verdad. Ahora, y tras una larguísima investigación, sé que hay mucho más...” (*Cuonda*, 2022).

No cuenta con títulos de créditos.

El narrador es el periodista Pablo Romero, de tipo periodístico y en primera persona ya que intenta averiguar un misterio familiar, en concreto quién asesinó a su padre. Aparece una media de 11 veces en intervenciones que tienen una duración media de 52 segundos.

Cuenta con 6 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: La madre del narrador y viuda del protagonista; Iñaki Rekarte, ex miembro de ETA; Andrés, una fuente anónima; Rafael Vera, ex secretario de Estado de Seguridad; Carlos, policía retirado y

Florencio Dominguez, fundador de *Vascopress*. Tiene una media de ocho cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 1 minuto y 25 segundos.

Además, aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser noticias antiguas relacionadas con el caso. Cuenta con una aparición media por capítulo, de una duración media de 47 segundos. No encontramos recreaciones

La cabecera consiste en la voz del protagonista a modo de introducción haciendo un pequeño resumen del caso, normalmente en vacío musical y seguido el título del episodio y el nombre y tiene una duración de alrededor de 55 segundos.

En cada episodio encontramos una media de cinco fondos musicales, estos acompañan el relato, pero no cuentan con demasiada importancia. Aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de cuatro por episodio de una duración de hasta 12 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos. Siendo utilizados para pausar el relato y reflexionar y encontrando una media de cinco por episodio

No encontramos efectos de audio, aunque sí algunos efectos de sonido que recrean ciertas situaciones que no se han podido grabar in situ.

Para terminar observamos una voz que recuerda la producción de *Cuonda* y que ofrece al oyente la posibilidad de ampliar la información en la página web del podcast.

Cuenta con redes sociales propias, así como su página web. No cuenta con publicidad.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *Prólogo*, de una duración de 28 segundos. Publicado el 16 de mayo de 2018.
- Episodio 2: *El día de la masacre*, de una duración de 17 minutos y 57 segundos. Publicado el 24 de mayo de 2018.
- Episodio 3: *La segunda muerte*, de una duración de 21 minutos y 2 segundos. Publicado el 31 de mayo de 2018.
- Episodio 4: *Una testigo sin nombre*, de una duración de 18 minutos y 54 segundos. Publicado el 7 de junio de 2018.
- Episodio 5: *Papeles, errores y chapuzas*, de una duración de 19 minutos y 48 segundos. Publicado el 14 de junio de 2018.
- Episodio 6: *La tercera muerte*, de una duración de 19 minutos. Publicado el 21 de junio de 2018.

### **3.1.22 *Una novela criminal***

El podcast se compone de cuatro episodios publicados entre noviembre y diciembre de 2018. Hablamos de un podcast un tanto peculiar ya que se sitúa de nuevo en los límites del podcast narrativo de no ficción. Efectivamente es una historia real y por tanto de no ficción sin embargo cuenta con la recreación de gran parte de la historia de manera ficcionada.

Los narradores son la periodista española Mona León Siminiani y Jorge Volpi, el autor del libro en el que está basado *Una novela criminal*. León Siminiani tiene más peso en la narración de Volpi, que aparece de manera puntual y sin poder diferenciar el motivo por que el narra uno u otro. No cuenta con cortes de voz ni de archivo, los periodistas son meros

narradores externos por completo a la historia, no presenta cabecera y tampoco encontramos ni silencios ni ráfagas significativas. La misma plataforma la engloba dentro de las categorías de “el verdadero crimen” y “ficción”. Debido a todo esto no lo consideramos como parte del formato de investigación.

### **3.1.23 616 Escaños**

Publicado en abril de 2019 en *Podium Podcast* como una producción del periódico El País está dirigido por Montserrat Domínguez y cuenta el camino a las elecciones generales de ese año. Tras el análisis de sus episodios hemos concluido que no entra en la clasificación por los siguientes motivos: buena parte de sus contenidos consisten en entrevistas que Montse Domínguez hace a expertos en el tema; la narradora es externa a la historia; está demasiado ligado a la actualidad de manera que escucharlo tiempo después de que sucediera carece de sentido y tampoco cuenta con numerosos recursos narrativos.

### **3.1.24 Máster**

Uno de los formatos más híbridos que encontramos ¿Puede ser un podcast narrativo de no ficción si no cuenta con narrador? Con este ejemplo lo comprobamos.

El podcast *Máster* realizado por la productora *The Story Lab* en colaboración con el periódico digital *eldiario.es* no cuenta con un narrador al uso, sino que los propios cortes de entrevistas guían la historia adaptando así la figura del narrador. En concreto son los cortes de una de las protagonistas de la historia, Raquel Ejerique, los encargados de encarnar en sus testimonios la función del narrador. Un formato novedoso en esta modalidad que posteriormente se utilizará en otros formatos como puede ser *Justicia Universal*, publicado por Audible en 2021.

El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 19 minutos y 58 segundos y una duración total de 1 hora, 39 minutos y 51 segundos. Además, cuenta con un *Bonus de la redacción* de 2 minutos y 53 segundos en el que otros periodistas de la redacción de *eldiario.es* cuentan cómo viven estos momentos. Lo podemos encontrar en la página web de *eldiario.es* así como en plataformas como *Spotify* o *Apple podcast*. Se publica del 5 al 10 de junio de 2019, el primer capítulo el día 5 y después los siguientes el día 10.

El argumento es el siguiente: “Este podcast cuenta la investigación periodística de *eldiario.es* sobre la falsificación del Máster de Cristina Cifuentes, la expresidenta de la Comunidad de Madrid. Los entresijos relatados por Raquel Ejerique, Ignacio Escolar y otros periodistas y protagonistas de la exclusiva de 2018. (*Eldiario.es*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: En la producción: Toni Garrido; dirección: Álvaro de Cózar; guion: Álvaro de Cózar y Pablo G. Batista; grabación y diseño de sonido: Yago Mendivil; música: Juan Arance; tema: *No hay amor sin dolor* de Los Bengala.

Raquel Ejerique, como falsa narradora, aparece una media de 18 veces por episodio con una duración media de 28 segundos.

Cuenta con 11 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Raquel Ejerique, periodista que recibe el sobre con la información sobre la noticia; Ignacio Escolar, director de *eldiario.es*; los periodistas Raúl Rejón, Rafa Méndez, José Precedo, Máximo Pradera y Laura Galaup; Rosario Casas, perito calígrafa judicial; otro de los peritos del caso; la profesora Clara Souto y un alumno matriculado del máster. Tiene una media de 11 cortes de entrevistas por capítulo, sin contar a Raquel Ejerique ya que la hemos contado como narradora y son de una duración media de 21 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser entrevistas y noticias relacionadas con el caso en diferentes medios de comunicación. Cuenta con 17 apariciones de media por capítulo, de una duración media de 18 segundos.

La cabecera consiste en una música identificativa y una serie de documentos de archivo y tiene una duración de 23 segundos.

En cada episodio encontramos una media de nueve fondos musicales y encontramos algunas canciones puntuales. Las músicas aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 11 por episodio de una duración de hasta 7 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos, se utilizan para dividir diferentes actos narrativos de la historia, encontrando un promedio de cinco por episodio.

Escuchamos algunos efectos de audio, sobre todo, mucho sonido telefónico, que no podemos distinguir si fue creado en postproducción.

Son comunes con efectos de sonido, tales como sonidos relacionados con llamadas telefónicas, tales como marcaciones o pitidos de espera o cuelgue. Además, encontramos puntos sonoros que crean tensión durante todo el episodio.

Al final de todos los episodios encontramos una pequeña publicidad de *eldiario.es* para apoyarlo como socio suscriptor. No cuenta con redes sociales propias ni con publicidad.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y publicación:

- Episodio 1: *El sobre*, de una duración de 18 minutos y 20 segundos. Publicado el 5 de junio de 2019.

- Episodio 2: *6,11*, de una duración de 17 minutos y 29 segundos. Publicado el 10 de junio de 2019
- Episodio 3: *Dudas*, de una duración de 17 minutos y 33 segundos. Publicado el 10 de junio de 2019
- Episodio 4: *Las firmas*, de una duración de 21 minutos y 19 segundos. Publicado el 10 de junio de 2019
- Episodio 5: *Olay*, de una duración de 25 minutos y 10 segundos. Publicado el 10 de junio de 2019

### **3.1.25 Invisibles**

El proyecto independiente de *Invisibles* ve la luz a principios de 2019

El podcast se compone de 15 episodios divididos en dos temporadas. La primera de cinco episodios, dos episodios especiales durante la pandemia de la COVID-19 y una segunda temporada publicada a finales de 2020 de ocho episodios. Esta segunda temporada se publica en *Podium Podcast*. Sus episodios tienen una duración media de 31 minutos y 16 segundos si sacamos fuera de la media a aquellos episodios publicados posteriormente al año 2020, y una duración total de 5 horas, 12 minutos y 35 segundos publicados hasta el final del año 2020.

En el portal de contenidos está englobado dentro de la clasificación de “documental” y “sociedad y cultura”.

Encontramos dos narradores, el primero de ellos un narrador común en todos los episodios que presenta la temática y participa de nuevo a la mitad del capítulo realizando

algunas preguntas al segundo narrador. Este segundo narrador es el periodista que ha investigado la historia y su presencia es mucho mayor. El primer narrador aparece una media de nueve en intervenciones de 13 segundos de media. El segundo narrador aparece una media de 35 veces en intervenciones que tienen una duración media de 16 segundos.

El argumento es el siguiente:

*Invisibles podcast* es un proyecto periodístico independiente de radio. Aquí encontrarás podcasts narrativos en forma de documental de no ficción en español. En ellos se cuentan historias que, a pesar de localizarse en España, trascienden a otros países. Busca poner el foco en personas que reflejan historias al margen y desde el margen, con las que problematizar y poner encima de la mesa temas que quedan descolgados de la actualidad. Historias contadas a través de voces y rostros, con el fin último de construir una sociedad bien informada, sensibilizada, antirracista y feminista. (*Invisibles Podcast*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: Cristina Barrial, Núria Rius, Sebastián Rodríguez, Cecilia Osorio y Lluís Elias. Los roles son cambiantes dependiendo de cada episodio.

Debido a que no es un podcast con un argumento común ni una historia lineal que comienza y termina no tiene sentido contabilizar el número de entrevistas total, es mejor analizar la media por episodio. Tiene una media de cuatro entrevistas por episodio que aparecen en una media de 36 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 27 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser noticias de diferentes medios de comunicación. Cuenta con seis apariciones de media por capítulo, de una duración media de 10 segundos.

La cabecera consiste en una música, que también escuchamos siempre al final de cada episodio y una voz que anuncia el título de la serie y su subtítulo “historias al margen” y tiene una duración de 20 segundos.

En cada episodio encontramos una media de 11 fondos musicales al que además añadimos puntualmente alguna canción. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de ocho por episodio de una duración de hasta 8 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos. Tienen bastante importancia siendo utilizados normalmente después de cortes impactantes de entrevistas y encontrando una media de seis por episodio de hasta 7 segundos.

No encontramos efectos de audio y aunque encontramos algunos efectos de sonido estos no tienen demasiada importancia.

Al inicio antes de entrar en narrador encontramos un corte de entrevista que después volveremos a escuchar.

Al final observamos agradecimientos a las personas que colaboran en el podcast así como los títulos de crédito y una pequeña explicación de los motivos detrás de este podcast. Cuenta con redes sociales propias tales como *Twitter* o *Facebook* pero no cuenta con publicidad.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y publicación:

- Episodio 1: *Del 8 al 30M*, de una duración de 29 minutos y 20 segundos. No conocemos la fecha de publicación de la primera temporada.
- Episodio 2: *Mala mamá*, de una duración de 36 minutos y 21 segundos.
- Episodio 3: *Carrera de obstáculos*, de una duración de 31 minutos y 58 segundos.
- Episodio 4: *Lugares privados*, de una duración de 28 minutos y 18 segundos.
- Episodio 5: *Entre todas*, de una duración de 29 minutos y 12 segundos.
- Episodio 6: *En primera línea*, de una duración de 24 minutos y 16 segundos.
- Episodio 7: *Entre muros*, de una duración de 26 minutos y 7 segundos.
- Episodio 8: *Juego de máscaras*, de una duración de 28 minutos y 20 segundos. Publicado el 23 de noviembre de 2020.
- Episodio 9: *Puto trabajo*, de una duración de 34 minutos y 58 segundos. Publicado el 9 de diciembre de 2020.
- Episodio 10: *Soy la Asun*, de una duración de 34 minutos y 26 segundos. Publicado el 21 de diciembre de 2020.

### ***3.1.26 Volver: cinco historias de la crisis catalana***

El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 29 minutos y 59 segundos y una duración total de 2 horas, 29 minutos y 47 segundos. Publicado al completo, los cinco episodios el 30 de septiembre de 2019. Uno de los pocos formatos del análisis que publica la serie al completo.

Publicado en *Podium Podcast* está englobado dentro de la clasificación de “documental” y “noticias”.

Trata sobre la crisis del referéndum de independencia de Cataluña, poniendo el foco en cinco historias de personas con opiniones muy distantes entre sí.

El equipo que lo realiza lo componen: Carola Solé como directora, guionista y narradora, productora; Andreu Quesada, diseño sonoro; verificación de datos, Guillermo Barros; producción ejecutiva y edición, María Jesús Espinosa de los Monteros.

La narradora es la periodista Carola Solé, que narra implicada en la investigación, pero de una manera bastante lejana a la opinión y casi siempre utiliza la tercera persona. Comienza con un “hola” y continúa explicando que se trate de “una invitación a que me acompañen”. La narradora tiene mucha importancia en el relato, en las entrevistas suelen aparecer también sus preguntas. Además, suele situar al personaje con bastante precisión. Aparece una media de 57 veces en intervenciones que tienen una duración media de 12 segundos.

Cuenta con cinco entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Rita la tía, tía abuela de la protagonista; Roger y Manel; Jaume; Eva y Lluçia. Cada uno de ellos protagoniza un episodio y en parte define una forma diferente de pensar conforme al proceso catalán. Tiene una media de 46 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 14 segundos.

Abundan mucho los cortes de archivo, sobre todo encontramos discursos de políticos, que se utilizan indistintamente en catalán, sin traducir, y en español. Cuenta con 20 apariciones de media por capítulo, de una duración media de 10 segundos

La cabecera cuenta con una música propia y con el título de la serie, el número del episodio y el nombre del episodio. Normalmente entra al inicio del episodio, aunque en algunos momentos algunos sonidos le preceden y tiene una duración media de 13 segundos.

En cada episodio encontramos una media de 16 fondos musicales. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 18 por episodio de una duración de hasta 19 segundos. Los fondos son bastante imprescindibles. Sirven para realizar ráfagas entre diferentes temáticas, pero normalmente cuando se inician los discursos de los protagonistas suelen desaparecer. Además, se utilizan algunas canciones con derechos, sobre todo al final de cada episodio y se entremezcla con los créditos, que se dan en todos los episodios.

Sobre efectos de audio, solo encontramos uno en todo el contenido, aunque es probable que la voz de la narradora lleve algún procesamiento de sonido. No he podido identificar efectos de sonido ya que en muchas ocasiones utiliza los cortes de archivo para vestir las narraciones y las entrevistas.

Tampoco encontramos silencios importantes que pausen el ritmo, suelen utilizar, como hemos dicho, algunas ráfagas musicales para esto.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium Podcast* y al final con los créditos, un anuncio de *Podium* y sus redes y el anuncio publicitario correspondiente.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *Rita la Tieta*, de una duración de 30 minutos y 34 segundos. Publicado el 30 de septiembre de 2019.

- Episodio 2: *Roger y Manel*, en el pueblo de las 75 nacionalidades, de una duración de 30 minutos y 51 segundos. Publicado el 30 de septiembre de 2019.
- Episodio 3: *Jaume entre dos aguas*, de una duración de 28 minutos y 09 segundos. Publicado el 30 de septiembre de 2019.
- Episodio 4: *Eva y la novena provincia*, de una duración de 28 minutos y 7 segundos. Publicado el 30 de septiembre de 2019.
- Episodio 5: *Llucía y la Cataluña interior*, de una duración de 32 minutos y 8 segundos. Publicado el 30 de septiembre de 2019.

### **3.1.27 En el corredor de la muerte**

Se trata de un contenido realizado en coproducción de *Podium Podcast* con *Movistar+* debido a que también se realizó una serie audiovisual, es por lo tanto un buen ejemplo de contenido transmedia.

El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 31 minutos y 18 segundos y una duración total de 2 horas, 50 minutos y 20 segundos, incluyendo el quinto episodio que como observaremos después no entrará en el análisis propio de la investigación.

En el portal de contenidos está englobado dentro de las clasificaciones de “documental”, “noticias” y “verdadero crimen”. Publicado desde el 13 hasta el 20 de septiembre de 2019. Los cuatro primeros el día 13 de septiembre y el último el día 20.

El argumento es el siguiente: “La investigación periodística de Nacho Carretero sobre el caso de Pablo Ibar en el corredor de la muerte. Un podcast de Movistar + producido por *Podium Studios*” (*Podium Podcast*, 2022)

El equipo que lo realizan lo componen: Nacho Carretero en la narración; Arturo Lezcano y Jimena Marcos en el guion; Jesús Blanquiño en la producción; Roberto Majan en la realización y diseño sonoro; responsable de transmedia de Movistar + Miriam Lagoa y producción ejecutiva de María Jesús Espinosa de los Monteros.

El narrador es Nacho Carretero de tipo periodístico e investigador y aparece una media de 25 veces en intervenciones que tienen una duración media de 34 segundos. Es un narrador que se crea a través de una serie de entrevistas que realizan los guionistas al propio Carretero y que después lo convierten en narrador a través de sus cortes de voz, de la misma manera que ocurre en *Máster*.

Cuenta con ocho entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Pablo Ibar; Cándido, el padre de Pablo Ibar; Emilio Navarro, periodista que trabajó el caso con Nacho Carretero; Michael, hermano de Pablo Ibar; Ana Tagarro, periodista del *XL Semanal*, Peter Reven, ex abogado de Pablo Ibar; un periodista de *Amnistía Internacional* y Joaquín José Martínez, español que se libró de una cadena perpetua. Tiene una media de 20 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 35 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser algunas noticias sobre el caso. Sin embargo, solo los encontramos en un episodio y tres ejemplos por lo que no son importantes en la estructura narrativa.

Encontramos también recreaciones, en concreto son partes de la serie que se emitió con el mismo nombre en *Movistar+*. Observamos una media de cinco recreaciones por episodio de un tiempo medio de 29 segundos.

La cabecera consiste en cortes de archivo con efectos de sonido y tiene una duración media de 35 segundos. Se une a una pequeña introducción que narra Nacho Carretero y que lleva algunos cortes para después dar el nombre del episodio. Esto dura de media 1 minuto y 30 segundos.

En cada episodio encontramos una media de 13 fondos musicales y no encontramos canciones. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de nueve por episodio de una duración de hasta 8 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos. Siendo utilizados para dividir el relato y encontrando una media de cinco por episodio. Cuando los encontramos son bastante extensos, de hasta 7 segundos.

No identificamos efectos de audio, pero sí efectos de sonido como por ejemplo transportes, notificaciones o sonidos carcelarios.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium Podcast*. Para terminar, observamos los créditos de la serie y el anuncio publicitario correspondiente. Cuenta con el anuncio publicitario que contienen todos los formatos de *Podium Podcast* ya analizados.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *El día que conocí a Pablo*, de una duración de 28 minutos y 46 segundos. Publicado el 13 de septiembre de 2019
- Episodio 2: *Jaulas Verticales*, de una duración de 31 minutos y 4 segundos. Publicado el 13 de septiembre de 2019

- Episodio 3: *La Roca*, de una duración de 30 minutos y 39 segundos. Publicado el 13 de septiembre de 2019
- Episodio 4: *Regreso a Miami*, de una duración de 34 minutos y 42 segundos. Publicado el 13 de septiembre de 2019
- Episodio 5: *Lucha imparable*, de una duración de 45 minutos y 9 segundos. Publicado el 20 de septiembre de 2019. Es importante resaltar que este episodio no entra dentro de la clasificación de narrativo de no ficción ya que es una entrevista de los guionistas de la serie, Jimena Marcos y Arturo Lezcano con Carretero que este a la vez entrevista al padre y a la mujer de Pablo Ibar. Por lo tanto, no lo hemos incluido en el análisis. En este también encontramos recreaciones de la serie.

### **3.1.28 *Un bonito cadáver***

La apuesta de *Radio Nacional de España* por el podcasting únicamente online, sin contar a sus compañeras como *Radio 3*, fue algo tardía ya que no hasta 2019 no nace *Solo en podcast* de *RNE*, como portal de contenidos únicamente online. Sin embargo, si contamos con su apuesta por la subida de contenidos radiofónicos a la web está sí es significativa. Cuando Sellas (2012) analiza el número de podcast en las cadenas de radio tradicionales, es la única en castellano, las otras dos son *Radio Catalunya* y *RAC1*, que supera los 50 programas radiofónicos subidos posteriormente a su web.

*Un bonito cadáver* cuenta con un subtítulo, “la vida al margen de la ley”. El podcast se compone de siete episodios de una duración media de 18 minutos y 8 segundos y una duración total de 2 horas, 6 minutos y 59 segundos.

Publicado en *Solo en podcast* de RNE desde el 23 de abril de 2019 hasta el 4 de junio de 2019 con una temporalidad semanal.

El argumento es el siguiente: “Espacio dedicado a 'outsiders', personas que han estado ante una barrera social” (RTVE, 2022).

El equipo que lo realiza lo componen: guion y dirección: Antonio Vicente y Toño Pérez; producción y coordinación: Raquel Martín Alonso y Rubén Vidal.

Encontramos dos narradores, Antonio Vicente y Antonio Pérez. Se combinan entre ellos indistintamente. Normalmente hablan ambos cada vez que interviene el narrador y suelen hacerlo en tercera persona. Hablan también sobre lo vivido durante la investigación en primera persona y aparecen en cortes de entrevistas. Como narradores aparecen una media de 14 veces en intervenciones que tienen una duración media de 15 segundos.

Cuenta con cuatro entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Javi Álava, Juan Carlos Delgado; Anxi; Daniel Rojo. Todo ex delincuentes, atracadores. Casi siempre aparecen seguidos, formando trenes de voces. Tiene una media de 19 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 27 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser películas e informativos. Cuenta con dos apariciones de media por capítulo, de una duración media de 27 segundos. También recreaciones, de media una por episodio de una duración media de 25 segundos.

La cabecera consiste en una misma música con una escena de la película *Llamad a cualquier puerta* que da nombre al podcast: “Vive rápido, muere joven y deja un bonito cadáver”. A esta se le suma el nombre del podcast y del episodio. Tiene una duración de 25

segundos. Durante el episodio encontramos indicativos con el nombre del podcast, con una media de dos por episodio.

En cada episodio encontramos una media de siete fondos musicales al que además añadimos una media de dos canciones. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 16 por episodio de una duración de hasta 17 segundos.

Los silencios apenas forman parte de los recursos narrativos, encontrando una media de uno por episodio. No encontramos efectos de audio y apenas efectos de sonido, ya que graban ambientes propios que utilizan en varias ocasiones.

Al inicio cuenta con una introducción en la que se recuerdan partes del capítulo anterior y se adelanta algo del siguiente capítulo.

Para terminar, observamos un adelanto del siguiente capítulo de alrededor de 1 minuto. No cuenta con redes sociales propias ni con publicidad.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: Primera vez, de una duración de 21 minutos y 20 segundos. Publicado el 23 de abril de 2019.
- Episodio 2: Los tiempos buenos, de una duración de 13 minutos y 35 segundos. Publicado el 30 de abril de 2019.
- Episodio 3: Bienvenidos a la cárcel, de una duración de 18 minutos y 49 segundos. Publicado el 7 de mayo de 2019.

- Episodio 4: El virus, de una duración de 12 minutos y 31 segundos. Publicado el 14 de mayo de 2019.
- Episodio 5: Los porqués, de una duración de 18 minutos y 25 segundos. Publicado el 21 de mayo de 2019
- Episodio 6: El click, de una duración de 18 minutos y 40 segundos. Publicado el 28 de mayo de 2019.
- Episodio 7: La línea plateada, de una duración de 23 minutos y 9 segundos. Publicado el cuatro de junio de 2019.

El año 2020 es un año clave en el podcasting español. Se produce un cambio de modelo en el nivel producción, surgen grandes competidoras que desbancaron a plataformas más amateurs como *Cuonda* y se privatiza también el sector profesionalizándolo, siendo ahora capaz de rentabilizar los contenidos de una manera más sencilla.

Ya en 2015 (Berry) adelantaba que en los próximos 10 años hablaríamos de “appcasts”, definiéndolas como aplicaciones donde “los oyentes encuentran, consumen y comparten contenido de audio (y probablemente contenido visual asociado) en dispositivos móviles.” (p. 304) En la mitad de este tiempo llega a España una oleada de este tipo de aplicaciones.

Tres nacimientos clave impulsaron el crecimiento del podcasting. En junio de 2020 la plataforma danesa *Podimo* llega a España incluyendo un catálogo de pago, así como mostrándose como plataforma de contenidos gratuitos que ya podíamos encontrar muchas de las reposiciones de programas radiofónicos subidas a la web como podcasts. Un mes después, *Spotify*, plataforma que triunfa por la posibilidad de reproducción de música en streaming o

bajo descarga, se abre en España al podcasting, también como plataforma contenedora y como productora propia de originales. Además, en octubre de 2020 *Audible*, perteneciente al gigante empresarial *Amazon*, abre su servicio en España, desde su inicio la apuesta era fuerte en el sector del audiolibro aunque, como veremos a continuación, también incluyen podcasts originales de no ficción.

Analizamos ahora algunos de los formatos de este momento temporal:

### **3.1.29 Crónicas Jondas**

El podcast se compone de seis episodios de una duración media de 31 minutos y 37 segundos y una duración total de 3 horas, 9 minutos y 43 segundos. Son publicados en *Podium Podcast* desde el 15 de enero de 2020 al 25 de marzo de 2020. Se publican quincenalmente los miércoles.

El argumento es el siguiente:

Un viaje por España y por el tiempo a través del flamenco. La historia de la música jonda contada desde diferentes puntos de vista: antropológico, sociológico y cultural. Desde Camarón a Paco de Lucía, de las castañuelas al piano. Silvia Cruz Lapeña nos descifra el flamenco y traza su camino por España a través de los diferentes caminos que ha seguido hasta nuestros días. (*Podium Podcast*, 2022)

En el portal de contenidos lo clasifican como “música”.

El equipo que lo realiza lo componen: Silvia Cruz Lapeña en guion, dirección y narración; diseño sonoro Elisabeth Bua; producción Jesús Blanquiño y Jimena Marcos y María Jesús Espinosa de los Monteros como productora ejecutiva.

La narradora es la periodista Silvia Cruz Lapeña en tercera persona y con tono informativo, desligada de la trama, pero en ocasiones cercana al oyente “ven asómate que te lo cuento”. Aparece una media de 24 veces en intervenciones que tienen una duración media de 32 segundos.

Cuenta con 23 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Cristina Cruces Roldán, antropóloga; Jesús Almazán, director del museo del bandolero en Ronda; Miguel Martorei, historiador; Francis Mármol escritor; Eulalia Pablo Lozano, doctora en filosofía; Antonio Jiménez, guitarrista; Alba Guerrero, cantaora; Rosario Montoya, pianista; Ana Núñez, bailaora; Rocío Márquez, cantaora; Belén Maya, bailaora; Suzanne Selinguer, experta en flamenco; Silvia Calado, periodista y autora del libro *El negocio del flamenco*; Chemi López, productor de *La Droguería Music*; David Pino, artista y profesor; David Leiva, guitarrista y profesor; Silvia Calado, periodista; Ana Brenes, música; Sara Castro, guitarrista; Manuel Castulo, músico; Juan Pinilla, artista; Gonzalo Montaña, musicólogo y Nicolás Pellegrini, artista. Tiene una media de siete cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 1 minuto y 5 segundos.

Apenas encontramos documentos de archivo, estos no tienen tanto sentido en este podcast ya que hablamos de temas antiguos que no cuentan con grabaciones reales. Sí están presentes en algunos capítulos como por ejemplo el cuatro en el que se habla de memoria histórica y escuchamos grabaciones del NODO. De media uno por episodio de una duración media de 18 segundos. Los que más encontramos son canciones recuperadas de flamenco y que contabilizamos como música.

Observamos numerosas recreaciones, en concreto sobre lecturas de críticos o historiadores antiguos así como testimonios de hace años. Observamos una media de ocho recreaciones por episodio de un tiempo medio de 30 segundos.

La cabecera consiste únicamente en voz y no suele aparecer al inicio sino bastante adentrada la historia. Tiene una duración de 2 segundos.

En cada episodio encontramos una media de nueve fondos musicales, la mayoría canciones flamencas. Las diferentes músicas aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 15 por episodio de una duración de hasta 1 minuto y 2 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos como tampoco los efectos de audio.

Son comunes con efectos de sonido, sobre todo unidos para formar recreaciones de ambientes que normalmente acompañan a lecturas. Aparecen por lo tanto condensados en ciertos momentos recreados.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Podium Podcast*. Para terminar observamos los créditos siempre con una canción en ráfagas y un anuncio del resto de los episodios. No cuenta con redes sociales propias. Como todo podcast de *Podium* se acoge a sus criterios de publicidad.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración:

- Episodio 1: *Navaja y hampa*, de una duración de 29 minutos y 44 segundos. Publicado el 15 de enero de 2020.

- Episodio 2: *Flamenca, feo o torero*, de una duración de 38 minutos y 43 segundos. Publicado el 29 de enero de 2020.
- Episodio 3: *Del señorito al precariado cool*, de una duración de 31 minutos y 13 segundos. Publicado el 12 de febrero de 2020.
- Episodio 4: *Flamenco y memoria histórica*, de una duración de 31 minutos y 40 segundos. Publicado el 26 de febrero de 2020.
- Episodio 5: *Mi hermano es un genio*, de una duración de 27 minutos y 33 segundos. Publicado el 11 de marzo de 2020.
- Episodio 6: *Percusionistas, mangos en la sombra*, de una duración de 30 minutos y 50 segundos. Publicado el 25 de marzo de 2020.

### **3.1.30 Igor el Ruso**

El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 26 minutos y 12 segundos y una duración total de 2 horas, 11 minutos y 2 segundos. Se encuentra en *Podium Podcast* englobado dentro de la clasificación documental. Publicado desde el 8 de abril hasta el 6 de mayo de 2020 con una temporalidad semanal cada miércoles.

El argumento es el siguiente:

En diciembre de 2017 tres personas fueron asesinadas en un pueblo de la provincia de Teruel. Nueve horas después, Norbert Feher alias Igor El Ruso, era detenido. La huida de este criminal había llegado a su fin, pero ese solo era el principio de una historia llena de mentiras y preguntas sin responder. La periodista Patricia Peiró recompone la

huida del asesino hablando con policías, abogados, fiscales y periodistas de España, Italia y Serbia” (*Podium Podcast*, 2022).

El equipo que lo realizan lo componen:

La narradora es la periodista Patricia Peiró que narra en primera persona y tercera persona, de manera periodística, con diversas apariciones en las entrevistas, cuenta una historia y el proceso de investigación. Aparece una media de 19 veces por episodio en intervenciones que tienen una duración media de 43 segundos.

Cuenta con 18 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Juan Manuel Martín Calvente, abogado de Igor el Ruso; Mariano Tafalla, otro abogado; un agente de policía italiano; Giovanna Alexis, novia del asesino; el fiscal Marco Forte; Fabio Tonacci, periodista italiano; José Carlos Fuerte, psiquiatra forense; Stefania Paltinean, intérprete de Igor el Ruso; Pedro Vázquez, funcionario de prisiones; Manuel Andreu, víctima; Isabel Arnas, política; Jesús Escartín, vecino de una de las localidades donde atentó el protagonista; Sofía Ciércoles, alcaldesa de Andorra; Anaí Gracia, periodista; Cristóbal Soria, otro vecino y policía; José Javier Armero, otro vecino y policía; Víctor, otro vecino; Nicolás Escudero, otro vecino y Paco Tirado, otro vecino. Tiene una media de 15 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 55 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser noticias de diferentes informativos. Cuenta con 3 apariciones de media por capítulo, de una duración media de 25 segundos. No encontramos recreaciones.

La cabecera consiste en voz y música, siempre utilizando la misma y tiene una duración de 23 segundos.

En cada episodio encontramos una media de 10 fondos musicales. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 12 por episodio de una duración de hasta 17 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos. Siendo utilizados para descansar de algunas escenas algo duras de narrar y encontrando una media de ocho por episodio.

Encontramos algunos efectos de audio como reverberaciones o negritas. Encontramos efectos de sonido como por ejemplo coches, grillos, disparos o rebobinados. Casi nunca encontramos efectos aislados, sino que son un conjunto que ambienta una escena. Sorprende además que se escuchan muchos ambientes en los lugares donde se realizan las entrevistas, da la impresión de que están grabados de manera real.

Al inicio cuenta con la cabecera identificativa de *Podium Podcast*.

Para terminar observamos, como viene siendo común en esta plataforma, el nombre de la serie, la publicidad de la plataforma y los créditos. No cuenta con redes sociales propias. Observamos también el anuncio de publicidad que ofrezca en el momento de la escucha *Podium*.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración:

- Episodio 1: *¿Quién es Igor el Ruso?*, de una duración de 21 minutos y 36 segundos.  
Publicado el 8 de abril de 2020.
- Episodio 2: *De atracador a asesino*, de una duración de 21 minutos y 1 segundo.  
Publicado el 15 de abril de 2020.

- Episodio 3: *La fuga*, de una duración de 28 minutos y 23 segundos. Publicado el 22 de abril de 2020.
- Episodio 4: *Un asesino anda suelto en Teruel*, de una duración de 25 minutos y 5 segundos. Publicado el 29 de abril de 2020.
- Episodio 5: *Crimen en la España vacía*, de una duración de 34 minutos y 57 segundos. Publicado el 6 de mayo de 2020.

### **3.1.31 La línea invisible**

El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 34 minutos y 8 segundos y una duración total de 3 horas, 2 minutos y 34 segundos. Publicado en *Spotify* el 13 de abril del 2020.

La narradora es la periodista Conchi Cejudo de tipo periodístico informativo en tercera persona y aparece una media de 19 veces en intervenciones que tienen una duración de 32 segundos.

El argumento es el siguiente:

Através de una exhaustiva investigación periodística y más de treinta entrevistas profundiza sobre los personajes y hechos históricos que inspiraron la serie *La línea invisible* y trata de responder a una de las preguntas sin respuesta del origen de ETA: quién fue el autor material del asesinato de Melitón Manzanas. (*Spotify*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: producción, narración y entrevistas Conchi Cejudo; diseño sonoro Roberto García, producción ejecutiva Ricardo Villa y Rafael Portela, investigación, guion y dirección Pablo González Batista.

Cuenta con 31 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Gaizka Fernández Soldevilla, doctor en historia contemporánea; Ignacio Latierro, librero; Mikel Aramburu, ex seminarista; Julen Arzuaga, diputado; Anton Carrera, exmilitante de ETA; José María Zuriaga, exmilitante de ETA; Ander Landaburu, exmilitante de ETA y periodista; Elías Anton, militante antifranquista; Joseba Arregui, expolítico; Florencio Dominguez, periodista; Raúl López Romo, doctor en historia contemporánea; Juan Mari Zulaica, ex sacerdote; Felix Soto, expolítico; Paco Etxebarria, antropólogo forense; Eugenio del Rio, exmilitante de ETA; Kepa Aquixo, exmilitante de ETA; Teo Uriarte, exmilitante de ETA; Óscar Jaime Jimenez, ex asesor de seguridad del Gobierno; Jesús Casquete, profesor; Miguel Castells, abogado de un miembro de ETA; Abel García Roura, guionista; Paco Letamendía, abogado de uno de los miembros de ETA; Mikel Azurmendi, combatió la violencia de ETA tras pasar por la banda terrorista; Joaquin Leguina, político y escritor; Javier Elorrieta, ex miembro de ETA; Santiago de Pablo, catedrático de Historia Contemporánea; Gorka Landaburu, periodista y ex simpatizante de ETA; El padre Juan José Aguirre, director de la fundación que compone los documentos de la historia de ETA, Juan Moreno Lombardero, abogado de un miembro; Imanol Uribe director de la película *El proceso de Burgos*; Izco de la Iglesia, condenado a muerte por el asesinato de Melitón Manzananas.

Tiene una media de 89 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 26 segundos.

No cuenta con documentos de archivo significativos. Sí observamos recreaciones, una media de cinco por episodio de un tiempo medio de 16 segundos.

La cabecera consiste en música y voz y tiene una duración de 16 segundos.

En cada episodio encontramos una media de 13 fondos musicales al que además añadimos alguna canción puntual. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 9 por episodio de una duración de hasta 11 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos, encontrando una media de cuatro por episodio.

Encontramos algunos efectos de audio, sobre todo reverberaciones. También escuchamos algunos efectos de sonido puntuales.

Para terminar observamos con el recuerdo de la producción de Movistar + junto a Lavinia, Goroka y Sentido Films seguido de los títulos de créditos. No cuenta con redes sociales propias ni con publicidad.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración:

- Episodio 1: *¿Quién mató a Melitón Manzanas?*, de una duración de 31 minutos 37 segundos. Publicado el
- Episodio 2: *Euskadi, año 0*, de una duración de 30 minutos 21 segundos.
- Episodio 3: *Txabi. Primero en matar, primero en morir*, de una duración de 33 minutos y 33 segundos.
- Episodio 4: *La gestación de la violencia*, de una duración de 32 minutos y 31 segundos.
- Episodio 5: *El juicio de Burgos. La consolidación*, de una duración de 42 minutos y 40 segundos.

- Capítulo extra: *Las voces protagonistas. Quién es quién en el podcast La línea invisible*, de una duración de 11 minutos y 52 segundos.

### **3.1.32 Cuando fuimos ciegos**

De tres episodios este podcast de Ondacero realizado por Carlos Alsina trata sobre la crisis de la COVID-19 y se publica en mayo de 2020. Se limita a una narración por parte del presentador radiofónico de los hechos más importantes incluyendo algunas noticias del caso y algún efecto de sonido. Tras un análisis de sus episodios concluimos que no entra en nuestros criterios de clasificación por lo que no se analizarán sus variables. El narrador no tiene una relación con el texto, no cuenta con cortes de entrevistas y los recursos narrativos son limitados.

### **3.1.33 XREY**

El podcast se compone de 10 episodios de una duración media de 30 minutos y 55 segundos y una duración total de 5 horas, 9 minutos y 5 segundos. Publicado en *Spotify* desde el 19 de mayo al 14 de julio del 2020.

En el portal de contenidos está englobado dentro de la clasificación de “documentales” e “historia”.

El narrador es el periodista Álvaro de Cózar de tipo periodístico en tercera persona. Interactúa con el oyente en varias ocasiones y cuenta además el proceso de investigación. Aparece una media de 22 veces en intervenciones que tienen una duración media de

El argumento es el siguiente: “A veces la forma más eficaz de pasar desapercibido es esconderse en la luz. Conocemos al rey, conozcamos al hombre” (*Spotify*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: Álvaro de Cózar como director, entrevistas, guion y narración; Eva Lamarca con entrevistas y guion; diseño de sonido de Yago Mendivil; producción de Toni Garrido y música original de Ale Acosta y Los enemigos.

Cuenta con 31 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: el periodista Javier Ayuso; ex jefe de comunicación de la Casa Real, Rafael Spottorno; Landelino Lavilla, exministro de Justicia; El ex político Alfredo Pérez Rubalcaba; el exmagistrado Baltasar Garzón; José Antonio Zarzalejos, periodista; Simeon de Bulgaria, primo del Rey; Paul Preston, biógrafo del Rey; el periodista Miguel Ángel Aguilar; Luis María Ansón, también periodista y biógrafo del Rey; Charles Powell, director del Instituto Elcano; Antonio Eraso, amigo del Rey; Jaime Peñafiel, periodista; Preston, historiador; Mariano Aguilar, escritor; Pepe Oliver, relaciones públicas del Club del Mar; Pedro Nieto, periodista; Sylliane Stella, amiga del Rey; Toni Gil, propietario del restaurante Caballito de Mar; Juan Carlos Rodríguez Toubes, militar y regatista; Maite Spinola, amiga del Rey; Manuel Soriano, periodista; Fernando Almansa, exjefe de la Casa Real; Álvaro de Orleans, primo del Rey; los exministros José Bono, Jose Manuel García-Margallo y Josep Piqué; el periodista Juan Luis Cebrián; un periodista de tribunales de Ginebra; un periodista del periódico *The Daily Telegram* y Laurance Debray, biógrafa del Rey. Tiene una media de 14 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 36 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser entrevistas de algunos de los afectados o noticias. Cuenta con 18 apariciones de media por capítulo, de una duración media de 13 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto sobre lecturas de prensa o incluso ambientes de lugares donde iba el Rey. Observamos una media de dos recreaciones por episodio de un tiempo medio de 47 segundos.

La cabecera consiste en una mezcla de muchísimos documentos de archivo y una música original y tiene una duración de 46 segundos. Es el propio Cózar el que da el título del capítulo.

En cada episodio encontramos una media de ocho fondos musicales al que además añadimos algunas canciones, de media una por episodio. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de cinco por episodio de una duración de hasta 7 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos. Encontramos efectos de audio sobre todo reverberaciones al final de cortes de voz. Son comunes con efectos de sonido, tales como teléfonos, pasos, en resumen, muchos ambientes.

Para terminar observamos al productor Toni Garrido dar el nombre de la serie y de la productora que trabaja junto a *Spotify*. No cuenta con redes sociales propias ni con publicidad.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *Una ley de un solo artículo. Primera parte*, de una duración de 19 minutos y 2 segundos. Publicado el 19 de mayo de 2020.
- Episodio 2: *Una ley de un solo artículo. Segunda parte*, de una duración de 21 minutos y 55 segundos. Publicado el 19 de mayo de 2020.

- Episodio 3: *El secreto*, de una duración de 28 minutos y 23 segundos. Publicado el 26 de mayo de 2020.
- Episodio 4: *El temblor*, de una duración de 30 minutos y 30 segundos. Publicado el 2 de junio de 2020.
- Episodio 5: *Un tipo de refresco*, de una duración de 34 minutos 44 segundos. Publicado el 9 de junio de 2020.
- Episodio 6: *Becket*, de una duración de 35 minutos y 10 segundos. Publicado el 16 de junio de 2020.
- Episodio 7: *El rumor*, de una duración de 32 minutos y 56 segundos. Publicado el 23 de junio de 2020.
- Episodio 8: *Los años raros*, de una duración de 32 minutos y 13 segundos. Publicado el 30 de junio de 2020.
- Episodio 9: *Ancha es Castilla*, de una duración de 30 minutos y 3 segundos. Publicado el 7 de julio de 2020.
- Episodio 10: *El pecado*, de una duración de 41 minutos y 59 segundos. Publicado el 14 de julio de 2020.

### **3.1.34 Solaris**

En junio de 2020 se estrena la primera temporada de *Solaris*. Este podcast dirigido por Jorge Carrión analiza temáticas contemporáneas en formato de ensayo sonoro. Además del narrador encontramos una segunda voz narradora que representa el futuro y que comparte también información con el oyente. En cada episodio entrevista a dos personas sobre

temáticas tan diferentes como pueden ser el tiempo o los géneros. Tras un análisis de este formato y después de no haber encontrado demasiados aspectos relacionados con las variables de los podcasts analizados, hemos concluido que debe quedar fuera del objeto de estudio. El narrador no está involucrado en la historia, aparece únicamente como conductor, no encontramos demasiados recursos narrativos más allá de ciertos fondos musicales, las fuentes documentales normalmente aparecen con una estructura muy similar, dedicando una parte del episodio a una recomendación bibliográfica y normalmente las personas que aparecen en cada episodio son expertos en el tema más que involucrados en la historia, no protagonistas.

### ***3.1.35 Buscando una luz***

El podcast se compone de seis episodios, uno de ellos presentado como epílogo de una duración media de 14 minutos y 10 segundos y una duración total de 1 hora, 24 minutos y 59 segundos. Publicado en la plataforma *Podium Podcast* del 29 de junio de 2019 al 3 de septiembre de 2020 con una temporalidad diaria a excepción del epílogo o episodio 6, que se publica tres meses después. En el portal de contenidos está englobado dentro de la clasificación de “sociedad” y “cultura”.

El argumento es el siguiente:

El año 2020 nos ha traído nuevos conceptos que aún nos cuesta asimilar: Coronavirus. Pandemia. Confinamiento. Desescalada. Nueva normalidad. Millones de personas están sufriendo las consecuencias de la expansión del COVID-19 por todo el planeta. Sólo en España. centenares de miles de familias han tenido algún afectado. Mi padre, Javier, es uno de ellos. Y quiero contarle su historia. Nuestra historia. La historia de todos (*Podium Podcast*, 2022)

El equipo que lo realizan lo componen: Fran Izuzquiza, al guion, dirección y narración y Alberto Espinosa en el sonido.

El narrador es Francisco Izuzquiza que lo hace combinando la primera persona y la tercera. De hecho, en algunos momentos simula hablar consigo mismo. Aparece una media de siete veces en intervenciones que tienen una duración media de 2 minutos y 7 segundos. Como observamos los tiempos están muy por encima de la media de este tipo de formato.

No cuenta con entrevistas realizadas, sino que las personas que aparecen lo hacen mediante notas de voz, son su hermana y su padre. Tiene una media de un corte de voz por capítulo, de una duración media de 22 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser noticias sobre la COVID-19. Cuenta con tres apariciones de media por capítulo, de una duración media de 15 segundos.

La cabecera consiste en voz y tiene una duración de 8 segundos. Se une al inicio igual que consiste en la presentación del narrador y del podcast: “mi nombre es Francisco Izuzquiza y estoy buscando una Luz”. Además, utiliza algunas frases que repite en varios episodios, como por ejemplo “mi padre, Javier, es un hombre feliz, sorprendentemente feliz”.

En cada episodio encontramos una media de siete fondos musicales, de los cuales muchos son canciones con derechos. Estas tienen bastante importancia en el relato. Aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de nueve por episodio de una duración de hasta 20 segundos. Suelen terminar con una de estas canciones y ráfagas largas.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos. Siendo utilizados para momentos de reflexión y encontrando una media de cuatro por episodio

Encontramos efectos de audio como por ejemplo reverberaciones o paneos de izquierda a derecha. Son comunes con efectos de sonido, sobre todo para ambientar una narración que está poco acompañada.

Al inicio cuenta con la cabecera de promoción de *Podium Podcast*.

Para terminar observamos la misma fórmula, termina con una canción y sobre ella imprime los créditos que el mismo narrador locuta. Antes, utilizaba la frase “hace tiempo descubrí que cuando estoy nervioso tiendo a canturrear”. Además, pide ayuda en formato de donaciones para la Cruz Roja a través de diferentes vías de participación económica. No cuenta con redes sociales propias.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *Coronavirus*, de una duración de 13 minutos. Publicado el 29 de junio de 2020.
- Episodio 2: *Urgencias*, de una duración de 12 minutos y 25 segundos. Publicado el 30 de junio de 2020.
- Episodio 3: *UCI*, de una duración de 12 minutos y 7 segundos. Publicado el 1 de julio de 2020.
- Episodio 4: *Desescalada*, de una duración de 15 minutos y 15 segundos. Publicado el 2 de julio de 2020.
- Episodio 5: *Luz*, de una duración de 16 minutos y 44 segundos. Publicado el 3 de julio de 2020.

- Episodio 6: *Epílogo*, de una duración de 15 minutos y 28 segundos. Publicado el 3 de septiembre de 2020

### **3.1.36 24424 Lo que nos jugamos en Bankia**

El podcast se compone de seis episodios de una duración media de 22 minutos y 49 segundos y una duración total de 2 horas, 16 minutos y 54 segundos. Es un podcast de el periodico *El País* y se publica del 30 de agosto al 10 de octubre de 2020.

La narradora es la periodista Elena G. Sevillano, sin embargo, los cortes de voz del entrevistado Iñigo de Barrón lo convierten en un segundo narrador aunque no lo sea como tal. La narradora es de tipo periodístico en tercera persona. Contando como narradora únicamente a Elena G. Sevillano ella aparece una media de 26 veces en intervenciones que tienen una duración media de 22 segundos. Iñigo aparece una media de 12 veces por episodio en intervenciones de 36 segundos.

El argumento es el siguiente:

Miguel Blesa, Rodrigo Rato, las preferentes, las tarjetas black, la burbuja inmobiliaria... Una historia que termina con la salida a Bolsa de Bankia apoyándose en unas cuentas supuestamente falseadas y la necesidad de rescatar a la tercera entidad financiera de España con la inyección por parte del Estado de 22.424 millones de euros. Esa es la fortuna que se juegan los contribuyentes. ¿Incompetencia o fraude? ¿Resultado de un sistema defectuoso o de la codicia de sus protagonistas? EL PAÍS presenta 22.424, su podcast sobre el caso Bankia, el macrojuicio que destapó los excesos en las cajas de ahorros, la especulación, la falta de profesionalidad y las retribuciones en forma de tarjetas opacas. (*El País*, 2022)

El equipo que lo realiza lo componen: la historia y la narración son de Íñigo de Barrón y Elena G. Sevillano; el guion, Jerónimo Andreu y Álvaro de Cózar; el diseño de sonido de Miguel Arrieta; la música de Jerónimo Andreu; el diseño de arte y diseño de Fernando Hernández; la maquetación de Nelly Natalí y la producción de El País.

Cuenta con 10 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Iñigo de Barón, periodista; Víctor Fernández, ex empleado de la caja; José María Martínez, ex trabajador de Caja Madrid; Andrés Herzog, abogado de la acusación popular; Simona Levi cofundadora del movimiento 15MpaRato; Patricia Suárez, presidenta de la Asociación de Usuarios Financieros; Antonio Carrascosa, exdirector del Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria; Juan José Toribio, profesor del IESE; Francisco Verdú, ex consejero delegado de Bankia y Ángel Aceves, exministro. Tiene una media de seis cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 40 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser momentos del juicio, noticias del caso o declaraciones de implicados. Cuenta con 13 apariciones de media por capítulo, de una duración media de 10 segundos.

Encontramos también algunas recreaciones, por ejemplo, emails grabados por locutores o partes de la sentencia. Observamos una media de tres recreaciones por episodio de un tiempo medio de 9 segundos.

La cabecera consiste en la voz de un locutor únicamente y tiene una duración media de 15 segundos.

En cada episodio encontramos una media de seis fondos musicales al que además añadimos algunas canciones, destaca sobre todo la de *Satisfaction* de Benny Benassi que

tiene bastante importancia en la narración. Las músicas aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de cinco por episodio de una duración de hasta 9 segundos. Cabe destacar que la mayoría del tiempo escuchamos el episodio sin fondos musicales, en vacío y que estos entran sobre todo en transiciones.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos como tampoco los efectos de audio. Sí son comunes con efectos de sonido, tales como teclados, bombas, campanas o pasos. Suelen aparecer de manera individual.

No cuenta con redes sociales propias ni con publicidad.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y su fecha de publicación:

- Episodio 1: *La caja*, de una duración de 20 minutos y 10 segundos. Publicado el 30 de agosto de 2020.
- Episodio 2: *Satisfaction*, de una duración de 19 minutos y 51 segundos. Publicado el 30 de agosto de 2020.
- Episodio 3: *Un banco malo y otro peor*, de una duración de 24 minutos y 26 segundos. Publicado el 30 de agosto de 2020.
- Episodio 4: *Campanas*, de una duración de 22 minutos y 37 segundos. Publicado el 30 de agosto de 2020.
- Episodio 5: *Puente de mayo*, de una duración de 21 minutos y 42 segundos. Publicado el 30 de agosto de 2020.

- Episodio 6: *Un crimen sin culpable*, de una duración de 27 minutos y 38 segundos. Publicado el 10 de octubre de 2020.

### **3.1.37 *El móvil de Mendes***

El podcast se compone de cinco episodios de una duración media de 41 minutos y 38 segundos y una duración total de 3 horas, 42 minutos y 35 segundos.

Publicado el mismo día del lanzamiento de *Audible*, el 1 de octubre de 2020 publicándose la serie completa. Es parte del catálogo de lanzamiento de la plataforma.

El argumento es el siguiente:

Fútbol... el deporte que más dinero mueve en todo el planeta. 500.000 millones de euros anuales, según los cálculos de la consultora Deloitte. Mucho dinero para futbolistas, entrenadores, presidentes de clubes, televisiones, casas de apuestas, instituciones y sobre todo agentes. La mayor parte es para ellos. Son ellos los que invierten en talento, quienes mueven el mercado y obtienen enormes beneficios. De todos los agentes, el mejor y el más famoso es Jorge Mendes. ¿Es él el hombre que mueve el mercado? No, él es quien crea el mercado. (*Audible*, 2022)

No cuenta con títulos de créditos.

La narradora es la periodista deportiva Olga Viza, que habla en representación de un equipo de periodistas. Es de tipo informativo neutro y en tercera persona y aparece una media de 42 veces en intervenciones que tienen una duración de 24 segundos.

Cuenta con 25 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Christoph Winterbach, periodista; Carlos Cruzado, presidente de Gestha, sindicato de técnicos de

hacienda; Yann Phillipin, periodista; Filippo Ricci, periodista; Vadim Vasilyev, ejecutivo del Mónaco; William Bourdon, abogado; Antton Rouget, periodista; Tariq Panja, especialista del New York Times en negocio del deporte; Tom Bergin, periodista; Simon Chadwick, profesor de la universidad de Lyon; Jose Antonio Martín, jugador, representante, dirigente, escritor y comentarista; Richard Keys, presentador de televisión; Pippo Russo, biógrafo de Mendes; David Conn, periodista; Pete Stevens, jefe de fútbol de la *BBC* Londres; Maite Nadal, abogada del deporte; Ennio María, amigo de la infancia de Mendes; Augusto César Lendoiro, mítico dirigente del Deportivo; Nuno Patrao, agente portugues; Pedro Bravo, presidente de la Asociación Española de Representantes de Fútbol; Marco Aurelio Martins, periodista; Carlos Cuellar, exjugador; Ramón Calderón, ex miembro de la Junta directiva de Florentino; Rubén Uría, director de *Goal.com* y Diego Torres, periodista. Tiene una media de 24 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 25 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser cánticos de fútbol o noticias de este deporte. Cuenta con 21 apariciones de media por capítulo, de una duración media de 12 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto alguna locución sobre noticias de prensa, pero son muy puntuales y su utilización no es significativa

La cabecera consiste en una música original junto con efectos de sonido y cortes de archivo y tiene una duración de 48 segundos.

En cada episodio encontramos una media de 20 fondos musicales, la mayoría de ellos bastante neutros y con poca presencia, aunque en ciertos momentos en los que queremos ambientar lugares o momentos sí cobran importancia. Estos aparecen y desaparecen en

ráfagas, encontrando un promedio de ocho por episodio de una duración de hasta 13 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos. Encontramos efectos de audio como por ejemplo reverberaciones al final de ciertas frases.

Son constantes los efectos de sonido, tales como búsqueda de internet, coches, mensajes, etc. Los encontramos con frecuencia, sobre todo porque aparecen cuando entran o salen cortes de archivo o de entrevistas. Además, encontramos muchos puntos sonoros para crear atmósferas.

Al inicio cuenta con la presentación de la plataforma *Audible* así como de la productora que lo realiza, *The Story Lab*.

Para terminar observamos una cortinilla similar a la inicial “Has escuchado *El Móvil de Mendes* de The Story Lab” una producción de Audible Studios”. No cuenta con redes sociales propias ni con publicidad.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *Lisboa*, de una duración de 41 minutos y 34 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 2: *Londres*, de una duración de 41 minutos y 38 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 3: *Madrid*, de una duración de 48 minutos y 12 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.

- Episodio 4: *Budapest*, de una duración de 45 minutos y 45 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 5: *Shanghái*, de una duración de 45 minutos y 26 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.

### 3.1.38 *IN-visibles*

El podcast se compone de nueve episodios de una duración media de 27 minutos y 54 segundos y una duración total de 3 horas, 43 minutos y 13 segundos. Se publica inicialmente en el portal de contenidos de *Cuonda* desde el 19 enero de 2020 hasta el 18 de marzo de 2020, con una temporalidad semanal cada domingo.

Su subtítulo es “historias y vidas secretas” y el argumento es el siguiente:

Todos tenemos algo que contar, esa es la idea en la que se sustenta *IN-Visibles*. Un podcast sobre lo que consideramos irrelevante. Dedicado a todas aquellas personas y cosas que no parecen importantes, a sus historias y a sus vidas, que habían permanecido ocultas todo este tiempo. Dirige y presenta Ignacio F. Vázquez” (*Cuonda*, 2022).

Ignacio F. Vázquez es el que realiza todos los procesos de este proyecto.

El narrador es Ignacio F. Vázquez que en tercera persona guía por la historia principal. En muchas ocasiones intenta mantenerse al margen y dejar que el entrevistado hable. Aparece una media de 18 veces en intervenciones que tienen una duración media de 23 segundos.

Debido a que es episódico, es decir, cada una de las historias empieza y termina no tiene sentido analizar el número total de entrevistas, sino simplemente la media que contiene

cada uno de los episodios. Cuenta de media con seis entrevistas realizadas, ya que algunos episodios tienen solo un protagonista y otros varios.

Tiene una media de 31 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 43 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser noticias, pero estos son muy puntuales. Cuenta de media, con una aparición por capítulo, de una duración media de 16 segundos.

No encontramos recreaciones ni tampoco cabecera como tal. El narrador se limita a presentar el podcast.

En cada episodio encontramos una media de 11 fondos musicales y puntualmente alguna canción. Las músicas aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de cinco por episodio de una duración de hasta 8 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos. Siendo utilizados para pausar el ritmo y reflexionar y encontrando una media de cuatro por episodio

No encontramos efectos de audio y los efectos de sonido son tan puntuales que no son significativos en la investigación.

Para terminar observamos siempre una reflexión del narrador.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *Morir de amor*, de una duración de 27 minutos y 50 segundos. Publicado el 19 de enero de 2020.

- Episodio 2: *Un día en el Rastro*, de una duración de 43 minutos y 12 segundos. Publicado el 26 de enero de 2020.
- Episodio 3: *Distrito 12*, de una duración de 33 minutos y 46 segundos. Publicado el 2 de febrero de 2020.
- Episodio 4: *Mi peor enemigo*, de una duración de 28 minutos y 47 segundos. Publicado el 9 de febrero de 2020.
- Episodio 5: *La búsqueda de un hogar*, de una duración de 25 minutos y 40 segundos. Publicado el 16 de febrero de 2020.
- Episodio 6: *La teoría de lo imposible*, de una duración de 26 minutos y 21 segundos. Publicado el 23 de febrero de 2020.
- Episodio 7: *Madeline: Mentira, ¿Matrimonio?, Migración*, de una duración de 28 minutos y 26 segundos. Publicado el 1 de marzo de 2020.
- Episodio 8: *Vivir para siempre*, de una duración de 9 minutos y 11 segundos. Publicado el 8 de marzo de 2020. Al tratarse de una ficción quedará fuera del análisis.

### **3.1.39 El Desafío: ETA**

El podcast se compone de 21 episodios de una duración media de 27 minutos y 31 segundos y una duración total de 9 horas, 37 minutos y 44 segundos. Publicado en Audible el 1 de octubre de 2020 al completo. Al igual que *El móvil de Mendes* es parte del catálogo inicial de la plataforma.

El narrador es el locutor Ramón Langa, que representa a un equipo de periodistas que hay detrás, es de tipo informativo y en tercera persona y aparece una media de 84 veces en

intervenciones que tienen una duración media de 8 segundos. Por lo que podemos observar las intervenciones son bastante cortas. Interpela al oyente en varias ocasiones con frases como “esta parte del manual es impresionante” o “presten atención”.

El argumento es el siguiente:

*El Desafío* plantea un estremecedor recorrido sin precedentes a través de uno de los episodios más difíciles de España: los cincuenta años de actividad de la banda terrorista ETA, que acabó con la vida de más de 850 personas y que ha marcado la historia de nuestro país. El documental se nutre de entrevistas exclusivas con varios expresidentes del Gobierno como Felipe González, José María Aznar o José Luis Rodríguez Zapatero, y aborda los detalles más desconocidos de la organización a través de los testimonios de antiguos miembros y personas del entorno de la banda.

El equipo que lo realiza lo componen: producción ejecutiva Luis Velo; producción Daniel Higuera; guion David Zurdo y Andres Torres; dirección José Ángel Esteban, David Zurdo y Andrés Torres, dirección José Ángel Esteban y diseño Sonoro Antonio Muñoz.

Cuenta con 60 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: Manuel Sánchez Corbí, coronel de la Guardia Civil; José Antonio Zarzalejos, periodista; Felipe González, expresidente del Gobierno; Alain Ortega, policía francés; José María Aznar, expresidente del Gobierno; Baltasar Garzón, exmagistrado de la Audiencia Nacional; Jaime Mayor Oreja, exministro del Interior; Juan María Atutxa, exconsejero de Interior del Gobierno vasco; Rafael Vera, exsecretario de Estado de Seguridad del Gobierno de España; Ángel Alcalde, exmiembro de ETA; Teresa Toda, subdirectora del diario EGIN; José Antonio Ardanza, ex lendakari del Gobierno Vasco; Xavier Maiza, exmiembro de ETA; Alfonso

Zenón, abogado de miembros de ETA; Pablo Martín Alonso, teniente general de la Guardia Civil; Arturo Espejo, miembro de la Jefatura de Información de la Guardia Civil; Capitán Justo, Guardia Civil; Xavier Etxebarria, ex asesor de justicia del Gobierno vasco; Roberto Manrique, superviviente de atentado; Jordi Morales, víctima de atentado de ETA; José Luis Rodríguez Zapatero, expresidente del Gobierno; Betie Ahern, expresidente de la República de Irlanda; Carlos Garaikoetxea, ex lehendakari; Pablo Salas, jefe del Servicio de Información de la Guardia Civil; Ziortza Fernández, excolaboradora de ETA; José Luiz Elkoro, exlíder histórico de Herri Batasuna; Teo Uriarte, exmiembro de ETA; Jon Juaristi, pensador e intelectual vasco; Juan José y Rosa, matrimonio víctimas de ETA; Sandra Carrasco, víctima de ETA; Floryan Nerin, víctima de ETA; José Antonio Sáenz de Tejada, víctima de ETA; Marta Buesa, víctima de ETA; Mercedes Durán, víctima de ETA; Juan María Atutxa, exconsejero del interior del Gobierno Vasco; Imanol Rodríguez, jefe de operaciones de la Ertzaintza; Joseph, policía; Lourdes Auzmendi, exmiembro de ETA; Iñaki Gabilondo, periodista; jueza Le Vert; Ricardo Martí-Fluxá, exsecretario de Estado de Seguridad del Ministerio del Interior; Paddy Woodworth, ex corresponsal en España para el diario irlandés *The Irish Times*; Ken Funston, exmiembro de los Royal Marines británicos; Jesús Eguiguren, negociador en nombre del Gobierno con ETA; Charo Zarzalejos, periodista vasca; Julián Sancristobal, ex director de la Seguridad del Estado; Elixabete Garmendia, escritora de un libro sobre la exmiembro de ETA Yoyes; Juan Mari Atutxa, Consejero de Interior del gabinete del Lehendakari Ardanza; Arturo Espejo, general de la Guardia Civil; Manuela Simón, exmiembro de la Guardia Civil; Jesús María Zabarte Arregi, líder del Comando Donosti de ETA; Elías Miner, familiar de presos de ETA; Manuel Amposta, Guardia Civil; José Miguel Cedillo, víctima de ETA; Olvido Valle, víctima del Comando Donosti; D.G. Servicio de Información de la Guardia Civil, con voz distorsionada; B.R. Técnico especialista de la Guardia Civil; Los periodistas Andrés Torres y José Ortiz. Tiene

una media de 84 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 11 segundos. Unos datos muy similares a los del narrador.

Además, aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser noticias, discursos políticos o grabaciones de ciertos juicios. Cuenta con dos apariciones de media por capítulo, de una duración media de 8 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto lecturas de algunas cartas o manifiestos. Son prácticamente inexistentes en la mayoría de los episodios, pero en el episodio seis son muy comunes ya que trata sobre los manuales de la banda terrorista y leen varias partes. En total de media encontramos dos recreaciones por episodio de una duración media de 11 segundos.

La cabecera consiste en un fondo sutil, la presentación del narrador, el nombre del podcast y el título del episodio y tiene una duración media de 12 segundos.

En cada episodio encontramos una media de 12 fondos musicales y no encontramos canciones. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de nueve por episodio de una duración de hasta 8 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos. Apenas encontramos momentos de silencio, una media de dos por episodio.

Encontramos muchísimos efectos de audio como por ejemplo reverberaciones, negritas o mariposas. Prácticamente en cada minuto encontramos alguno de estos efectos.

Son comunes además los efectos de sonido, pero menos que los de audio. Suelen ser más puntuales en algunos episodios que narran operaciones concretas para ambientar diferentes momentos.

Al inicio cuenta con el indicativo de *Audible*.

Para terminar observamos un recordatorio del nombre del podcast, de la productora y de que se trata de un contenido de Audible original. No cuenta con redes sociales propias.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- Episodio 1: *El Carnicero de Mondragón*, de una duración de 37 minutos y 1 segundo. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 2: *Las semillas de ETA*, de una duración de 20 minutos y 13 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 3: *Los tentáculos de ETA*, de una duración de 26 minutos y 25 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 4: *Los disidentes de ETA*, de una duración de 36 minutos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 5: *ETA desde la cárcel*, de una duración de 28 minutos y 46 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 6: *Los manuales de ETA*, de una duración de 31 minutos y 33 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 7: *La relación ETA-IRA*, de una duración de 31 minutos y 13 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 8: *Operación Sokoia*, de una duración de 37 minutos y 8 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.

- Episodio 9: *Operación Akaitz*, de una duración de 16 minutos y 16 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 10: *El traidor*, de una duración de 25 minutos y 21 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 11: *El rescate de Ortega Lara*, de una duración de 31 minutos y 46 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 12: *Operación Santuario*, de una duración de 26 minutos y 31 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 13: *El infiltrado*, de una duración de 36 minutos y 45 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 14: *Los momentos más difíciles de los presidentes*, de una duración de 22 minutos y 2 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 15: *Cómo sobrevivir a nueve intentos de atentado*, de una duración de 14 minutos y 19 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 16: *Cara a cara con ETA*, de una duración de 35 minutos y 43 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 17: *La guerra sucia*, de una duración de 36 minutos y 31 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 18: *El asesinato de Josu Muguruza*, de una duración de 20 minutos y 29 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.

- Episodio 19: *Las víctimas tras el fin de ETA*, de una duración de 19 minutos y 47 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 20: *Víctima y verdugo*, de una duración de 19 minutos y 44 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.
- Episodio 21: *La agonía de ETA*, de una duración de 24 minutos y 11 segundos. Publicado el 1 de octubre de 2020.

### **3.1.40 *Laiife***

El podcast se compone de 12 episodios de una duración media de 30 minutos y 48 segundos y una duración total de 6 horas, 9 minutos y 40 segundos, publicados al completo el 22 de diciembre de 2022 en *Audible*.

El argumento es el siguiente:

Una experta en relaciones humano-máquina y un periodista recorren varios países para analizar, a través de experimentos y entrevistas, los dilemas de la Inteligencia Artificial. *Laiife* es un podcast que trata sobre cómo es y cómo será nuestra vida con los robots. Es un proyecto multimedia que analiza las posibilidades de los robots y también los dilemas más inquietantes que tendrá que afrontar el ser humano en su convivencia con las máquinas.

Contando con la participación de los mejores especialistas del mundo en la materia, conoceremos los detalles de un mundo, que aunque sigue pareciendo futuro, se conjuga en presente. *Laiife* es un espacio que pretende ser la referencia en vanguardia y tecnología. (*Audible*, 2022)

No cuenta con títulos de créditos.

La narradora es la periodista Marina Montalbán que utiliza el tono informativo en tercera persona, aunque con notas de primera persona “para ser sincera a mi también me parece todo una fantasía” y que además en algunos momentos recrea situaciones como pueden ser llamadas telefónicas. Aparece una media de 33 veces en intervenciones que tienen una duración media de 28 segundos.

Cuenta con 28 entrevistas realizadas. Sus protagonistas son los siguientes: la psicóloga Marian Rojas Estapé; David Vivancos, pionero en proyectos de Big Data; Marta Peirano, periodista especializada en tecnología; Eduardo Sáenz de Cabezón, matemático y presentador; Pedro Diezma, experto en tecnologías emergentes; José Antonio Marina, filósofo; Ángela Ribeiro, vicepresidenta de transferencia del conocimiento del CSIC; Kai Fu Lee, máxima autoridad en inteligencia artificial en el mundo; Carles Sierra, director del instituto de Inteligencia Artificial del CSIC; Álex Beard, profesor británico; Raquel Roca, periodista; Jaime García Cantero, director de contenido de la revista *El País Retina*; Javier Sirvent, emprendedor; Cristina Balbás, bióloga molecular; Xavi, usuario de una aplicación de encontrar pareja; Angostina, usuaria de una aplicación de encontrar pareja; Gemma Galdón, analista de políticas públicas; Aitor Álvarez, ingeniero informático; Arancha Martínez, fundadora de *Itwillbe.org*; Ignacio Gracia, director general de *Eysenck*; Mara Dierssen, neurobióloga; Francis Mojica, microbiólogo; Andrés Ortega Klein, periodista y escritor; Pablo Medrano, coleccionista de robots, Alicia Asín, presidenta y fundadora de Libelium; Carmen Torras, profesora de investigación del CSIC; Asier Arranz, ingeniero de telecomunicaciones y Juan Henríquez, director fundacional proyecto de ciencias de la vida en la escuela de negocios de *Harvard*. Tiene una media de 26 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 29 segundos.

Aparecen diferentes documentos de archivo como pueden ser noticias o declaraciones de políticos. Cuenta con seis apariciones de media por capítulo, de una duración media de 16 segundos.

Encontramos también recreaciones, en concreto sobre noticias o conversaciones ficticias. Observamos una media de dos recreaciones por episodio de un tiempo medio de 22 segundos.

No presenta cabecera.

En cada episodio encontramos una media de 11 fondos musicales. Apenas encontramos ráfagas, observamos una media de dos por episodio de una duración de hasta 5 segundos.

Los silencios no forman parte de los recursos narrativos ya que apenas los encontramos. Encontramos efectos de audio como por ejemplo reverberaciones o imitación de sonido telefónico. Son comunes con efectos de sonido, crean ciertos ambientes sobre todo debajo de las partes de la narradora, son muy habituales y nos sirven para recrear mentalmente ciertas narraciones que pueden ser un poco tecnológicas y quizás algo complicadas. Además, encontramos abundantes sonidos tecnológicos durante todos los episodios y sonidos de entrada y salida de los cortes de voz.

Al inicio cuenta con el anuncio de que se trata de una producción de *Audible*, al igual que al final y mencionan también la productora que está detrás del proyecto. No cuenta con redes sociales propias.

A continuación presentamos el título de cada episodio, su duración y su fecha de publicación:

- Episodio 1: *La máquina humana*, de una duración de 30 minutos y 36 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2022.
- Episodio 2: *Trabajo*, de una duración de 34 minutos y 36 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.
- Episodio 3: *Educación*, de una duración de 31 minutos y 56 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.
- Episodio 4: *Decisiones*, de una duración de 29 minutos y 38 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.
- Episodio 5: *Biometría*, de una duración de 27 minutos y 30 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.
- Episodio 6: *Seguridad vs privacidad*, de una duración de 30 minutos y 13 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.
- Episodio 7: *Cerebro*, de una duración de 28 minutos y 8 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.
- Episodio 8: *Genética*, de una duración de 28 minutos y 29 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.
- Episodio 9: *Ser humano aumentado*, de una duración de 33 minutos y 32 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.
- Episodio 10: *Robótica*, de una duración de 31 minutos y 41 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.

- Episodio 11: *Relación artificial*, de una duración de 30 minutos y 24 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.
- Episodio 12: *Matemáticas*, de una duración de 32 minutos y 57 segundos. Publicado el 22 de diciembre de 2020.

### **3.1.41 De eso no se habla**

El podcast se compone de siete episodios de una duración media de 36 minutos y 27 segundos al que hay que sumar dos episodios previos a modo de prólogos. En total con estos dos episodios tiene una duración de 3 horas, 57 minutos y 57 segundos. Publicados, a través de la plataforma Google Podcast, pero subidos a otras muchas como puede ser *Spotify*, de manera quincenal cada domingo. Encontramos dos episodios previos a la temporada que se publican en mayo y en septiembre de 2020 y un episodio posterior que se publica en julio de 2021. Los dos primeros por extensión y el último por temporalidad no entrarán en el análisis.

El argumento es el siguiente:

Si te suena esta frase, es porque probablemente te la hayan repetido de pequeña, a la hora de la cena o en algún encuentro familiar. En este podcast hablamos de los silencios que crea esa frase, tanto en nosotras como en la sociedad: de las historias que se esconden detrás de ellos, y de qué pasa cuando los rompemos (De eso no se habla, 2022).

Aunque puede variar en algún episodio, el equipo que lo realiza lo componen: Guion, montaje, producción: Isabel Cadenas Cañón; Edición de texto: Laura Casielles; Edición de guion: Vanessa Rousselot; Asistencia de montaje: Paula Morais; Ayudante de producción: Elena Gómez; Diseño de sonido: Isabel Cadenas Cañón, Marcos Salso; Mezcla final: *Isolé División Sonora*; Comunicación: Laura Casielles; Vídeo: Paula Morais; Collage: Carmen

Cáceres; Traducción: Lori Gerson o Emma Álvarez Cronin; Música de la sintonía: *Berlin* (Alva Noto y Ryuichi Sakamoto)

La narradora es Isabel Cadenas Cañón de tipo periodístico en tercera persona. Utiliza tono íntimo no informativo y aparece una media de 58 veces en intervenciones que tienen una duración de 17 segundos.

Debido a que es episódico, es decir, cada una de las historias empieza y termina no tiene sentido analizar el número total de entrevistas, sino simplemente la media que contiene cada uno de los episodios. De media cuenta con 6 entrevistas por episodio, ya que encontramos algunos en los que aparece quizás una o dos personas y otros en los que hay muchos protagonistas. Tiene una media de 73 cortes de entrevistas por capítulo, de una duración media de 9 segundos.

Aparecen algunos documentos de archivo, aunque la presencia de estos es casi insignificante. Unos dos de media por episodio de una duración media de 9 segundos. La potencia la tienen aquí las entrevistas y las historias, cuando es necesario contextualizar lo hace la propia narradora.

Encontramos también algunas recreaciones, como las que se encuentran en el capítulo *Una placa en mi pueblo* sobre lecturas de la sentencia por algunas entrevistadas, la media de la duración de estas es de 4 segundos. No son habituales en otros episodios.

La cabecera consiste en la voz de la narradora dando la bienvenida al podcast “Bienvenidas y bienvenidos a *De eso no se habla*” con una misma música que tiene una duración media de 10 segundos.

En cada episodio encontramos una media de siete fondos musicales. Estos aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de nueve por episodio de una duración de hasta 18 segundos.

Los silencios forman parte de los recursos narrativos, como es lógico comprendiendo el sentido del podcast. Se utilizan precisamente para ambientar aquellos temas sobre los que se ha guardado silencio, de hecho, no es habitual encontrar fondos musicales debajo de los testimonios, normalmente suenan en silencio y los fondos se utilizan para transiciones. Encontramos una media de tres silencios por episodio.

Encontramos algunos efectos de audio, pero estos son muy limitados. Sí observamos algunos paneos o reverberaciones. Tampoco son comunes los efectos de sonido que se utilizan de manera muy puntual.

Para terminar observamos que la narradora repite siempre la misma frase “Soy Isabel Cadenas Cañón y de eso no se habla, o sí”. Después nos ofrece los créditos y agradecimientos seguido del motivo principal de este podcast.

A continuación facilitamos el título de cada uno de los episodios con su duración y fecha de publicación:

- *Silencio de Radio*, de una duración de 12 minutos y 52 segundos. Publicado el 22 de mayo de 2020.
- *Prólogo*, de una duración de 6 minutos y 56 segundos. Publicado el 21 de septiembre de 2020.
- Episodio 1: *Preguntan por ti*, de una duración de 32 minutos y 32 segundos. Publicado el 27 de septiembre de 2020.

- Episodio 2: *Jadiya*, de una duración de 30 minutos y 53 segundos. Publicado el 11 de octubre de 2020.
- Episodio 3: *Una placa en mi pueblo*, de una duración de 40 minutos y 53 segundos. Publicado el 25 de octubre de 2020.
- Episodio 4: *El hijo del alemán*, de una duración de 40 minutos y 40 segundos. Publicado el 8 de noviembre de 2020.
- Episodio 5: *Seis barrotes*, de una duración de 43 minutos y 17 segundos. Publicado el 22 de noviembre de 2020.
- Episodio 6: *Un agujero en el silencio*, de una duración de 41 minutos y 30 segundos. Publicado el 6 de diciembre de 2020.
- Episodio 7: *El eco de los aplausos*, de una duración de 29 minutos y 49 segundos. Publicado el 25 de julio de 2021.

**CAPÍTULO IV: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL  
PODCAST NARRATIVO DE NO FICCIÓN EN ESPAÑA**

#### 4.1 Características del podcast narrativo de no ficción

Antes de definir las características del podcast narrativo de no ficción necesitamos buscar un consenso con respecto a la definición de podcasting. Para ello nos basamos en la muestra entrevistada y en sus respuestas.

En primer lugar, se presentó a la muestra una serie de definiciones para que optaran por aquella con la que coincidían en mayor medida. Por otro lado, se les dio la oportunidad de realizar su propia definición. Las definiciones que se ofrecen se basan en aquellas acepciones que más reconocimiento tienen entre los autores académicos. Véase “contenido multimedia entregado automáticamente a un suscriptor a través de internet (Berry, 2006, p. 144); “audio más sindicalización” (Blanco, 2006, p. 1935) y “emisión de radio o de televisión que un usuario puede descargar de internet mediante una suscripción previa y escucharla tanto en una computadora como en un reproductor portátil” (Diccionario Oxford).

El 30% de la muestra encuestada coincide con la definición más simple de “audio más sindicalización”, el 10% defiende la acepción de Berry del año 2006 y solo una persona se decantó por la definición del diccionario Oxford. El resto, el otro 50% prefirió dar su propia definición. Aquí las recopilamos.

Raúl Domingo de Blas ofrece una acepción simple, similar a las propuestas por Blanco (2006) o Berry (2006), definiéndolo como “contenido de audio disponible para escucha no lineal a través de internet”. Juan Baixeras, director de *Audible*, defiende que deben incluirse conceptos como el “audio entretenimiento” y el “multicasting”. El académico Luis Miguel Pedrera prefiere hablar de “forma de comunicación” aportándole las características de ser “sonora, portable, distribuible, profesionalizable y comercializable”. Por otro lado, el periodista Álvaro de Cózar coincide con la definición de Berry, pero apunta la

necesidad de eliminar la “suscripción” de ella. Mientras que la fundadora del sello *El Extraordinario*, Mar Abad, prefiere definirlo como “información y entretenimiento en audio”. Chuse Fernández lo define como “sistema online por el que se pueden descargar y/o escuchar contenidos sonoros realizados por profesionales y amateurs a conveniencia del oyente, pudiendo suscribirse para la recepción de nuevas entregas”, y Miguel Ángel Ortiz como “emisión de radio o de televisión que un usuario puede descargar de internet mediante una suscripción previa y escucharla tanto en una computadora como en un reproductor portátil”. Por su parte Javier Celaya, director de Podimo, prefiere la acepción de Blanco, pero añadiría la característica del “streaming”, mientras que Toni Garrido prefiere centrar su definición en el oyente, argumentando que esta depende al completo de la forma de recepción del “consumidor final”. Por último, Fran Izuzquiza defendió que cada vez era menos restrictivo a la hora de definir el podcasting y Nacho Gallego defiende que al “estar en la tercera ola, las definiciones de años como el 2007 no son correctas”. Él prefiere definirlo como un “medio de comunicación”.

Para acercarnos al análisis exhaustivo del podcast narrativo de no ficción pedimos a la muestra entrevistada que señalara el podcasting como contenido o continente, es decir, si para ellos el podcasting es lo que incluye el formato o el formato en sí. Únicamente una persona respondió que se trataba del contenido, Mar Abad, al identificar el formato en cápsulas. También la académica Elsa Moreno se acercó más a la definición del podcasting como contenido a pesar de que no coincidía al completo con ninguna de las definiciones. El 40% lo definió como el continente mientras que el resto argumentó que se trataba de ambas definiciones.

Al comprender el podcasting como una evolución del medio de radiofónico y definirlo en muchas ocasiones a través de lo que conocemos del audio, sería interesante

realizar una comparativa, en primer lugar, entre la radio tradicional herciana y el podcasting y, en segundo lugar, entre la radio en internet y el podcasting.

La radio se sitúa como el medio sonoro por excelencia, sin embargo, ahora ha dejado de tener la exclusividad y quizás pronto deje incluso de ser la referencia. La radio y el podcasting mantienen sus diferencias, pero no podemos negar la conexión entre ambas. De hecho, gracias a las oportunidades que presenta el podcasting comienza un proceso de transformación de la radio que pasa primero por la consolidación de la radio en internet, para llegar, tras unas nuevas especificaciones, al podcasting.

Radio y podcasting no solo conviven, sino que se complementan. Los medios han tenido que adaptarse a internet, la prensa tuvo que hacerlo de manera rápida debido a la obsolescencia de sus informaciones y también lo hizo la televisión. Sin embargo, la radio es el medio que mejor ha sabido aprovechar las ventajas de Internet porque ha conseguido utilizarlo para su propio beneficio y no competir contra él (Núñez et al., 2013).

La radio siempre ha sido un medio digital, y la radio online ha magnificado esta característica. Lo digital se encuentra en todas las fases del podcasting, en la grabación, en la edición, en el almacenamiento y en la distribución. A pesar de que el usuario necesita una interacción, gran parte del proceso es automático. De hecho, la esencia del podcasting nació con la sindicalización (García-Marín, 2019).

Como explica Gallego (2012) una de las principales diferencias entre la radio herciana y la online es la continuidad. Tradicionalmente la radio ha sido un medio de difusión continua, pero ahora esto comienza a disiparse.

Un medio que era fundamentalmente fugaz y en el que la programación del flujo era clave, pasa a generar productos editoriales descargables en formato digital y

consumibles en cualquier momento y lugar. Por otro lado, la normalización del streaming y su llegada a los smartphones o tabletas, a través de las aplicaciones para diferentes sistemas operativos como el *IOS* de *Apple* o el *Android* de *Google* y gracias al desarrollo de las redes 3G han permitido al oyente acceder a programaciones de todo el mundo en tiempo real que antes solo podían disfrutarse desde el ordenador estacionario. Como tercera idea la producción de contenidos sonoros por parte de medios no radiofónicos como podcast de empresas o audioblogs y la aparición de servicios que ofertan acceso a grandes catálogos musicales en internet hacen que la audiencia se enfrente a una oferta brutal de contenidos en competencia entre los que debe elegir. (p. 224)

Se modifican de esta manera los tiempos y los espacios. La emisión rompe la barrera espacial, desde cualquier parte del mundo se pueden recibir mensajes emitidos vía online, sin límites espaciales.

Por otro lado, según Pascual (2019), ya no es necesaria una simultaneidad entre el medio y el oyente. Gracias a los procesos de almacenamiento, descarga o escucha online, el oyente puede recibir mensajes de manera asincrónica. Los usuarios comienzan a crear sus propias parrillas con sus suscripciones a diferentes podcasts.

Mientras que la radio es un medio pasivo (es el oyente el que tiene que sintonizarla) el podcasting tiene una participación activa, ya que envía el nuevo contenido al oyente a través de RSS o similar, y le avisa de que está disponible. [...] no suelen contener publicidad, o muy poca, un aspecto que lo diferencia de la propia radio, o de *YouTube* y similares. Sin embargo, existen los podcasts de pago. (p. 4)

Esto supone que el sonido deja de ser perecedero y fugaz, convirtiendo el consumo en flexible y portable, añadiendo aquí la siguiente característica, la ubicuidad. Ya no es necesaria la escucha a través de aparatos que requieren una conexión a la red eléctrica, sino que ahora se puede realizar mediante formatos portátiles, de esta manera, el contenido se puede escuchar en cualquier lugar. Aun así, debemos aclarar, que la escucha sigue ligada a los lugares tradicionales, como son el hogar y los medios de transporte. Según la encuesta *POD2022* el 63% de los oyentes de podcast en castellano los escucha realizando tareas del hogar, el 47% mientras camina, el 45% mientras cocina, el 36% mientras conduce un vehículo y el 36% en el transporte público. Siguiendo de esa manera con la órbita de la radio tradicional, como medio íntimo y en muchas ocasiones individual, defiende Tenorio (2012) que la característica principal del podcasting de la que carece la radio es la cercanía.

Internet ha conseguido romper las barreras de la OM y FM y la información se transmite ahora de manera global.

Además, se ha producido un cambio desde la verticalidad hasta la horizontalidad en los medios, de manera que ahora, la línea entre consumidores y productores se diluye. Cualquiera puede crear un radio online, sin apenas material necesario. Esto ha causado que los contenidos que generan los medios se topen con aquellos generados por usuarios, lo que ha eliminado la figura Gatekeeper de los medios de comunicación, aumentando además la competencia. De esa manera Internet ha descentralizado la generación de la información en dos aspectos, por un lado, en la producción, gracias a herramientas de bajo coste, y por otro en la difusión de contenidos, gracias a las redes sociales. Además, la radio en internet combina ahora dos características principales, el ser global y local a la vez. Cada ser humano es ciudadano local y a la vez ciudadano universal (Cebrián, 2007). Los usuarios toman la

palabra, “es el fomento de una cultura democrática plena y activa de intercambio de informaciones y de provocación de debates entre todos” (pp. 221)

Internet permite el periodismo ciudadano o colaborativo. La participación del oyente se ha convertido en un punto clave tal y como argumenta Alicia Tapia:

Se ha producido desde los inicios de este medio de comunicación a través del teléfono, por carta, discos dedicados, confidencias, etc. [...] La radio de Internet va más allá porque ofrece la posibilidad de que los oyentes conversen entre ellos y la oportunidad de que los propios consumidores puedan producir sus propios contenidos. (2016, p. 35)

Sin embargo, ahora se abren nuevos canales de *feedback*, la radio pasa a ser un medio interactivo en vez de un medio unidireccional, con respuestas globales e instantáneas. Se convierten ahora en verdaderos protagonistas.

Internet modifica las maneras con que se informan las personas. Los usuarios pasan a tener un poder que antes no tenían tanto para recibir, buscar y contrastar como para incorporar información generada o conocida por ellos. Acceden a la red como un autoservicio. Esta visión modifica plenamente el panorama de los medios de comunicación y en particular de la radio. O la radio busca la personalización de la información, la interactividad, el autoservicio o perderá capacidad de penetración en la nueva sociedad. (Cebrián, 2010, p. 21)

De tal manera nos acercamos a la audiencia prestando cada vez más atención a su interacción y participación. El consumidor elige a la carta aquello que quiere consumir.

Por otro lado, la suscripción es la forma de fidelización que tiene la radio online. Como defiende Gallego (2012), encontramos diferentes categorías dentro del internet de las audiencias, que son: la búsqueda, la valoración de los contenidos, las respuestas a preguntas que se formulen, las compras de un producto, los clics en el banner o la misma producción de contenidos que se pueden generar alrededor del producto, véase entradas en blogs o podcast. Para el autor se pueden resumir en siete las funciones consideradas clave en la actividad de la audiencia: “creación, programación, financiación, remezcla, participación, activismo y, cómo no, escucha” (p. 209).

Esta participación del oyente ayuda a impulsar la creatividad. La temática se ha multiplicado y, aunque algunos temas siguen coincidiendo, encontramos en el podcasting una diversificación temática mayor y, sobre todo, una tendencia a la especialización. Ello trae consigo una mayor variedad, ya existen muchos más formatos audibles online que emisoras de radio, y una ampliación y facilitación del acceso. La audiencia se sitúa ahora ante el desafío de elegir entre millones de contenidos de todo tipo. Se han multiplicado los canales gracias a la inmersión digital y se ha terminado la hegemonía de las parrillas de programación.

Esto nos lleva a analizar el cambio en el lenguaje. Parte de la inmediatez que definía a la radio tradicional ha desaparecido con la radio online, sus contenidos no están tan ligados a la temporalidad, sino que, cada vez más, se busca el reposo y el análisis de los contenidos. Se desarrollan las temáticas en profundidad, de una manera más personal y centrada en los oyentes, rompiendo con la continuidad y con la secuencialidad que caracterizaba a la emisión herciana. Además, se añade un nuevo factor clave, como es la distribución en diferentes medios. Ahora el contenido es multimedia, siendo, cuando hablamos de la emisión online, el principal contenido el que encontramos en formato audio, pero viéndose apoyado por videos

y textos que se distribuyen a través de diferentes plataformas, propias y ajenas, y sobre todo a través de las redes sociales. Esto permite, además, la conexión entre contenidos a través de enlaces e hipertextos, creando un cambio de consumo que pasa de lineal a hipertexto.

La radio no puede ignorar los hábitos de consumo, al contrario, debe adaptarse a ellos. En los últimos años hemos visto un claro aumento de los receptores debido, sobre todo, a la hegemonía del teléfono móvil, lo que ha modificado por completo la compañía de escucha, pasando de ser un medio comunitario a uno totalmente individual. Para el creador de contenidos Jose Ángel Esteban:

El podcasting implica una elección y por ende un incremento de la atención. Son productos para ser escuchados atentamente y en buena parte cambian la manera de ser recibidos. El podcast está ligado a los auriculares, a la escucha individual y atenta, al disfrute de los matices, de la riqueza sonora. La relación se vuelve más íntima y personal y eso exige una mayor calidad técnica y de contenido. Si se nos puede escuchar así, debemos crear para poder satisfacer esa forma de escuchar. (Como se citó en Valldecabres, 2012, p. 242)

Desde los inicios de la radio y, tras ella, de la televisión, hemos podido comprobar que tanto la escucha como la visualización nacen como formatos colectivos. Ahora la expansión de la posibilidad de escuchar mediante diferentes dispositivos genera un profundo cambio en el sentido del medio

Sin embargo, seguimos viendo demasiadas correspondencias entre el medio tradicional y el online. Quizás es necesaria una renovación y ruptura más completa para que se produzca una verdadera innovación. Debemos plantearnos que las variables que

caracterizan a la radio herciana quizás ya no son válidas. En palabras de Enrique Martínez de la Casa:

Las promesas y mitos que ahora mismo trufan los textos teóricos sobre radio se han llenado de las palabras inglesas que prometen novedad pero solo ocultan inmovilismo. Se está construyendo un mito que se adorna con podcast, streaming, Facebooks, Twitters... para terminar apareciendo tras la tramoya los ya vetustos carruseles, principales, horas veinticinco, protagonistas y todo aquello que lleva entre nosotros más de treinta años y que anhela seguir otros treinta. Es el discurso hegemónico de una radiodifusión que teme salir del eje central que los oyentes identifican como lo mejor. Es un anclaje permanente al mainstream que no solo es reflejo de una programación clónica, sino también el apego a un decir, hacer y pensar que tiene al centro político como referencia. (Valldcabres, 2012, p. 269)

Quizá la estrategia no resida en la diferenciación de ambas. Armand Balsebre (1994) definía el lenguaje radiofónico como “un conjunto de formas sonoras y no sonoras, presentadas por el lenguaje verbal, el lenguaje musical, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes” (p. 10). Más tarde, cuando analicemos cuantitativamente las variables del podcasting narrativo de no ficción, estas características presentadas serán clave para su clasificación.

Pero, además, no solo debemos realizar una comparativa con su homólogo herciano, sino que deberíamos crear unas variables específicas del género podcasting separándolo de la emisión de radio en internet.

Parte de las características de la emisión online han sido tomadas por el podcasting. Sin embargo, antes de continuar es necesario hacer una aclaración de los diferentes términos. No todo aquel formato sonoro que se transmite a través de la web es un podcast. Para aclarar esto, a continuación distinguimos las características básicas que debe cumplir un formato para llamarse podcast.

La primera adaptación de las radios tradicionales al podcasting se reduce al trasvase de sus contenidos en el formato magazine, donde se suelen combinar diferentes formatos. Está bastante centrada en la actualidad más inmediata, por lo que los temas son algo repetitivos. Además, se solapan las ofertas, magazines de actualidad a las mismas horas, los horarios de los noticiarios coinciden, el deporte tiene una franja que coincide en varias cadenas, etc. La tertulia copa cada vez más parte de las parrillas, contando en ella sobre todo con periodistas, en su mayoría de otros medios de comunicación y pocas veces del propio medio en cuestión. La voz sigue siendo la principal protagonista por encima de los sonidos y, dentro de ella, la voz del presentador principal sigue siendo primordial. Continúa definiéndose como un medio en el que el oyente es un consumidor fiel de emisoras, de programas o de voces. Aun así, han desaparecido los locutores profesionales y ahora hablamos de expertos en diferentes temas, de tal manera que, aunque se haya perdido en calidad de voz radiofónica, se ha ganado en credibilidad comunicativa. La publicidad sigue manteniendo su poder, siendo esta bastante poco original si la comparamos con la evolución que ha podido sufrir la publicidad en otros formatos, ya que se mantiene centrada en la escenificación de situaciones y en los juegos de palabras (Cebrián, 2007, pp. 151-156).

Jesús Saiz Olmo distingue entre la radio en la red y la radio desde la red, señalando a esta última como: “la auténtica radio del ciberespacio la que nace pensada para Internet y que

por consiguiente se concibe con otros contenidos además del sonido de la radio tradicional” (2005, p. 8).

En un primer momento el espacio de realización de los podcasts también era un signo de distinción ya que, al ser un producto más amateur, muchos de los formatos se grababan en las casas de los propios podcasters, lo que supone un sonido en ocasiones algo precario. Con el paso del tiempo el sonido es algo que se ha cuidado en la gran mayoría de los podcasts, a veces incluso más que en la emisión tradicional.

Este tipo de formatos se caracteriza por contar con un equipo reducido, los narradores se repiten y cuentan con diferentes invitados, podemos decir que es un formato bastante personalista heredero de la radio tradicional.

Las vías de distribución cambian por completo. Las redes sociales cobran una gran importancia, en muchas ocasiones es la única manera de difundir el contenido, por lo que los diferentes formatos cuentan a veces con sus propias redes sociales, aunque en la mayoría de los casos la difusión se realiza desde los perfiles de la cadena productora, la plataforma de distribución o la de los propios podcasters. “Por contradictorio que pueda parecer, la ruptura de los códigos profesionales fundamenta la credibilidad del programa. El éxito de esta fórmula puede responder en parte al desapego que las nuevas audiencias activas sienten hacia los medios corporativos” (Domínguez, Dornaletche, 2013, p. 291).

Solemos diferenciar la radio en internet como directo y el podcast como una producción grabada con anterioridad. Sin embargo, los primeros formatos de podcast se realizan como programas de radio en falso directo, con apenas postproducción. Esta característica ha ido diferenciando cada vez más el podcasting de su antecesor radiofónico al entender que la posibilidad de postproducir es un punto muy a favor de la diferenciación.

“Muy pocos pueden provocar emociones sólo con palabras, y casi nadie y casi nunca con improvisación” (Lvovich, 2009, p. 81).

Por otro lado, Cebrián Herreros (1983) defiende que la radio, aunque grabada, debe ser siempre en tiempo presente, debe estar unida a la información más actual y debe incluir referencias temporales.

Con la transmisión en directo la radio es el medio que respeta el tiempo en su curso físico. Sigue la duración del tiempo real del hecho informativo. Con la difusión en diferido puede transformar el tiempo físico y crear unos tiempos informativos distintos. La radio crea un tiempo nuevo. Actúa en un presente continuo. Todo cuanto capta lo convierte en un presente; los hechos históricos recuperan cierta presencialidad psicológica. Se actualizan por la presencia física de los sonidos. (p. 213)

Por otro lado, la comunicación con el oyente es más directa en la radio, ya que existe la posibilidad de interacción vía telefónica y a tiempo real.

Una vez analizadas y definidas las características y variables, es necesario comprobar estos datos con la muestra. Para comenzar, le preguntamos a la muestra encuestada por los requisitos básicos que debe tener el podcasting para definirse como tal. Les facilitamos varios de estos requisitos y les ofrecimos la oportunidad de puntualizar los suyos propios. La respuesta podía ser múltiple.

El 55% de los encuestados defiende que para llamarlo podcasting debe “ser emitido a través de una plataforma online” y el 35% argumenta que debe contar con “algún recurso narrativo (música, docs. de archivo, cortes de voz, efectos de sonido)”. El 30% defiende que debe tener “un ciclo de publicación determinado”. El 25% considera necesaria la presencia de

un narrador o presentador y el 20% defiende que debe tener un alcance global. También el 15% argumenta que necesita una temática determinada y solo el 10% que la duración también deber ser determinada.

Otros requisitos que fueron puntualizados solo por el 5% son: enfoque periodístico, finalidad económica, suscripción. La directora de la productora *El Extraordinario*, Mar Abad, defiende que únicamente destaca como requisito la voz.

El 30% prefiere no hablar de requisitos básicos y no compromete su definición a ninguno de los mencionados.

Acorde a esto, el 60% cree que estamos llamando podcast a formatos que no lo son, argumentando los siguientes ejemplos: “radio encapsulada”, “la radio a la carta”, “cualquier audio subido a internet”, “radio enlatada”. Nacho Gallego lo aclara de la siguiente manera: “el podcast es un medio y la gente lo define como formato”.

Encontramos gran disparidad de opiniones cuando metemos el concepto de emisión herciana. El 50% cree que un formato que se emite por esta vía no puede ser llamado podcast mientras que el otro 50% considera que sí.

Entre las justificaciones del “no” encontramos las siguientes:

Elsa Moreno defiende que “Tal y como Berry señala (2006), el podcasting es una tecnología disruptiva que fuerza a otros medios, entre ellos la radio, a cambiar prácticas preconcebidas sobre audiencias, consumos, producción y distribución. Gracias a la innovación del RSS (Really Simple Syndication), el podcast es un medio más personal, colaborativo y convergente (audio o vídeo, web y dispositivos móviles). El podcasting surge en 2004 al amparo de la cultura colaborativa de la Web 2.0 (Jenkins)”. Juan Baixeras

argumenta de manera simple que “lo que se emite en radio es radio”, coincidiendo con él otro 10% de la muestra, en concreto, Javier Celaya o Chuse Fernández. Toni Sellas defiende que debe ser un archivo nativo digital y María Jesús Espinosa de los Monteros que “El podcast sólo tiene sentido en un entorno digital y así se diferencia de la antena”.

Entre las justificaciones del “sí” encontramos las siguientes:

“Cualquier programa de radio que se ofrezca posteriormente como podcast sigue siendo un podcast en esa segunda versión. “Considero "podcast" un término de distribución en Internet, no tanto una forma de denominar un contenido” (Fran Izuzquiza). “Si me baso en una definición BÁSICA de podcast -contenido en audio- me da igual la procedencia. Solo entiendo de calidad y de preferencias” (Gorka Zumeta).

Otros autores (Gelado, Domingo de Blas, Cádenas) defienden que sí, siempre que posteriormente sea emitido a través de internet.

Es una cuestión de formato, el podcast debe tener elementos que le diferencien del programa tradicional de la radio. Creo que ni el contenido elegido e incluso la vía de distribución (incluida la herciana) definen al podcast, insisto, es la narrativa, la presentación, el diseño sonoro, son los aspectos que definen el podcast. (Javier Hernández)

Por su parte, Álvaro de Cózar prefiere señalar ejemplos concretos, dando nombres de formatos como *Nadie sabe nada*.

Algunos autores (Frigola, Grané, Bartolomé, 2007) recuerdan que no debemos olvidar los podcasts en video, llamados en algunas ocasiones vodcast. Sin embargo, ¿podemos llamarlos realmente podcast? Lo analizaremos en las próximas páginas. El 60% de la muestra

considera que podemos considerar podcast a un formato que incluya video, mientras que el 40% considera que no.

Entre las justificaciones del “sí” encontramos las siguientes:

La tendencia del "video-podcast" no es nueva. Antes de la popularización de *YouTube*, existían video-podcasts distribuidos en iTunes, por ejemplo. De hecho, *YouTube* nació como un servicio de video-podcasts con su propio RSS, que posteriormente eliminaron. Por poner un ejemplo concreto, yo veía los resúmenes de la NBA mediante un podcast en iTunes al que estaba suscrito mediante RSS. (Fran Izuzquiza)

Hablan también del video podcast Javier Celaya, Miguel Ángel Ortiz o María Jesús Espinosa de los Monteros. Se mencionan además ejemplos concretos como *The Joe Rogan experience*, uno de los podcasts más escuchados.

Entre las justificaciones del “no” encontramos las siguientes:

Javier Hernández argumenta que “el lenguaje sonoro, el de la radio, el del podcast; es capaz de contar cualquier historia, no necesita el apoyo de la imagen, si bien la imagen puede utilizarse como una suerte de realidad aumentada, como complemento del podcast”.

El video requiere otro lenguaje, otros recursos, si creamos un podcast con producción de video, estaremos creando un video a partir de una historia o con contenido pensado para el audio, pero será video. Si creamos un podcast simplemente grabado en video no estaremos aprovechando las posibilidades del formato video, lo único que hacemos es utilizar el video como canal de distribución a través de plataformas de imagen. Creo que es importante separar los entornos, para estimular los procesos de consumo más adecuados para cada formato, pensando en el consumidor. De otra forma el video

siempre estará fagocitando al audio y estaremos desaprovechando las inmensas ventajas del lenguaje sonoro. (Raúl Domingo de Blas)

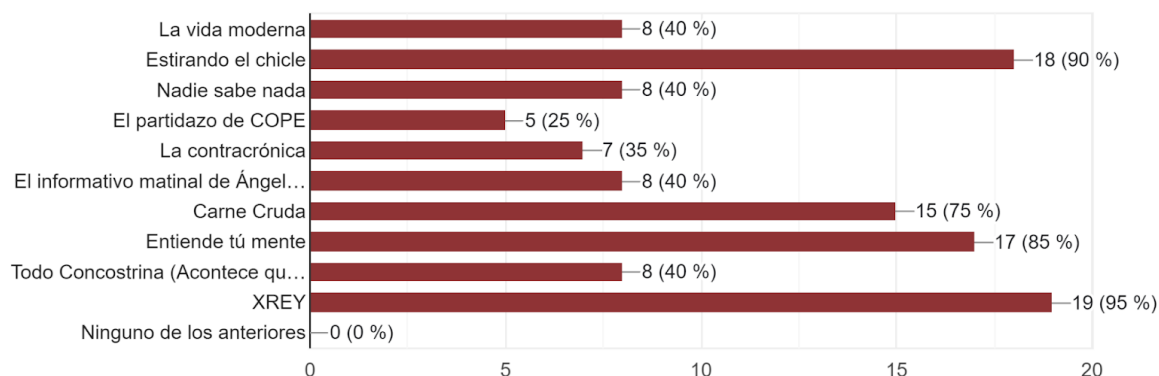
Por último, Chuse Fernández defiende que si contiene video se debe denominar “audiograma”.

Se le presentó a la muestra una serie de formatos concretos para que decidiera si lo consideraban o no un podcast. Como refleja la Figura 2, el 95% consideró podcast a *XREY* y el 90% a *Estirando el chicle*. El 85% de la muestra votó como podcast a *Entiende tu mente* y el 75% a *Carne Cruda*. El resto de formatos son un poco más controvertidos. El 40% consideró podcast a *La vida moderna*, *Nadie sabe nada*, *El informativo matinal de Ángel Martín* y *Acontece que no es poco*. La característica común de estos formatos es que están emitidos inicialmente en otras plataformas, *El informativo matinal de Ángel Martín* en redes sociales como Twitter e Instagram y los otros tres a través de emisión herciana de la *Cadena SER*. Menos consenso aún reúne *El Partidazo de COPE* que solo lo considera podcast el 25%. La diferencia entre este formato y los anteriores puede ser su posterior publicación como radio a la carta, mientras que los otros formatos son concretos, de una duración máxima de una hora y, en el caso de *La vida moderna*, a pesar de que se emite por vía herciana, lo hace a altas horas de la madrugada. En el caso de *Nadie sabe nada* tiene una puntualización extra y es que sus temáticas se mantienen en el tiempo, no están demasiado ligadas a la actualidad. Por otra parte, *El Partidazo de COPE* se trata de un formato magazine de radio, de dos horas de duración, emitido a una hora de máxima audiencia radiofónica y además muy ligado a la actualidad.

## Figura 2. Recuento del cuestionario sobre si formatos concretos son considerados podcasts

De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)

20 respuestas



Fuente: elaboración propia

Es curioso cómo aquellos formatos más votados se diferencian enormemente entre ellos. Mientras que *XREY* es un formato serial, narrativo, de no ficción emitido únicamente vía online (*Spotify*) y que incluye narrador y recursos narrativos, *Estirando el chicle* es un formato conversacional, más similar a un programa radiofónico, que de hecho se graba en los estudios de la *Cadena Ser* y que contiene también video. *Entiende tu mente* es un híbrido entre ambos, ya que incluye algunos recursos narrativos pero su base no deja de ser conversacional, y *Carne Cruda* fue un programa emitido únicamente por vía herciana durante años en la emisora pública *Radio 3* para pasar a ser emitido ahora vía online, pero manteniendo su formato de programa radiofónico.

No parece por lo tanto haber mucha coincidencia en los criterios, más allá de que aquellos concebidos como programas radiofónicos actualmente y emitidos en un primer lugar por vía herciana obtienen menos defensores para ser llamados podcasts. El argumento básico por el que no fueron votados algunos formatos es que se les consideró “programas de radio” y

que “su razón de ser es la radio” por lo que se tratan de “repositorios de internet”. Parte de la muestra se abstuvo de marcar aquellos que consideran que son “videos”.

Un apunte a destacar es que muchos de los entrevistados desconocían el podcast *La contracrónica*.

Con la nueva escucha individual y la personalización de los contenidos, el usuario tipo se modifica por completo. La escucha ahora depende del oyente en su totalidad. Bauman defiende diversos conceptos en su “Vida Líquida” que nos pueden servir para explicar este nuevo usuario, como es la “sociedad de la ubicuidad”, que contempla una infraestructura de redes, dispositivos terminales eficientes y servicios de contenido. Para hablar de nuevas audiencias tenemos que centrarnos en prosumers, prosumidores en castellano, definido por el Instituto Internacional Español de Marketing como: “usuario/a web que es consumidor de una marca y que al mismo tiempo genera contenido de la misma dentro de una plataforma” (Cao Fernández, 2019, p. 20).

De esa manera el usuario ahora no solo consume, sino que también produce: “tienen las herramientas necesarias para transmitir su realidad como si de cronistas se trataran. Se encuentran en el centro de la llamada sociedad de la ubicuidad donde prima la infraestructura de las redes, los dispositivos y los servicios de contenidos” (Petrini, 2017, pp. 111-112).

Las redes sociales han creado una modificación en nuestro comportamiento. Actualmente no somos capaces de focalizar nuestra atención en un único dispositivo. Somos usuarios multipantallas. Por ello, las redes son un arma de doble filo, por un lado, nos permiten la hiperconectividad y la participación como oyentes y nos facilitan la difusión, pero por otro lado, nos distraen de nuestra atención plena hacia el contenido. Es cierto que la radio tiene una ventaja importante en este sentido, ya que es el único medio centrado únicamente

en el sentido del oído. Mientras que la televisión aísla al necesitar vista y oído y la prensa escrita nos capta nuestro sentido principal como es la vista y nuestras herramientas básicas de trabajo como son las manos, la radio permite la multitarea al necesitar solo nuestro sentido del oído y dejar libres manos y vista para la realización de otras tareas. De ahí que sea perfecta para la sociedad contemporánea.

Pérez de Pedro (2010) define el podcasting como medio multidireccional, lo que viene a suponer que no necesita nuestra atención plena, sino que se complementa con otro tipo de actividades.

También defienden otros (Prensky, 2001; Petrini, 2017; Bonet, 2007) que debemos dividir a los usuarios entre nativos e inmigrantes digitales. Mientras que los inmigrantes digitales realizan un esfuerzo por adquirir conocimientos digitales y necesitan un periodo de adaptación, los nativos digitales:

Nacieron y crecieron en este nuevo entorno mediático, son usuarios permanentes de las nuevas tecnologías con habilidades consumadas ya que “hablan” el idioma del nuevo mundo de manera natural. Su foco de atención cambia continuamente por una capacidad multitasking innata que les permite recibir y procesar múltiples estímulos (audio)visuales al mismo tiempo, lo cual los transforma en un público difícil de captar, dado que son más exigentes con los contenidos que consumen y demandan un mayor esfuerzo para despertar un interés real. (Petrini, 2017, p. 115)

Ya en los años sesenta la escucha empieza a individualizarse, sobre todo con la radio del automóvil (Cordeiro, 2012). Pero ahora, la escucha además de ser individual empieza a ser atenta. Tradicionalmente la radio ha sido un medio utilizado en muchas ocasiones como

sonido de fondo. Sin embargo, el nuevo usuario selecciona lo que quiere escuchar y presta atención a ello, de aquí la inversión de las empresas tecnológicas en los auriculares.

Por lo general, se transmite a través de los auriculares a un oyente solitario, o se reproduce en el estéreo del automóvil durante un viaje, una narrativa de audio puede ser envolvente de una manera que una radio que se reproduce en el fondo en una cocina rara vez lo es [...] los podcasts son inusuales en su compromiso con una construcción lenta y con una atmósfera sensual. (Mead, 2018, pp. 6-7)

Además, el oyente tiene ahora la posibilidad de analizar el contenido mediante la repetición. Pone a prueba la calidad del contenido constantemente (Lvovich, 2019).

De tal manera que la audiencia deja de ser pasiva debido a los siguientes elementos:

el paso de un consumo de medios (especialmente televisivo) familiar y colectivo, a un consumo individualizado. Parte de esta individualización se debe al aumento de dispositivos y al consumo multipantalla. [...] también se hace cada vez más habitual la participación activa en la programación a través de las redes sociales, aplicaciones, chats y todo tipo de contenidos transmedia. [...] La comunidad de usuarios/as adquiere funciones que antes solo correspondían a profesionales de los medios, como la creación y la difusión de contenidos propios. (Cao Fernández, 2019, p. 9)

Se crea así, como defiende Cordeiro (2012) una radio “multimedia, multiplataforma y convergente”. Diferenciándose de la “era FM” en la incorporación de imágenes, en la interactividad, en la participación, la repetitividad o la personificación (p. 503).

Sin embargo, existen objetores de esta teoría. Por ejemplo, Rosalía Winocur defiende que el oyente ha participado en la radio desde prácticamente el inicio del medio, ya fuera por teléfono, carta o presencialmente (Winocur, 2000)

Pero, además, supone la pérdida de identidad informativa de los medios de comunicación ya que ahora, cualquiera puede actuar como tal con la necesidad de tener simplemente un dominio en internet, a veces ni siquiera eso si hablamos de blogging. Ahora los usuarios crean las reglas del juego (Tenorio, 2012) Ello supone una democratización del contenido, aunque no siempre al amparo de la calidad periodística, ya que ahora los oyentes pasan de ser solo consumidores a ser prosumidores, al producir y consumir al mismo tiempo (Meda, 147).

Podemos clasificar los podcastws de numerosas maneras. En un primer lugar, hay una división que consiste en recalcar si el archivo ha sido o no emitido por vía herciana. Además, podemos referirnos a un archivo individual, o a un conjunto de estos, es decir, a una serie de entregas o episodios. También podemos hacer una clasificación según su temática principal, musical, informativa, deportiva, etc. Sin embargo, en este trabajo de investigación queremos realizar una división según su formato. Para ello nos basamos en las premisas que encontramos. En primer lugar, en las clasificaciones principales de formatos radiofónicos.

Basándose en la división de géneros periodísticos que realiza Martínez Albertos (1978), pero incluyendo ciertas variaciones, Cebrián Herreros propone una división de formatos radiofónicos. En líneas generales son los siguientes:

1. De retransmisiones en directo.
2. De seguimiento continuo de la actualidad inmediata o del instante.

3. De noticiarios. Como boletines horarios o grandes noticiarios.
4. De magazines o radiorrevistas.
5. De talk show. Presentación oral con otros contenidos.
6. De carrusel, coberturas de hechos informativos.
7. Según los géneros. Todo el programa con un mismo formato.
8. De programas documentales y de archivo. Conmemoraciones, resúmenes...  
(Cebrián, 2007, pp. 145-146)

El podcast narrativo de no ficción podemos englobarlo dentro de la última de estas categorías. Hablamos de programas documentales y de archivo. Podemos intentar definirlo según un género periodístico ya existente.

Otra cuestión pedía a la muestra englobarlo dentro de algún género periodístico que conocieran. El 40% respondió que sería similar a un reportaje, el 30% que es similar a la crónica y el 25% eligió el documental. Gorka Zumeta prefirió no englobarlo dentro de un género ya que lo considera multigénero.

Tomamos la definición que hace la autora Charlotte de Beauvoir (2015) sobre el documental radiofónico para basarnos en el podcast narrativo de no ficción. La autora argumenta que para comprenderlo es mejor diferenciarlo de su oponente más cercano, el reportaje. Para ella el tiempo es clave en la comparativa de ambos términos. Mientras que el reportaje implica un menor tiempo, no solo en la duración del contenido sino en su preparación e incluso en su durabilidad en el tiempo. Deleu defiende que el documental es

Un dispositivo de naturaleza didáctica, informativa y (o) creativa que presenta documentos auténticos, que supone la grabación de sonidos, una selección de estos que se lleva a cabo por medio de un trabajo de montaje, su arreglo según una construcción determinada, y su puesta al aire definitiva después de un trabajo de mezcla, y que sigue una realización preestablecida en condiciones que no son las del directo o el falso directo (2013 como se citó en Beauvoir, 2015, p.79)

De Beauvoir lo distingue además de la ficción argumentando que utiliza material sonoro real, aunque defiende que se pueden mezclar ambos géneros en la “docuficción”. Pero resalta también la autora la importancia de comprender el documental como un género de relato, que el autor tiene que escribir pensando en cómo se va a escuchar y no en cómo se va a leer. Por otro lado cobran importancia recursos como la voz del narrador, los silencios, la superposición de pistas en el montaje sonoro, creando diferentes atmósferas.

La narrativa radiofónica tiene años de historia. En los años 20 en la British Broadcasting Corporation nacen las obras que mezclan sonidos reales y actuales con información narrada, normalmente por actores (McHugh, 2016). Sería sin duda el antecedente sonoro más antiguo del podcast narrativo de no ficción, aunque en muchas ocasiones los sonidos reales se limitaban más a efectos y ambientes que a entrevistas.

No solo eso, en la década de 1970 países anglosajones comienzan a narrar documentales de historias sociales y periodismo de investigación en formato de reportaje extenso de actualidad. Ya en esa época en los Estados Unidos utilizan el término de documental de radio para este tipo de formatos mientras que en Gran Bretaña se suele utilizar simplemente el término de largometraje documental (McHugh, 2016)

La primera radionovela que se transmite por vías hercianas es *La guerra de los mundos*, en los años 30 en Estados Unidos. Esta se diferencia del radioteatro por su división episódica, que crea las primeras formas de enganche sonoro en el oyente (Azurín, Ñaupás y Rodríguez, 2015). Podemos considerarla como otro formato que aportó al podcast narrativo de no ficción.

Comparte con la ficción sonora la creación de narrativas sin embargo ahora mucho más sofisticadas gracias al avance de la tecnología (Martínez-Otón, Rodríguez-Luque y Alcudia Borreguero, 2019)

Otra cuestión a tener en cuenta es cómo de importante considera la muestra las diferentes variables para que un formato sea llamado podcast narrativo de no ficción. Es decir, la necesidad de que estas se encuentren presentes. La variable que los encuestados consideran más importante es “el cuidado de la narrativa, el cómo contamos la historia”. El 80% considera que el cuidado del lenguaje es “imprescindible” para que un formato pueda ser denominado como narrativo de no ficción. Otra de las variables más valoradas es el “proceso de investigación previo”, considerándola un 60% “imprescindible” y un 35% “muy importante”.

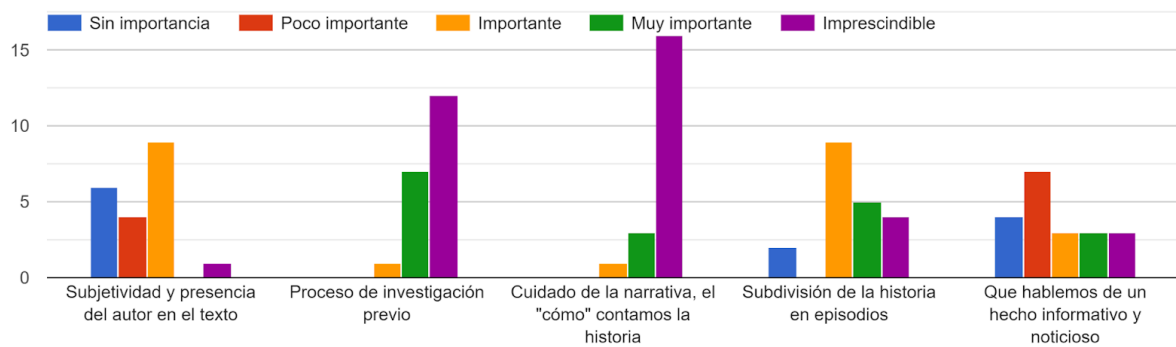
La subjetividad y la presencia del autor en el texto es la cualidad menos valorada ya que un 50% la considera que tiene poca importancia o ninguna. Sobre esta cualidad, el 45% la clásica como “importante” y solo un 5% como “imprescindible”.

La subdivisión de la historia en episodios recopila diferentes opiniones. El 45% considera que es importante y el otro 45% la considera “muy importante” o “imprescindible”. Un 10% considera a esta variable insignificante.

Por último “qué hablamos de un hecho noticioso” es “poco importante” o nada para el 55% de los encuestados mientras que es “importante, muy importante” o “imprescindible” para el 45%. En la Figura 3 puede el lector observar estos resultados.

**Figura 3. Variables y su importancia del podcast narrativo de no ficción**

¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"?



Fuente: elaboración propia

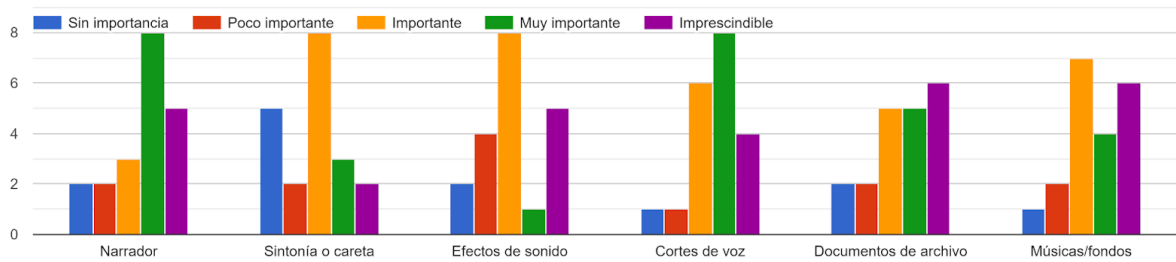
Se realizó el mismo tipo de pregunta con respecto a los recursos narrativos. Si puntuamos la respuesta de “sin importancia” con un 1; “poco importante” con un 2, “importante” con un 3, “muy importante” con un 4 e “imprescindible” con un 5 y multiplicamos por cada uno de los encuestados este es el resultado de cada uno de los recursos.

El narrador obtiene un total de 85 puntos; la sintonía o careta 55 puntos; los efectos de sonido 63 puntos; los cortes de voz 75 puntos; los documentos de archivo 76 puntos y las músicas o los fondos 77 puntos. En orden de importancia estaría entonces, primero el narrador, seguido de las músicas o fondos muy cerca de los documentos de archivo y de los

cortes de voz para encontrarnos después los efectos de sonido y por último la sintonía o careta. Los resultados se muestran en la Figura 4.

**Figura 4. Recursos y su importancia del podcast narrativo de no ficción**

¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"?



Fuente: elaboración propia

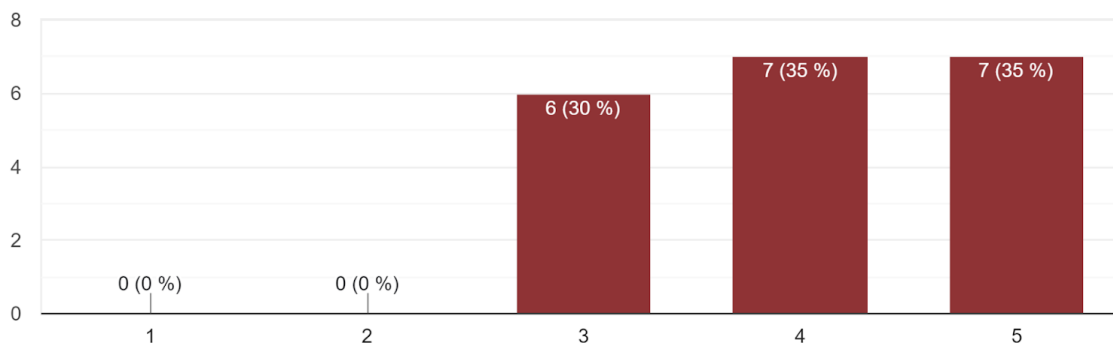
Otras variables que quisieron añadir al considerarlas importantes son las siguientes: ambientes sonoros, silencios y serialización, todas ellas incluidas en nuestro análisis cuantitativo.

Pensando en el futuro del formato preguntamos por el camino del podcast en nuestro país en los próximos tres años. Las respuestas se enmarcan entre los números uno y cinco, siendo el número uno una disminución de su producción exponencialmente y el cinco un aumento exponencial. Se observan los resultados en la Figura 5.

## Figura 5. Futuro del podcasting en España en los próximos años

¿Qué camino cree que va a tomar el podcasting en España en los próximos 3 años?

20 respuestas



Fuente: elaboración propia

Vamos a comenzar ratificando la elección de los formatos como podcasts narrativos de no ficción. Para definirlos con la ayuda de nuestras entrevistas estructuradas en formato cuestionario se les pidió a los entrevistados que señalaran los podcasts que habían escuchado, presentándoles los siguientes: *Le llamaban padre*, *V: Las cloacas del Estado*, *Las tres muertes de mi padre*, *Valencia Destroy*, *La línea invisible*, *XREY*, *De eso no se habla*, *24424: Lo que nos jugamos en Bankia*, *El Desafío: ETA*, *El móvil de Mendes* y *Buscando una luz*. Tras esto, se les pidió definirlos y englobarlos dentro de una categoría. Sus respuestas comprenden los siguientes términos: narrativos; podcast de no ficción narrativa; podcast documental narrativo de no ficción; reportaje periodístico documental; crónica, reportaje, documental o periodismo de investigación; podcast periodístico narrativo; audiodocumentales; docureportaje; narrativa desligada de los acontecimientos; podcast documental de investigación y podcast narrativo de no ficción.

Como conclusión, el 60% incluyen el adjetivo “narrativo” entre sus respuestas y otro 40% incluye algunas de las acepciones “documental” o “investigación”.

Se les pidió facilitar otros podcasts que englobarían dentro de esta categoría y algunos de los que se nombraron fueron los siguientes: *Saludos cordiales*, *Los papeles de Bárcenas*, *Canónicas*, *Hierba*, *La teoría del paréntesis* o *El Rey del Cachopo*. Todos ellos emitidos posteriormente al análisis de esta investigación.

Entre las características comunes de estos formatos, los diferentes autores definieron las siguientes: “un diseño sonoro elaborado; una voz enunciativa íntima; la esencia del periodismo; un proceso de investigación; una perspectiva periodística distinta; un discurso narrativo que apela al oyente; uso de testimonios; efectos sonoros; elementos de no ficción o recursos”. Remarcar que todas estas variables se analizarán en las próximas páginas dentro del análisis de la muestra.

Como resumen y citando a Ruiz y Salgado (2022) el podcast narrativo de no ficción cuenta con las siguientes variables:

Presencia del autor en el texto. El narrador no es un mero observador que relata desde una perspectiva lejana sino que forma parte de la historia. Por ello es importante la subjetividad del oyente, eliminando conceptos como “verdad” y “objetividad”. Encontramos diferentes modelos de narradores, el más común es el periodista, que investiga la historia, en el caso de encontrar otro narrador este suele estar implicado en la historia como uno de sus protagonistas o locutar un texto escrito por un equipo que ha realizado una investigación previa.

Los textos suelen ser más extensos y, como decimos, cuentan con un proceso de investigación y documentación previa bastante intenso. Es por ello que suelen incluir numerosas fuentes.

Las temáticas son mucho más variadas que en la prensa tradicional, llegando a nichos que hasta ahora no estaban explotados.

La narrativa ocupa un lugar primordial. El “cómo” pasa a ser igual de importante que el “qué”. La forma de narrar historias es mucho más descriptiva y literaria. (2022, p. 313)

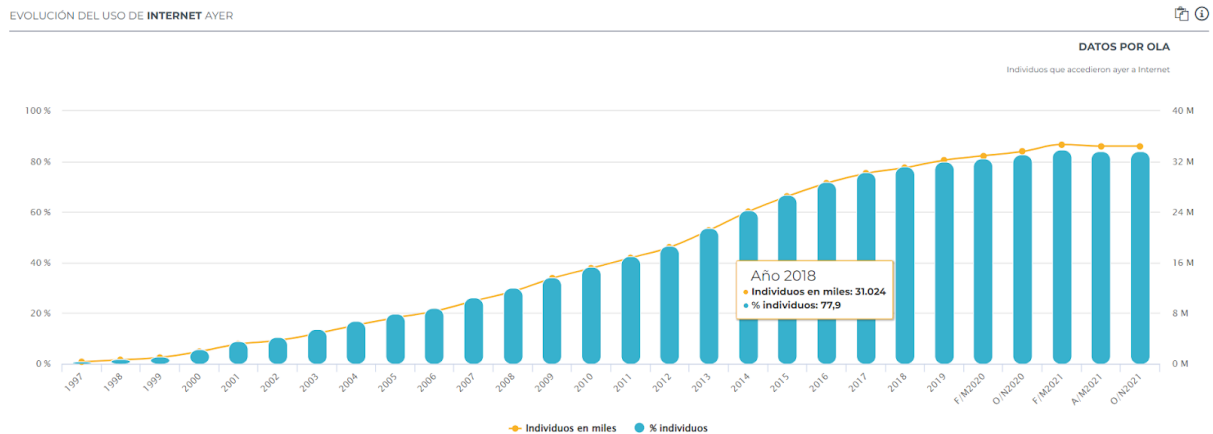
Basándonos en todas estas características tomamos como punto de partida del podcast de no ficción en España a *Le Llamaban Padre*, publicado en *Podium Podcast* en 2016, el año del nacimiento de la plataforma. A pesar de que hemos analizado las principales plataformas en busca de formatos hemos querido asegurarnos de que realmente fue el primer narrativo de no ficción a través de nuestro cuestionario. El 40% de la muestra nos han ratificado que el primer podcast narrativo de no ficción que conocen en España es *Le Llamaban Padre* mientras que el 45% reconoce no saber la respuesta. Raúl Domigno de Blas defiende que se trata de *La Rosa de los Vientos* que, aunque es cierto que incluye elementos narrativos, es principalmente un programa radiofónico emitido en *Ondacero*; Toni Garrido argumenta que “probablemente no lo conozcamos” y Elsa Moreno defiende que es *XREY* que, aunque destaca como narrativo de no ficción, no fue el primero temporalmente hablando al ser emitido en el año 2020. El propio director y guionista de *Le Llamaban Padre*, Jose Ángel Esteban, lo reconoce como el primero de este género.

## 4.2 La evolución del podcasting en España

El año 2020 fue clave en el mundo del podcasting y en concreto en el podcast narrativo de no ficción.

Según la encuesta Pod2022 la mayoría de las personas encuestadas comenzaron a escuchar podcast durante los años 2019 y 2020, como se observa en la Figura 6. En estos años se sumaron al podcasting el 38,3% de los encuestados. El dato baja el 6,5% en el 2021 sin embargo se mantiene alto en el año 2018 con un 16,3%.

**Figura 6**



Fuente: Pod2022

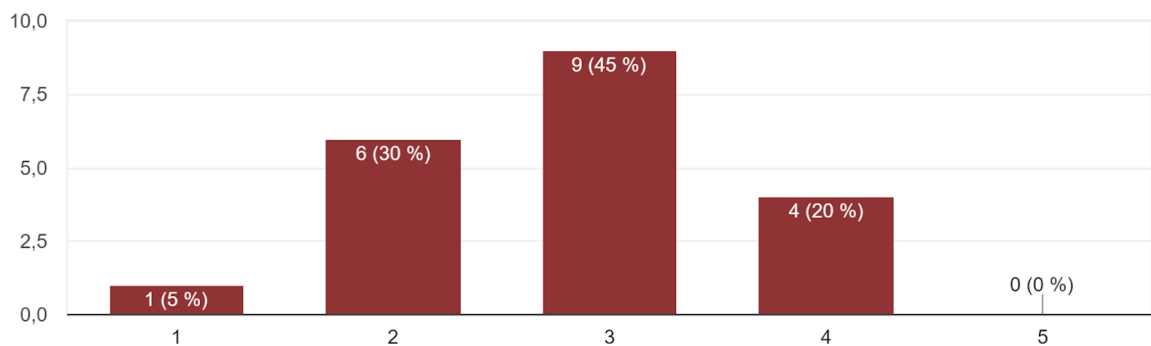
En el cuestionario realizado quisimos analizar las posibles causas detrás del aumento de formatos. El 80% de la muestra considera clave “el nacimiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting” como pueden ser *Spotify*, *Podimo* o *Audible*. El 70% coincide que “el cambio en los hábitos sociales que produjo la COVID-19” fue clave en la modificación de la industria, y otro 70% coincide en que el avance de las tecnologías fue clave. Tenemos que contar que la llegada del Coronavirus y sus consecuencias, entre ellas el confinamiento, provocaron un cambio en los hábitos de consumo y por ende también supuso

un avance tecnológico debido a que era la herramienta que teníamos a nuestro alcance para comunicarnos y trabajar. El 35% opina que influyen los referentes que provienen de Estados Unidos y de América Latina y el 25% de los entrevistados considera causa también la “obsolescencia de los medios tradicionales” entre los que se puede encontrar la radio, lo que conlleva al usuario a buscar otros formatos.

Según la muestra el podcast narrativo de no ficción tiene un peso medio en España en comparación con otros formatos. Aunque el 95% de los encuestados creen que es un formato que está en aumento, como se puede observar en la Figura 7.

**Figura 7**

¿Qué peso cree que tiene este formato en España?  
20 respuestas

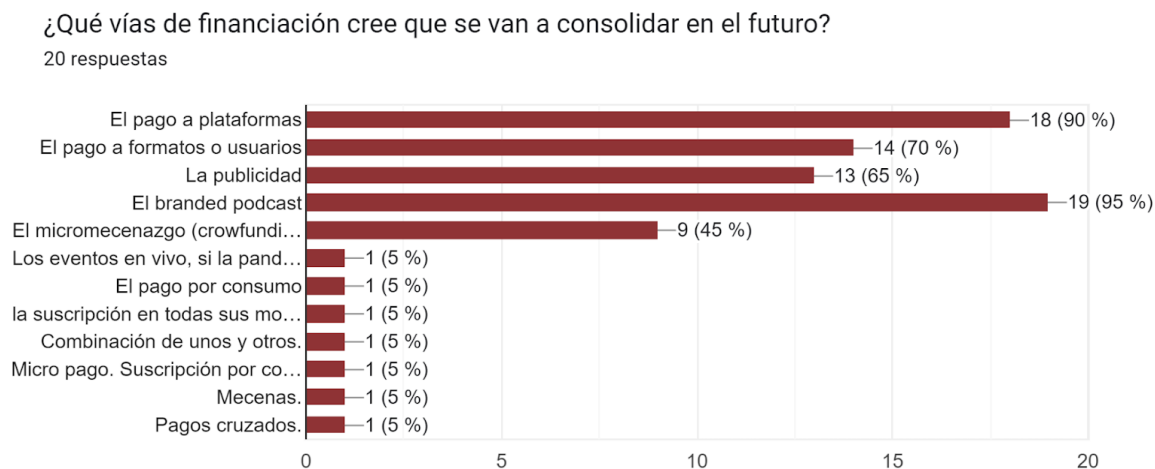


Fuente: elaboración propia

Preguntamos también a la muestra sobre las vías de financiación que se consolidarán en los próximos años. El 95% de la muestra confía en el branded podcast o podcast patrocinado como vía de financiación. El 90% se suma también a la tendencia de las plataformas de pago. El 70% sume que el paso a formatos concretos o usuarios será también

una futura vía de financiación así como que el 65% confía en la publicidad. Encontramos otras opciones que se observan en la Figura 8.

**Figura 8**



Fuente: elaboración propia

Con respecto a esta monetización el 75% de los encuestados de la Pod2022 considera que podría realizar un pago o una donación por un podcast mientras que todavía un 25 % considera que no. Esta proporción crece entre aquellos oyentes que escuchan más de cinco horas de contenidos a la semana, llegando a ser de un 80% y aquellos que escuchan más de 11 horas a la semana, donde el 90% considera que pagaría. Entre las motivaciones principales para pagar encontramos la necesidad de apoyar a los creadores, defendida por un 73%, el acceso a podcast originales, defendida por un 66% y la escucha sin publicidad que la eligen un 37%. Esta encuesta además puntualiza sobre la posibilidad de que el oyente escuche un anuncio sin adelantar el audio y el 42% de las personas encuestadas aceptan que podrían hacerlo.

El 70% de la muestra encuestada defiende que el podcasting en los últimos años aumentará exponencialmente, mientras que el 30% defiende que se mantendrá en los números actuales (2022).

Si tenemos en cuenta las variables analizadas cuantitativamente debemos preguntar a la muestra por el cambio que ellos consideran que estas han experimentado desde el año 2005 hasta el 2020 ambos incluidos. Sobre el número de oyentes toda la muestra está de acuerdo en que ha sufrido un gran cambio, el 40% considera que “ha cambiado bastante” mientras que el 60% considera que “son completamente diferentes”. Con respecto a los diferentes formatos que encontramos observamos diversidad de opiniones. El 50% considera que “ha cambiado bastante” mientras que el 25% considera que “son completamente diferentes”, el 15% que “ha cambiado algo” y el 10% que “no ha cambiado nada”. Para el 65% de la muestra las plataformas de distribución son “completamente diferentes” y para el otro 35% estas han cambiado bastante.

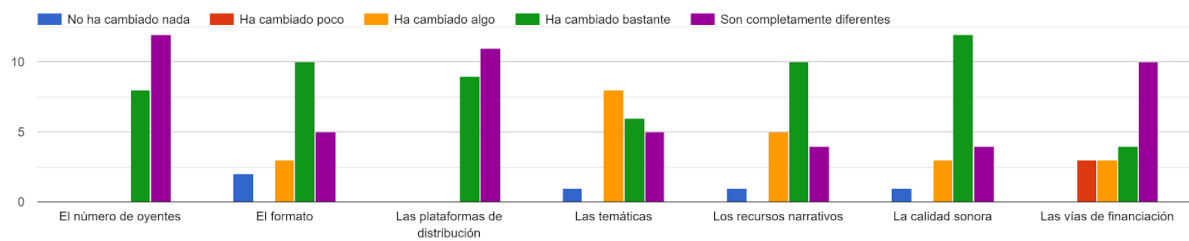
La temática supone disparidad de opiniones. El 40% considera que “ha cambiado algo”, el 30% que “ha cambiado bastante”, el 25% que “son completamente diferentes” y el 5% que no han sufrido ninguna modificación. Ocurre lo mismo con los recursos narrativos, solo un 5% considera que se han mantenido mientras que un 50% considera que “han cambiado bastante”, un 25% asume que “ha cambiado algo” y un 20% que “son completamente diferentes”.

El 60% de la muestra considera que la calidad sonora “ha cambiado bastante”, el 25% que “ha cambiado algo”, el 20% que son completamente diferentes y solo el 5% que se ha mantenido. Por último, el 50% de la muestra coincide que las vías de financiación son completamente diferentes mientras que el 20% considera que ha cambiado bastante y un 30%

considera que se “han cambiado poco” o que “ha cambiado algo” dividiendo este porcentaje entre ambas respuestas de manera equitativa. Podemos observar estos datos en la Figura 9.

**Figura 9**

Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020



Fuente: elaboración propia

Además, los entrevistados añaden otros aspectos que se han modificado como son el modelo de producción, el conocimiento de la población del podcast y la apertura a la suscripción del oyente.

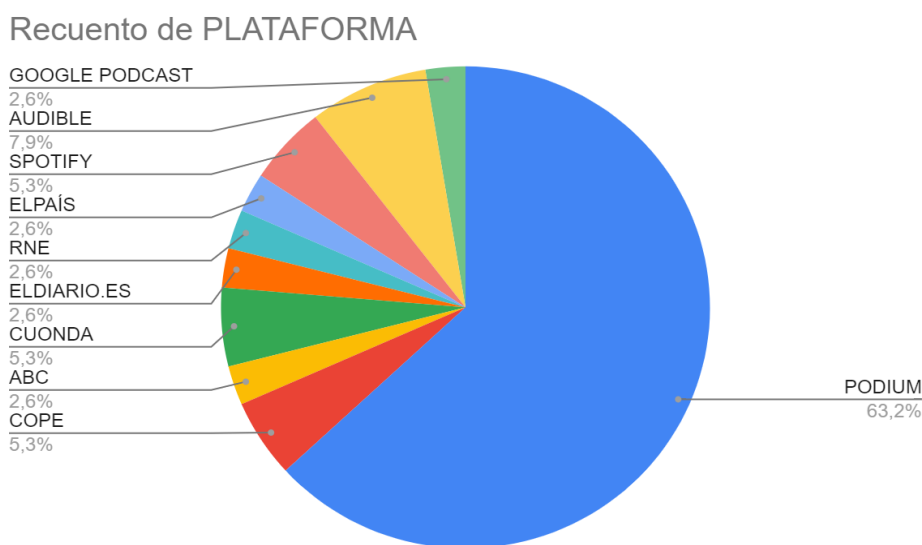
## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES**

## 5.1 Resultados

Tras el estudio empírico realizado podemos definir el podcast narrativo de no ficción a través de sus variables de formato. En primer lugar, es necesario aclarar que en total se ha realizado un análisis sobre una escucha de 96 horas, 51 minutos y 33 segundos de contenidos, dividida en 38 títulos diferentes.

Como observamos en el Gráfico 1, el 63,2% de los podcasts analizados se incluyen dentro de la plataforma *Podium Podcast*, lo que la convierte en el principal exponente de este tipo de formatos, aunque tenemos que tener en cuenta que fue la primera plataforma profesional en nacer. Encontramos una gran distancia con respecto a la segunda plataforma, *Audible*, que cuenta solo con el 7,9% de los contenidos. Es necesario aclarar que tanto *En el corredor de la Muerte* como *La línea invisible* son coproducciones de *Movistar +*.

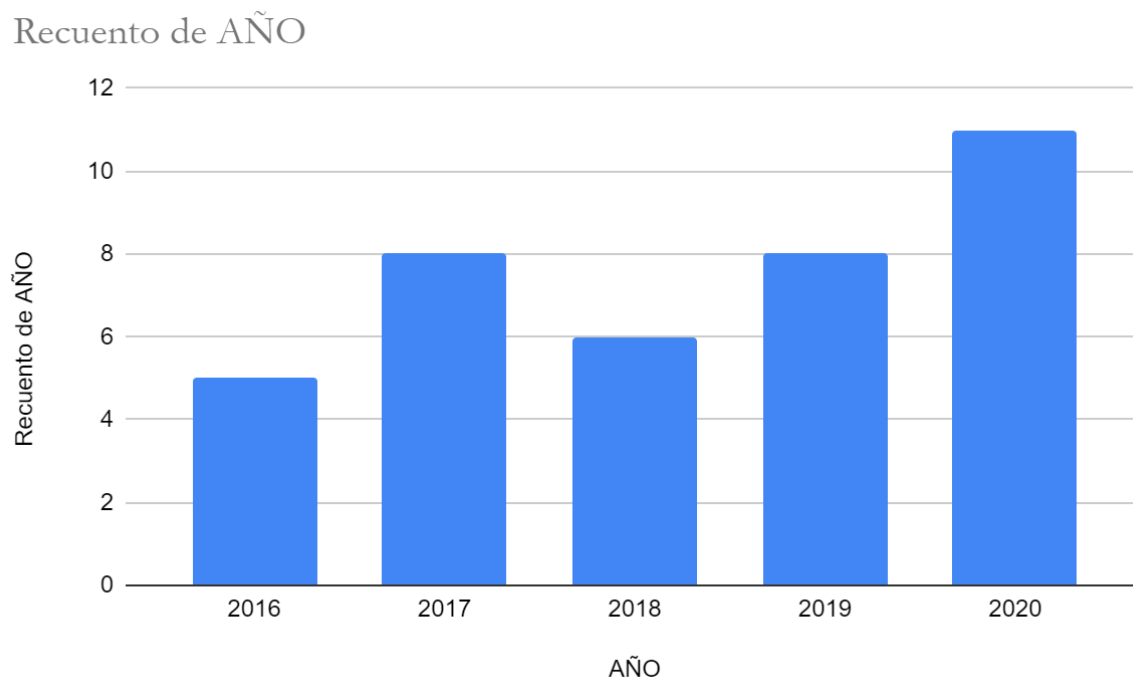
**Gráfico 1. Plataforma de distribución de los podcasts analizados**



Fuente: elaboración propia

Según el año de publicación encontramos, como se observa en el Gráfico 2, cinco formatos en 2016; ocho formatos en 2017, aunque es necesario aclarar que algunos de ellos tienen un único capítulo; seis formatos en 2018; ocho formatos en 2019 y 11 formatos en 2020.

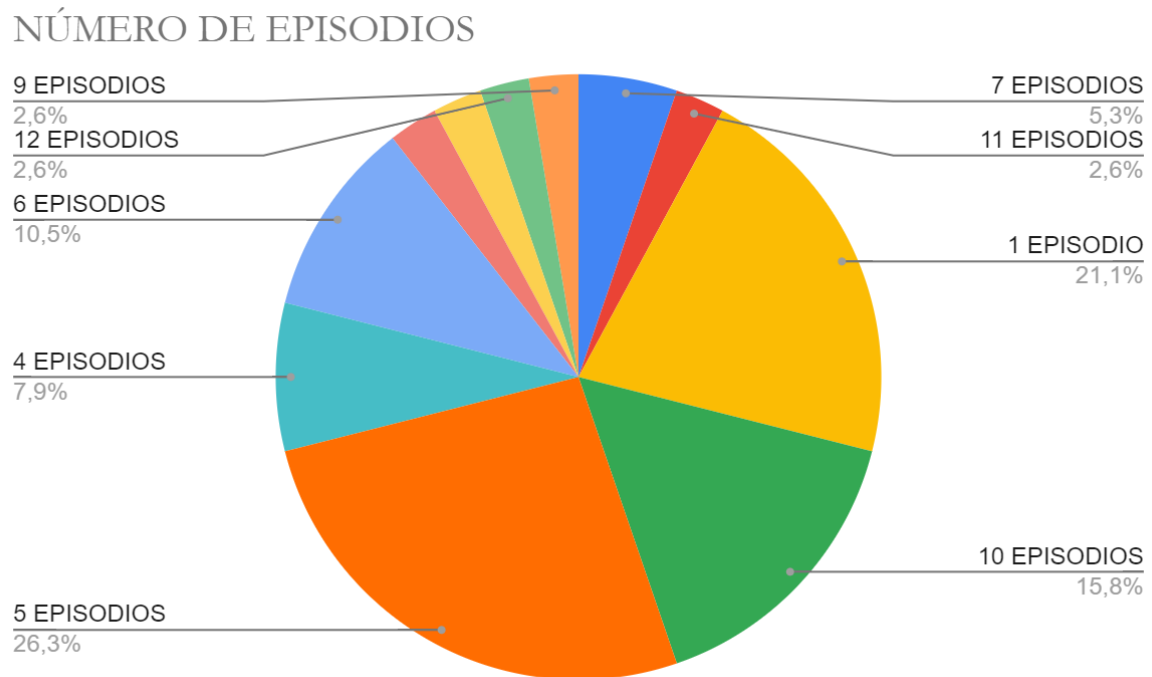
**Gráfico 2. Año de publicación de los podcasts analizados**



Fuente: elaboración propia

Con respecto al número de episodios, estos formatos tienen un promedio de seis episodios por serie. Como se observa en el Gráfico 3, el 26,3% de de los títulos tienen cinco episodios, acercándose el 21% de los títulos que tienen un único capítulo, algunos de estos formatos se incluyen dentro del podcast *Micro*, de *Podium Podcast*. Destacan también los títulos que tienen 10 capítulos, conformando estos el 15,8% del total y el 10,5% tienen seis episodios. El resto de los datos no son demasiado significativos, aunque sí cabe señalar que después de los 11 episodios saltamos a la opción de 21 episodios.

**Gráfico 3. Número de episodios de los podcasts analizados**



Fuente: elaboración propia

En los primeros años el número de episodios varía más que en los últimos años, sobre todo porque incluimos varios formatos que tienen un único capítulo, los cuales a medida que avanzamos en el tiempo desaparecen. Podemos observar esta variación en el Gráfico 4.

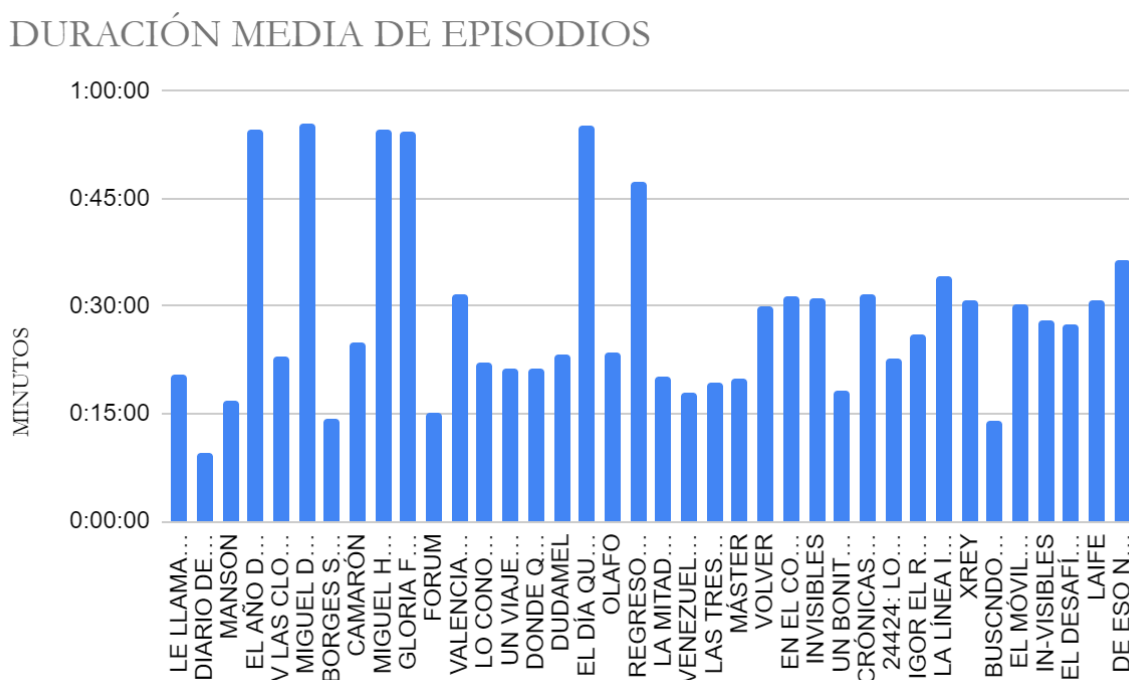
**Gráfico 4. Evolución del número de episodios de los podcasts analizados**



Fuente: elaboración propia

La duración media de los episodios es de 28 minutos y 42 segundos. Las excepciones son, como se observa en el Gráfico 5, los títulos que cuentan con un único capítulo *El año de Podium*; *Miguel de Unamuno, el intelectual que agitó a una generación*; *Miguel Hernández, viento del pueblo*; *Gloria Fuertes, poeta entre los musos*; *El día de Abdul dijo adiós a Siria* y *Regreso a las Ramblas* tienen una mayor duración.

**Gráfico 5. Duración media de los episodios de los podcasts analizados**



Fuente: elaboración propia

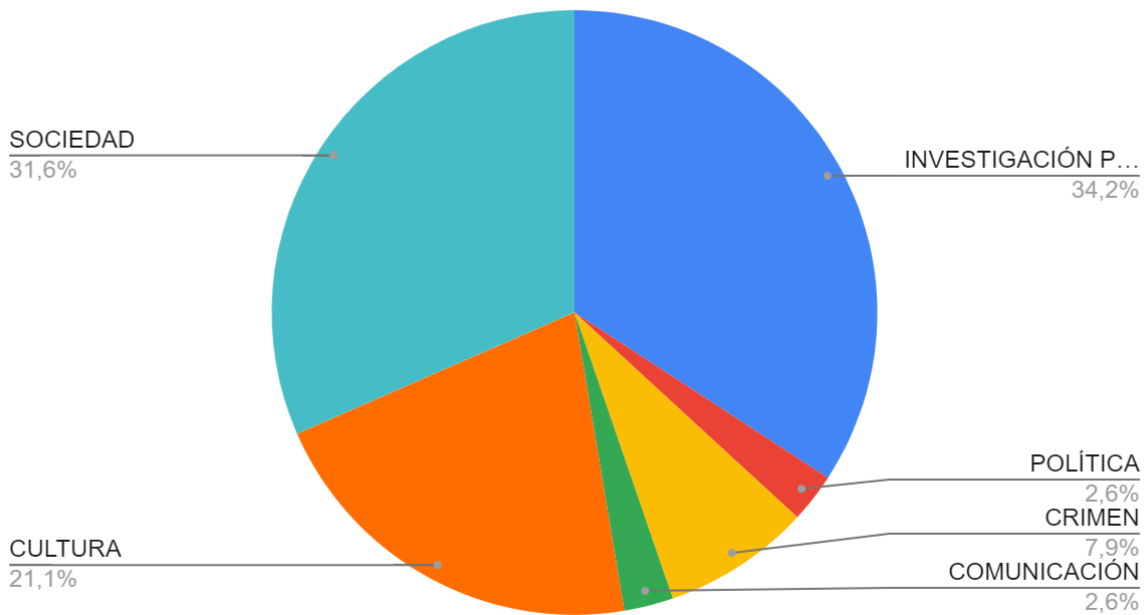
Según la Encuesta Pod2022 el 29% de los encuestados prefiere episodios que duren entre 46 minutos y una hora, el 25% episodios que duren entre 31 minutos y 45 minutos y otro 25% episodios de una duración de entre 16 y 30 minutos. Solo el 11% prefiere episodios de entre una y dos horas y solo el 7% episodios de entre seis y 15 minutos (p. 23)

Los datos analizados y representados en el Gráfico 6 nos indican que gran parte de los podcasts narrativos de no ficción presentan una temática centrada en las investigaciones periodísticas, en concreto el 34,2%, se acercan las temáticas sociales con el 31,6%. La tercera temática más habitual es aquella centrada en la cultura con un 21,1% de los títulos y el resto se divide entre crimen, política y comunicación. Decir que algunos de los títulos que se incluyen dentro de la temática de investigación periodística, también se corresponden con otras posibles temáticas como puede ser el crimen sin embargo, hemos buscado clasificarlas

dentro de aquel tema en el que se centre más. Por ejemplo, si se narran una serie de crímenes sin importar demasiado la investigación que el periodista hace, este título se clasificaría dentro de “crimen”.

### Gráfico 6. Temáticas de los podcasts analizados

#### TEMÁTICAS



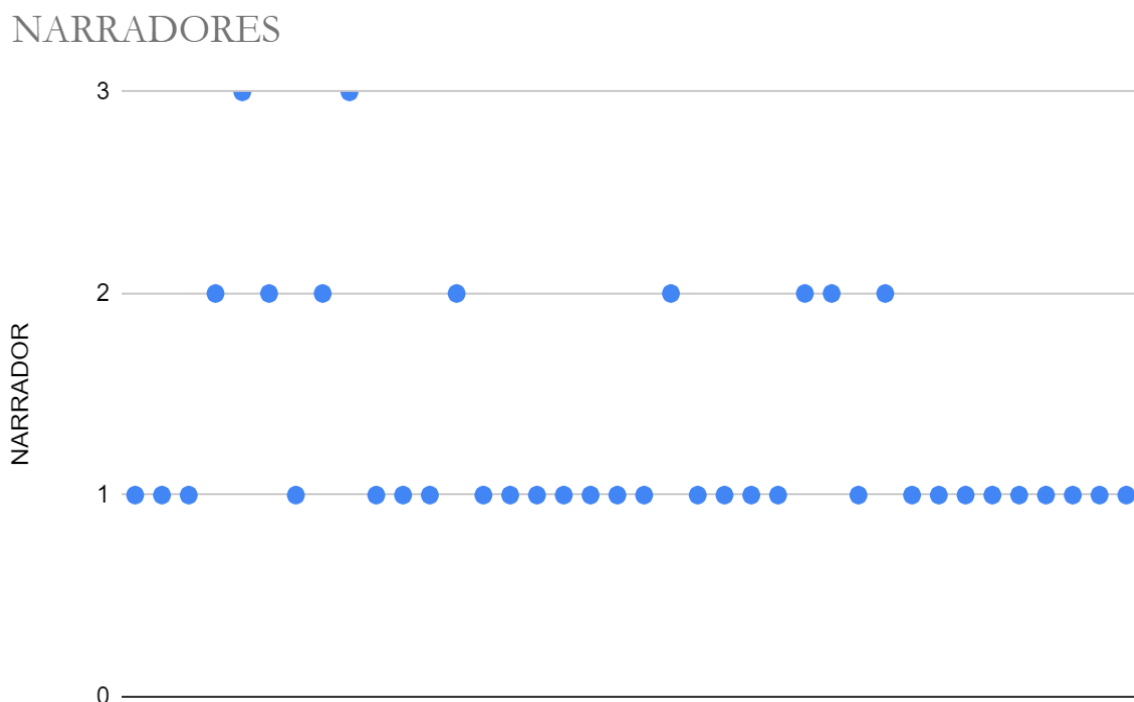
Fuente: elaboración propia

Según la encuesta Pod2022 la investigación periodística es la temática preferida de los encuestados, con un 40%. Le siguen la historia con un 38%, la comedia o el humor con un 37%%, el análisis político con un 29% y el cine y la televisión con otro 29%. (p. 30) Resaltar que si nos centramos únicamente en España y excluimos a otros países latinoamericanos, la temática preferida es la salud y el bienestar con un 49,6%, tras ella el humor con un 42,6%, seguida de la historia con un 33,8% y quedando en cuarto lugar la investigación periodística con un 32,2%.

Con respecto al equipo que está detrás de cada formato, solo encontramos seis podcasts que no contienen títulos de créditos. El resto exponen siempre la dirección y la gran mayoría también el guion y/o la autoría. En aquellos podcasts realizados por productoras o directamente por plataformas, suelen puntualizar también el diseño de sonido y la producción ejecutiva. En menor medida encontramos señaladas labores como la producción o las redes sociales.

De los podcasts analizados, el 74% presenta un único narrador, el 21% dos narradores y solo dos formatos incluyen tres narradores como se observa en el Gráfico 7. El narrador aparece de media 27 veces, con prácticamente una intervención por minuto y una duración promedia de 29 segundos. Cabe señalar que el 65,7% de estas narraciones son en primera persona.

**Gráfico 7. Número de narradores en los podcasts analizados**



Fuente: elaboración propia

La media de entrevistas realizadas es de 15 por formato. Los cortes de entrevistas son mayormente de personas implicadas, expertos en el tema y periodistas conocedores del caso. Tiene una media de 27 cortes por capítulo, estos son de una duración media de 39 segundos y aparecen un promedio de 0,9 veces por minuto.

De media encontramos siete documentos de archivo por episodio con una duración media de 20 segundos.

Las recreaciones son menos comunes, atendiendo a la media entre todos los títulos, observamos cuatro por episodio de una duración media de 16 segundos. Además, la tendencia a su utilización va a la baja como se muestra en el Gráfico 8.

**Gráfico 8. Evolución de la media de recreaciones de los podcasts analizados**



Fuente: elaboración propia

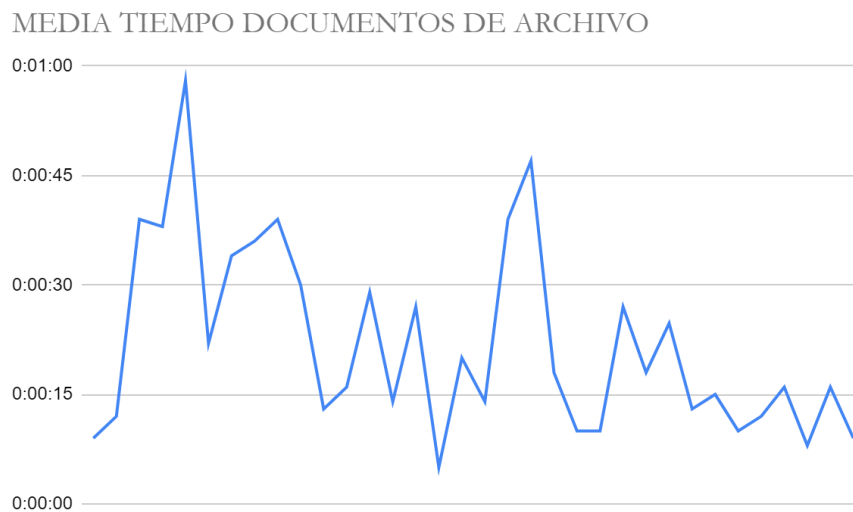
Como se observa en los Gráficos 9 y 10, en los que analizamos la duración media de los cortes de las entrevistas y de los documentos de archivo, observamos una tendencia a sonidos con duraciones más cortas.

**Gráfico 9. Evolución del tiempo de duración de los cortes de voz**



Fuente: elaboración propia

**Gráfico 10. Evolución del tiempo de duración de los documentos de archivo**

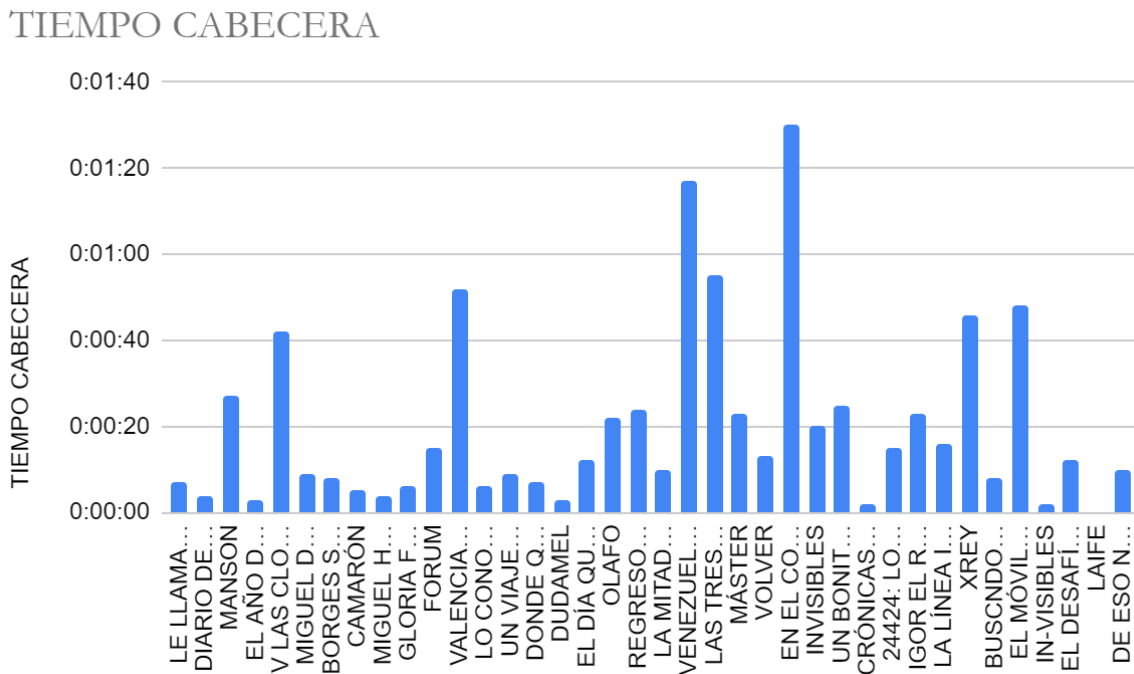


Fuente: elaboración propia

Encontramos diferentes tipos de cabeceras. Algunas de ellas son bastante extensas e incluyen documentos de archivo o cortes de entrevistas además de una voz narradora y una música identificativa y otras más sencillas que se limitan únicamente a voz de un narrador o locutor, a veces sobre silencio y otras sobre un fondo musical neutro. De media, tienen una

duración de 20 segundos. Como se observa en el Gráfico 7, observamos algunos títulos que no tienen cabecera como *Laipe* y otros cuyas cabeceras son extensas como *En el corredor de la muerte*.

**Gráfico 11. Duración de la cabecera de los podcasts analizados**



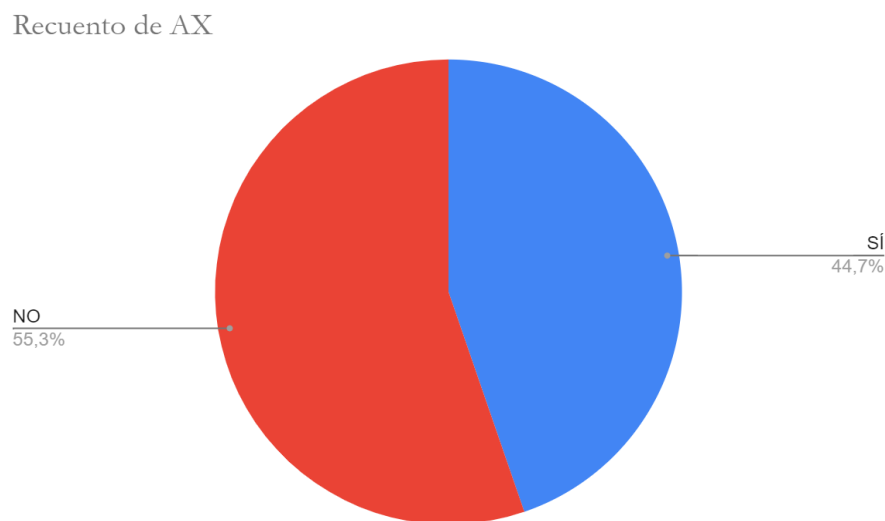
Fuente: elaboración propia

En cada episodio encontramos una media de 11 fondos musicales que aparecen y desaparecen en ráfagas, encontrando un promedio de 14 por episodio de una duración máxima de 54 segundos. Esta se incluye en el podcast de *Gloria Fuertes* debido a que ponen canciones basadas en textos de la autora. Las ráfagas de mayor duración las encontramos en canciones registradas y no en fondos musicales.

Encontramos un promedio de dos silencios por episodio. La media es baja porque el 42,1% de los formatos no utilizan los silencios como recursos narrativos.

Los efectos de audio no son tan comunes, como se observa en el Gráfico 12, el 55,3% de los formatos los incluyen mientras que el 44,7% no. Los que más se observan son reverberaciones y modificación de audio para simular situaciones como por ejemplo una llamada telefónica.

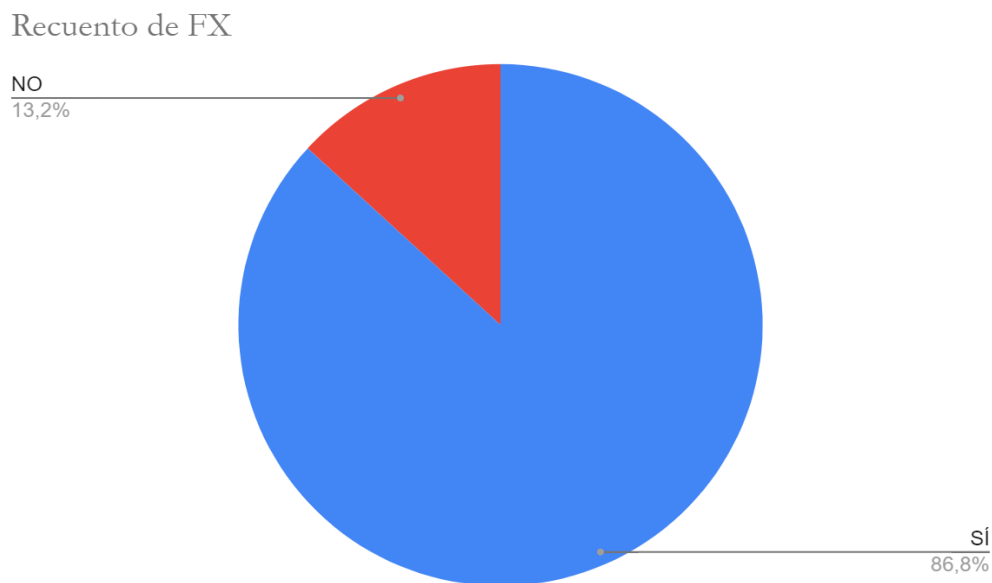
**Gráfico 12. Inclusión de efectos de audio de los podcasts analizados**



Fuente: elaboración propia

Con respecto a los efectos de sonido el 86,8% de los formatos los incluyen, como vemos en el Gráfico 13. Normalmente para recrear escenas, situaciones y ambientes que relata el narrador. En muchas ocasiones también entran por debajo de un corte de entrevista. Esto nos hace que la experiencia de escucha sea más inmersiva y que seamos capaces de imaginar los hechos de una manera más sencilla y directa. Algunos de estos efectos de sonido estarán grabados de manera real, otros muchos se grabarán con objetos que pueden simular el mismo sonido y otros estarán realizados tecnológicamente.

**Gráfico 13. Inclusión de efectos de sonido de los podcasts analizados**



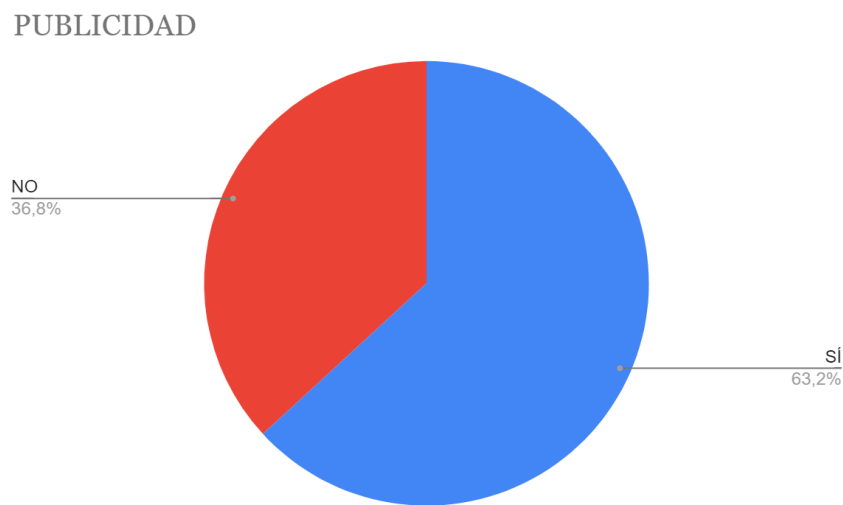
Fuente: elaboración propia

En los inicios de los episodios solemos escuchar la presentación de la plataforma en la que se aloja. Al final, gran parte de los formatos cuentan con títulos de crédito. Las categorías en las que suelen dividir estos créditos son: dirección, guion, narración, diseño sonoro o realización, producción y producción ejecutiva.

En el Gráfico 14 observamos cómo el 63,2% de los títulos cuenta con publicidad mientras que el 36,8% no tienen ningún tipo de anuncio publicitario. Tenemos que aclarar que de aquellos que no contienen publicidad, el 7,9% forma parte de una plataforma de pago, en este caso *Audible*, por lo que sí tiene una vía de financiación. Además, el 5,3% se aloja dentro de *Spotify*, que en su versión no premium sí tiene algunos anuncios. La premium por lo tanto cuenta con la aportación mensual del oyente. Por otro lado, el 15,7% de aquellos que no cuentan con publicidad están promovidos por medios de comunicación tradicionales, que a excepción de *RNE* sí obtienen beneficios de publicidad. De tal manera, eliminando el 5,3%

de los contenidos englobados dentro de la plataforma *Cuonda*, y el podcast *De eso no se habla* que se encuentra alojado en *Google Podcast* después de ganar una beca, el resto de los títulos se financian de alguna manera.

**Gráfico 14. Inclusión de publicidad de los podcasts analizados**

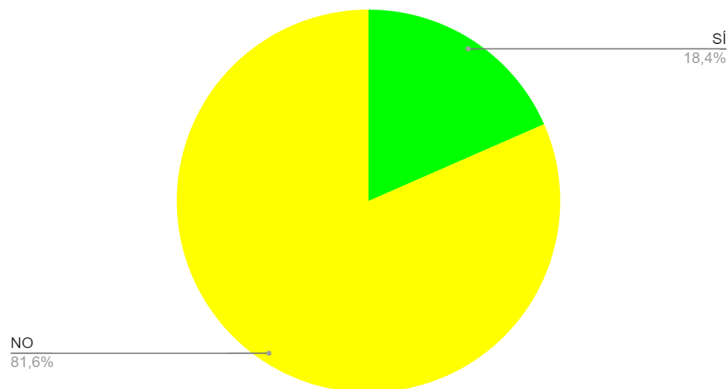


Fuente: elaboración propia

Para continuar, destacar que solo el 18,4% de los formatos incluyen redes sociales propias, como se observa en el Gráfico 15, mientras que el 81,8% se publicitan a través de otros medios como pueden ser las redes de las plataformas, del medio de comunicación al que pertenecen o de las personas implicadas en el podcast.

## Gráfico 15. Utilización de redes sociales propias de los podcasts analizados

Recuento de REDES SOCIALES PROPIAS



Fuente: elaboración propia

Puntualizar del análisis cualitativo primero que coinciden la mayoría de los autores, en concreto el 90%, que el formato podcast podríamos definirlo como continente más que como el contenido, aunque muchos de ellos se decantan por ambas definiciones. Además, si los diferentes autores tuvieran que englobarlo dentro de un género destacan el reportaje y la crónica.

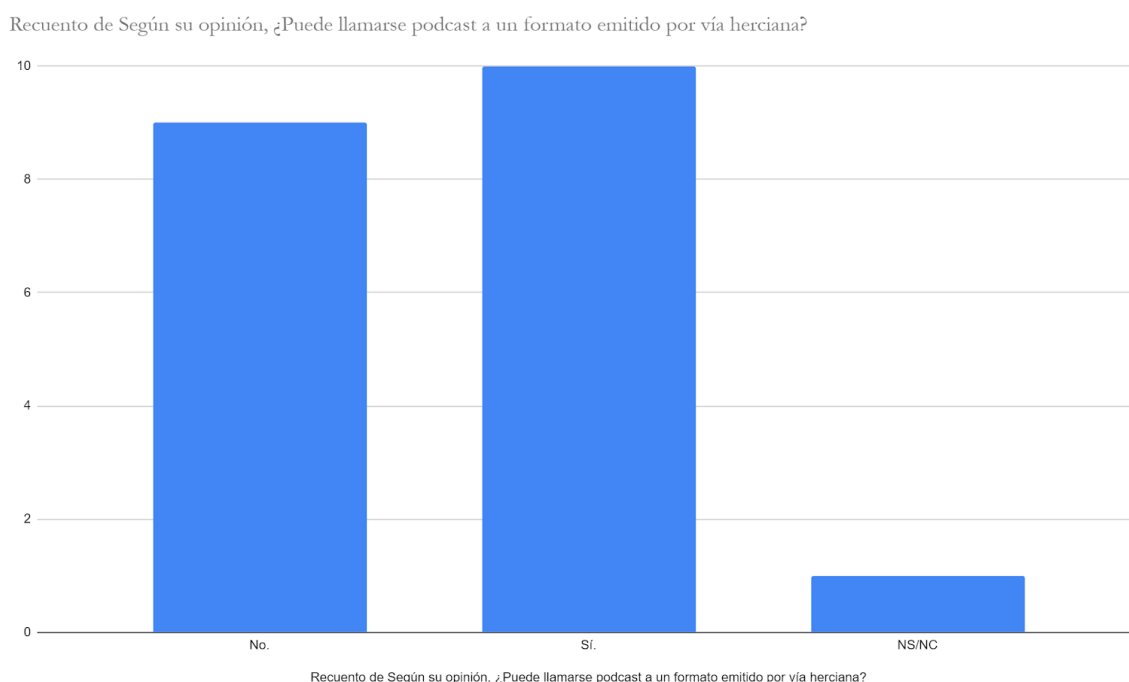
Por último, de las variables posibles que puede incluir el podcast narrativo de no ficción, el 80% considera imprescindible el cuidado de la palabra, el cómo contamos la historia y el 60% destaca también como imprescindible que se realice un proceso de investigación previo. Estas dos variables destacan por encima de las demás, en las que encontramos más discusión entre los autores y menos consenso.

## 5.2 Discusión

Antes de concluir este trabajo queremos aclarar un punto sobre el que directa o indirectamente hemos estado tratando en esta investigación, aunque no se considera el objeto de estudio principal. Nos referimos a la definición de podcasting.

Para empezar, si queremos acotar la utilización del término podcasting, podemos aclarar en este punto que el 50% de la muestra entrevistada considera que podemos definir como podcast a un formato que se ha emitido por vía herciana, como se observa en el Gráfico 16.

**Gráfico 16. Recuento del cuestionario sobre si un formato emitido por vía herciana puede llamarse podcast**



Fuente: elaboración propia

No debemos pensar en el podcasting como una sustitución a la emisión herciana, sino que debemos verla como un complemento. Si comprobamos el Estudio General de Medios,

en la segunda ola del año 2005, meses antes de que llegara el podcasting a España, la radio contaba con 21.331 oyentes diarios, en el momento de la publicación de esta investigación, octubre de 2022, la radio cuenta con 22.122 oyentes diarios. Esto podría suponer como la ampliación de contenidos de audio ha podido impactar significativamente en la escucha de la radio tradicional, aunque no existen estudios concretos sobre el caso. Sin embargo, sí podemos afirmar que a pesar del crecimiento del podcasting la radio tradicional no se ha visto perjudicada con una pérdida directa de oyentes. La radio offline sigue siendo la primera forma de consumo de radio y los datos siguen siendo insignificantes si los comparamos con la escucha tradicional. Es interesante la reflexión que realiza Sellas (2012) cuando propone que quizás deberíamos dejar de utilizar la palabra radio para hablar del audio, cuando mencionamos medios de comunicación y propone utilizar los términos “medios de audio” y “programas de audio” (p. 10)

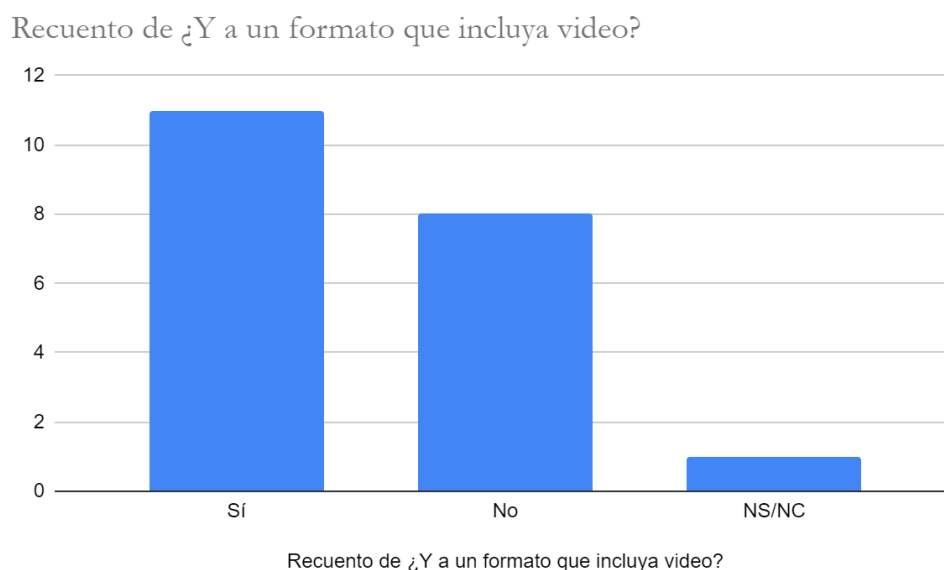
Según el Estudio General de Medios (EGM) en 2005 la penetración de internet en España era solo de un 19,7%. Hasta la fecha de esta publicación, octubre de 2022, la penetración medida en la última ola de este estudio es del 84,1%. Actualmente *YouTube* es el sitio web más utilizado por los españoles y *Spotify* ocupa el tercer lugar. Es evidente que el mundo de la comunicación se ha modificado enormemente con internet, primero fue la prensa con su inmediatez y saturación de información, después nacen las plataformas de video que destronan a la televisión y la radio ha sido la última en sumarse a este fenómeno a través del podcasting. De hecho, el podcasting no es rival de la radio en directo, los números demuestran que los oyentes mensuales de la radio han subido en los últimos años coincidiendo con la explosión del podcasting.

Debido a la expansión del término podcast hacia los contenidos radiofónicos hercianos publicados posteriormente online y debido a que el lenguaje se compone de la

recopilación de aquellas palabras cuyo uso se extiende entre la población, no consideramos necesario eliminar las repeticiones hercianas del formato a definir. Sí consideramos necesario clasificarlos entre aquellos formatos nativos digitales y aquellos que no lo son pero rechazamos la diferenciación de ambos términos.

Sin embargo, sí queremos puntualizar que, bajo nuestro criterio, aquellos podcasts ideados en formato video desde su creación y que se distribuyen a través de plataformas de vídeo como *YouTube* no deberían ser considerados podcasts sino simplemente vídeos. A pesar de que un 55% de nuestra muestra coincide en que un podcast con vídeo sí puede llamarse como tal, como vemos en el Gráfico 17. De todas formas, tenemos que tener en cuenta que muchos de los formatos que ahora triunfan como vídeos, comenzaron como podcast y posteriormente ampliaron su grabación a la audiovisual o utilizan el vídeo como herramienta para las redes sociales.

**Gráfico 17. Recuento del cuestionario sobre si un formato que incluya vídeo puede llamarse podcast**



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, el podcasting se ha definido como contenido o como continente según los autores que hemos ido desgranando en este trabajo. Como hemos observado la muestra entrevistada se acerca más a definirlo como una unión de ambas acepciones, aunque si tuvieran que decantarse por una de ellas lo consideran más cercano al continente, es decir, la forma de distribución en sí, que el contenido, es decir, lo que incluye el propio formato en su interior. En la encuesta realizada, el 40% lo definió como el continente mientras que otro 50% consideraba que se trata de ambas acepciones. Además, argumenta parte de la muestra que es necesario prestar atención a la forma de distribución y de recepción, dos variables que surgen durante este debate. Algunos autores (Nacho Gallego, Raúl Domingo de Blas) nombran una posibilidad que hemos querido puntualizar en este trabajo y es que el podcasting se trate de un medio de comunicación ya que toma variables propias de la radio, al ser este el medio sonoro por excelencia, pero creando nuevos formatos. De esta manera, podríamos definir el podcasting como medio de comunicación online sonoro y englobaría todo tipo de formatos. Esto solucionaría el debate entre contenido o continente ya que, por ejemplo, la televisión o la prensa escrita son contenido y continente al ser medios de comunicación. Si el podcasting es el medio, el podcast sería entonces un formato sonoro contenedor de información publicado online a través de una página web o una plataforma.

Definíamos también, el podcasting como audio más sindicalización y analizábamos si realmente es importante o no la descarga del contenido para nombrarlo como tal. Según la Encuesta Pod2022 el 82% de los encuestados escuchan podcast vía streaming mientras que solo el 18% descarga previamente el contenido. Esto demuestra que la necesidad de puntualizar en la descarga ha quedado totalmente obsoleta después de la mejora de las redes de internet. En esta misma encuesta analizan la red de datos que utiliza cada oyente y

puntualizan que el 68% de los encuestados utiliza red wifi; el 68% 4G y el 22% 5G. El 6% restante utiliza todavía 3G (p. 15).

Otro punto de discusión es el triunfo del podcasting en nuestro país. Según la encuesta Pod2022 la mayor parte de las personas encuestadas comenzaron a escuchar podcast durante los años 2019 y 2020, periodo que coincide con las medidas de prevención de la COVID-19, como argumentan en las conclusiones de la propia encuesta, en total un 38,9 %. El dato baja al 6,5% en el 2021, sin embargo, se mantiene alto en el año 2018 con un 16,3%. Además, el hecho de que fuera tan alto en el año 2019, de un 18,4%, solo un punto y medio por debajo del año 2020 nos hace pensar que la COVID-19 no fue la única causa de este aumento. Según nuestra muestra encuestada otras opciones que se suman a esta pueden ser el lanzamiento de nuevas plataformas dedicadas al podcasting, aunque como hemos analizado la mayoría de ellas entran en juego en el 2020, o el avance de las tecnologías. Tampoco destacan los datos de uso de redes sociales en los años 2018 y 2019 por encima de la media, como muestran los datos que facilitan las propias redes como *Twitter* o *Instagram* ni llegaron a España podcasts destacados que provienen de América Latina o Estados Unidos. Todo ello nos lleva a concluir que pudieron ser estas diferentes aportaciones una suma completa para conseguir el triunfo del podcast en España.

### **5.3 Conclusiones**

Resolviendo las hipótesis planteadas podemos puntualizar las siguientes conclusiones:

1. Que el podcast narrativo de no ficción y sus variables lo convierten en un formato propio y que creemos que aquellas personas más afines a este formato serían capaces de reconocerlos en la emisión herciana. Es un formato que ha tomado prestadas la mayoría de las principales variables del documental radiofónico, así como otras

características de formatos como puede ser la crónica escrita latinoamericana y la radionovela. Proponemos además otro término extendido entre los trabajadores del sector del podcasting que sería podcast documental.

2. En el año 2016, cuando aparece el primer podcast narrativo de no ficción, encontramos cinco títulos; en el año 2017, ocho títulos, algunos de ellos de un único capítulo, por lo que requieren una producción menor; en el 2018 seis títulos; en el 2019 ocho títulos, todos ellos en formato serie de varios episodios y en el año 2020 observamos 11 títulos. A partir de ahí comienza a extenderse el formato y las plataformas que surgen, así como las que ya encontrábamos, dedican tiempo y presupuesto a estos formatos, que, en la mayoría de los casos, lo que ofrece es reconocimiento y no tantos beneficios económicos. Como podemos observar se trata de un formato que está al alza a pesar de su alto coste de producción comparado con otros formatos como pueden ser las entrevistas o los podcasts conversacionales.
3. En total entre los años 2004 y 2020 encontramos 38 formatos que podemos reconocer como podcasts narrativos de no ficción. El primero de ellos aparece en el año 2016 de la mano de la plataforma *Podium Podcast*, que además hasta 2020 acumulaba el 63,2% de estos formatos.
4. *Le llamaban padre* es el primer podcast narrativo de no ficción ya que es el primero que cumple con las premisas aquí propuestas como son el cuidado del lenguaje, el proceso de investigación previo, la presencia del autor en el texto, la subdivisión de la historia en episodios y que hablemos de un hecho noticioso. Hemos observado a lo largo de este trabajo que no todas estas variables son imprescindibles, pero que sí deberían darse varias de ellas en un formato para que lo englobemos como narrativo

de no ficción. Destacamos, además, que las variables más importantes son el proceso de investigación que rodea al formato y la utilización de un lenguaje cuidado similar al literario. Observamos que la cercanía con la literatura no se limita únicamente a las palabras, sino que es muy importante en el desarrollo de los acontecimientos y toma gran distancia con respecto a los textos periodísticos. Mientras el periodista busca la estrategia conocida como pirámide invertida para narrar los hechos, es decir, desengranando los hechos más importantes al inicio, en los textos literarios los autores se toman el tiempo de contextualizar, narrar de manera cronológica e incluso incluyen saltos temporales no justificados. Además, se narra la atmósfera, algo que en el caso concreto del audio es muy importante y se ayuda con el diseño sonoro, ya sea con ambientes, con efectos o con fondos musicales.

5. Mientras que los efectos de sonido son muy comunes, estando en cerca del 87% de los formatos, los efectos de audio, al menos reconocibles por el usuario medio, no son tan habituales, solo los encontramos en cerca del 45% de los formatos. Sí incluyen todos ellos fondos musicales, un recurso imprescindible, observando una media de 12 fondos por episodio, que si lo dividimos entre el tiempo de cada uno de ellos observamos que se suele utilizar el fondo durante 2 minutos y 30 segundos. Con respecto a los silencios, aún no parecen haber calado en el formato ya que el 42% de los títulos no los utilizan y otros muchos, el 24%, lo hacen de forma muy puntual, es decir, menos de dos veces en cada episodio. Sí se utilizan las ráfagas, encontrando un promedio de 14 por episodio, es decir, una cada 2 minutos.
6. Consideramos importante además la extensión, ya sea a través de diferentes episodios o con la presentación de un episodio de larga duración, similar al documental audiovisual. La tendencia de este tipo de formatos es a presentar la información

dividida en diferentes episodios, cinco capítulos en concreto es la fórmula más extendida y en el caso de contener un único capítulo la duración suele rondar la hora. A excepción de *El Desafío: ETA*, que contiene 21 episodios, desde mediados de 2018 y hasta finales de 2020 el número de episodios se concentra entre cinco y 10.

7. La media de duración de estos episodios es de 24 minutos y 19 segundos. Este dato lo hemos obtenido realizando el promedio de duración de cada título que incluye más de un episodio.
8. La temática que destaca es la investigación periodística, por ello el 97,2% de los narradores son periodistas y el 52,6% incluye además el desarrollo de la propia investigación dentro del podcast. La fórmula más utilizada es la de un único narrador.
9. Destaca entre los títulos de créditos que en el 66,7% de las veces el director, guionista y el narrador de la historia son la misma persona.
10. La duración de los cortes de entrevistas es mayor que la duración de las intervenciones del narrador. El narrador, sin embargo, aparece más veces, por lo que concluimos que sus intervenciones son más cortas y constantes.
11. Solo el 5% de los formatos no incluye documentos de archivo mientras que las recreaciones son menos comunes ya que el 26% de los formatos no presenta recreaciones.
12. Verificamos además la hipótesis que demuestra que las variables del podcast narrativo de no ficción han evolucionado de manera que los formatos ahora son más dinámicos ya que los cortes de entrevistas o de archivo evolucionan hacia menores duraciones. Otra parte de esta hipótesis hablaba de que a medida que hemos avanzado en el

tiempo encontramos más documentos sonoros en los formatos. Aunque hemos validado que cada vez son más dinámicos y que tienen una duración menor no podemos dar por válida esta parte de la hipótesis ya que no encontramos resultados concluyentes.

13. Con respecto a la utilización de los recursos narrativos, de los 38 formatos analizados solo tres no incluyen un narrador como tal, sino que utilizan los cortes de entrevistas de alguno de los protagonistas. Observamos entonces la importancia de un narrador en este formato, así como de los cortes de voz, ya que, solo uno de ellos, *Buscando una luz*, no incluye entrevistas propiamente dichas. No podemos dar un número de entrevistas realizadas porque depende de la investigación.
14. Solo un formato no incluye cabecera, y esta se divide sobre todo entre aquellas que incluyen la voz del narrador o de un locutor externo anunciando el título del podcast y del episodio y aquellas más elaboradas que incluyen elementos como cortes de entrevistas o documentos de archivo. El 63% de los formatos incluye una cabecera con una duración menor a 20 segundos, que es el tiempo medio de esta si realizamos el promedio entre todos los formatos que tenemos.
15. Observamos además que gran parte de los formatos, el 81,6% no tiene redes sociales propias por lo que la publicidad en redes de los diferentes contenidos se realiza desde las redes sociales de las propias plataformas, de los medios de comunicación que los producen o desde las redes de los autores.
16. Con respecto a la publicidad, observamos como las plataformas son todavía reacias a compartir sus datos de consumo por lo que es prácticamente imposible conocer el alcance de estos formatos. Esto hace que la presencia de patrocinadores y de

publicidad sea muy complicada ya que lo primero que solicitan son datos de audiencia y estos normalmente no se comparten. El podcasting tiene un duro camino por delante en el tema de la financiación. Actualmente aquellos podcasters que se lucran con sus formatos se han limitado a colgarlos en una plataforma en exclusiva, como es el caso de Joe Rogan o hasta octubre de 2022 *Lo que tu digas* de Alex Fidalgo. Este formato nació de manera independiente para después ser fichado por la plataforma *Podimo* y se colgaba allí de manera gratuita, hasta que el 3 de octubre de 2022 anunció que dejaría de estar en exclusiva en *Podimo*, a pesar de que estaba en su versión gratuita, y volvería a todas las plataformas. Precisamente las plataformas de pago como son *Podimo*, *Audible* o más recientemente *Sonora*, buscan financiación más allá de la propia suscripción de los oyentes y ninguna está aún abierta a la publicidad. Sí lo está *Podium*, que al estar englobada dentro del *PRISA* comparte con el aglomerado de comunicación ciertos departamentos como puede ser el comercial y que se encarga de incluir anuncios en los formatos o de realizar podcast patrocinados o branded podcasts. Además, observamos como en el vídeo la publicidad está cada vez más cerca después de que plataformas como *Netflix* o *HBO* ya hayan abierto la posibilidad de incluir cuentas en las que se muestre publicidad. Por todo ello, en unos años, la industria del audio espera una normalización del pago a plataformas o incluso a usuarios como puede ocurrir en redes sociales como *Twitch*. Observamos por lo tanto que es un formato con bastante libertad y capacidad de expansión ya que, aunque existen plataformas de pago cuyos contenidos están cerrados, la gran mayoría de podcast de este estilo los encontramos de manera gratuita. De hecho, ciertas plataformas que pueden funcionar como productoras, véase el caso de *Podium Podcast*, incluso permiten que sus formatos, por los que han pagado a sus creadores,

se expandan más allá de su aplicación y su página web y los encontramos en otras aplicaciones como *Google Podcast* o *Spotify*.

17. Después del estudio realizado se ha observado la publicación de otros muchos formatos de este estilo, naciendo incluso una nueva plataforma en el 2022 centrada en este formato. De nombre Sonora y con la participación de Atresmedia presenta a fecha de noviembre de 2022 el 97% de los contenidos de no ficción divididos de manera episódica.

## **REFERENCIAS**

ABC *La Mitad del mundo* (s.f)

<https://www.abc.es/voz/podcast/la-mitad-del-mundo/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

Alaejos, M. D. L. P. P., y Merayo, A. L. (2013). *Entre ondas y bits: el podcasting en las redes nacionales de radio españolas*. *Comunicaçao Midiática*, 8(3), 13. Por su investigación sobre la situación del podcast en las emisoras españolas.

Albertos, J. L. M. (1992). *El lenguaje periodístico ante el neologismo*. In *El neologismo necesario* (pp. 73-112). Fundación EFE.

Álvarez, Á. P. (2013). *Manuel Chaves Nogales y el nuevo periodismo*. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (23).

Amoedo Avelino, Vara-Miguel Alfonso, Negrodo Samuel, Moreno, Elsa (2019) *El 39% de los internautas en España escucha 'podcast'” en Digital News Report*. Recuperado el 26 de marzo de 2019 de <https://www.digitalnewsreport.es/2019/el-39-de-los-internautas-en-espana-escucha-podcast/>.

Arun, S., & Naidu, S. (2012). *Design and implementation of automatic meter reading system using GSM, ZIGBEE through GPRS*. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 2(5).

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). (2019) *Marco General de los Medios en España*.

Audible (s.f) *El móvil de Mendes*

<https://www.audible.es/pd/El-Movil-de-Mendes-Audiolibro/B08K3LM3XR>

Audible (s.f) *El Desafío: ETA*

<https://www.audible.es/pd/El-Desafio-ETA-Audiolibro/B08LMGPZ4R>

Audible (s.f.) *Laife* <https://www.audible.es/pd/Laife-Podcast/B08QMVPVBN>

Ayala Montealegre, E. H. (2021). *El formato podcast y las posibilidades de las narrativas transmedia*.

Ayllón García, J. , y Castañera Puche, S. (2013). *La radio online. Definición, evolución y tendencias*. Nuevos tiempos para la industria radiofónica en España., 97.

Azurin Astorga, A. A., Ñaupas Ortega, A. M., y Rodríguez Ulloa, K. F. (2015) *El proceso de creación de los podcasts narrativos como recursos periodísticos en Perulogía*.

Barnes, L. (2007). *Podcasting for Profit*. Maximum Press.

Bell, D. (1976, May). *The coming of the post-industrial society*. In The Educational Forum (Vol. 40, No. 4, pp. 574-579). Taylor y Francis Group.

Bernal, S., y Chillón, L. A. (1985). *Periodismo informativo de creación*. Barcelona.

Berry, R. (2006). *Will the iPod kill the radio star?* Profiling podcasting as radio. *Convergence*, 12(2), 143-162.

Berry, Richard (2015) *Serial and Ten years of Podcasting: Has The Medium Finally Grown Up*. In: *Radio, Sound and Internet*. LASICS, Braga, Portugal, pp. 299309. ISBN 9789898600370

Beauvoir, Charlotte de. (2015) *El documental radiofónico en la era digital: nuevas tendencias en los mundos anglófono y francófono*. *Razón y Palabra*, núm. 91, septiembre-noviembre, Universidad de los Hemisferios. Quito, Ecuador

- Beauvoir, C. de (2018). *Manifiesto para la renovación de la narrativa sonora de no ficción en español*. Historias, terrenos y aulas: la narrativa sonora en español desde dentro. Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Blanco, S. (2006). *El podcast: situación actual en el mundo hispano hablante*. Universidad de Málaga, XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación.
- Blanco Hernández, M., López Rivero, A. J., Rodero Antón, E., y Corredera de Colsa, L. E. (2013). *Evolución del conocimiento y consumo de podcasts en España e Iberoamérica*. Blanquerna School of Communication and International Relations, (33).
- Bolós, C. E. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros* (Vol. 4). Comunicación Social.
- Bonet, M. (2011). *La radio digital, estándares tecnológicos y plataformas de distribución*. Portal Comunicación. com, (29).
- Bonet, M. (2017). *¿Qué hay de nuevo, radio? Claves para un análisis sobre el futuro de la radio española desde el constructivismo social de la tecnología*. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 4(7), 14-21.
- Bonini, T. (2015). *The 'second age' of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium*. Quaderns del CAC, 41(18), 21-30. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/281207319\\_The\\_Second\\_Age\\_of\\_Podcastin\\_g\\_reframing\\_podcasting\\_as\\_a\\_new\\_digital\\_mass\\_medium](https://www.researchgate.net/publication/281207319_The_Second_Age_of_Podcastin_g_reframing_podcasting_as_a_new_digital_mass_medium) (Visto 23 de marzo de 2019)

- Borrat, H. (1989). *El periódico, actor del sistema político*. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, (12), 067-80.
- Burgh, H. de (2008). *Investigative journalism*. Routledge.
- Cabero Almenara, J., Morales Lozano, J. A., Barroso Osuna, J. M., Fernández Batanero, J. M., Romero Tena, R., Román Graván, P., Llorente Cejudo, M.C y Ballesteros Regaña, C. (2010). *Análisis de centros de recursos de producción de las TIC de las universidades españolas*. Revista de Educación, 351, 237-257.
- Cabeza de Vaca Ruiz, C. (2019). *El podcast en la actualidad: clasificación temática de los podcasts* [Trabajo de fin de grado en comunicación audiovisual, Universidad de Sevilla]
- Camino Marcet, J. M. (1997). *Periodismo de investigación: teoría y práctica*. España: Síntesis.
- Campbell, G. (2005). *Podcasting in education*. Educause review, 40(6), 32-47.
- Cao Fernández, J. (2019). *No eres tú, es mi suscripción. Netflix, HBO y Amazon Prime Video: la transformación social del visionado de contenidos*.
- Castells, Manuel. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). siglo XXI.
- Castells, Manuel. (2000, October). *Internet y la sociedad red*. In Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya (Vol. 7, pp. 1-13).

- Castells, Manuel. (2002) *La dimensión cultural de Internet*, Universitat Oberta de Catalunya.  
Recuperado el 26 de marzo de 2019.
- Castells, M., y Chemla, P. (2001). *La galaxia internet*.
- Castells, P. (2003). *La web semántica. Sistemas interactivos y colaborativos en la web*, 195-212. Por su análisis de la web 2.0.
- Cea Esteruelas, M. N. (2016). *Modelo comunicativo de la ciberradio: estudio de las principales emisoras europeas*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 2016, 22 (2).
- Cebrián Herreros, M. (2001). *La radio en la convergencia mundial*.
- Cebrián Herreros, M. (2007). *Modelos de radio, desarrollo e innovaciones: del diálogo y participación a la interactividad*. Editorial Fragua.
- Cebrián Herreros, M. (2008). *La Web 2.0 como red social de comunicación e información*. Estudios sobre el mensaje periodístico, 14, 345-361.
- Cebrián Herreros, M. (2009). *Expansión de la ciberradio*. Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, 6 (1), 11-23.
- Clarke, C. G., Nnajiuba, U., Howie, J., Khan, M., Pinto dos Santos, D., & Ranschaert, E. (2020). *Giving radiologists a voice: a review of podcasts in radiology*. Insights into Imaging, 11(1), 1-9.
- Cobo Romani, J. C. (2009). *El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento*. Zer: Revista de estudios de comunicación, 14(27).

Conde, M. J. G., y Santamaría, C. S. (2012). *Los podcasting, distribuidores automatizados de contenidos sonoros*. Orígenes, práctica y significado radiofónico. *TecCom Studies: Estudios de Tecnología y Comunicación*, (4), 416-424.

Contreras Zuloaga, D. A., Lavilla Ruiz, A., Pinedo Fernandez, A. M., y Velasquez Salvatierra, C. A. (2021). *Retrovisor Podcast: El formato testimonial para hacer memoria a través del podcast periodístico*.

COPE (s.f.) *El día que Abdul dijo adiós a Siria* <https://sinmiidentidad.cope.es/ocurrio/>

COPE (s.f.) *Regreso a las Ramblas* <https://sinmiidentidad.cope.es/ocurrio/>

Cordeiro, P. (2012). *Radio becoming r@dio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective*. *Participations*, 9(2), 492-510.

Correyero Ruiz, B., y Baladrón Pazos, A. (2007). *El Podcasting en los medios de comunicación españoles*. *Presente y futuro de la comunicación digital*, 154-169.

Cuonda (s.f.) *IN-VISIBLES* <https://cuonda.com/in-visibles>

Cuonda (s.f.) *El Teléfono Rojo* <https://cuonda.com/el-telefono-rojo>

*De eso no se habla* (s.f.) <https://deesonosehabla.com/>

Deal, Ashley, P. (2009). *A teaching with technology white paper*. Collaborative Tools.

Delménico, M. et al. (2020). *El podcast y el desafío de repensar lo radiofónico*.

*Question/Cuestión*, 2(66).

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6335>

Díaz Noci, J., y Meso Ayerdi, K. (1997). *Medios de comunicación en Internet*. Anaya Multimedia

- DIGINATIVEMEDIA. *Cibermedios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias.* (2019-2021)
- Dowling, D. O., y Miller, K. J. (2019). *Immersive audio storytelling: Podcasting and serial documentary in the digital publishing industry.* Journal of Radio y Audio Media, 26(1), 167-184.
- Drucker, P. F. (1969). *The knowledge society.* New Society, 13(343), 629-631.
- El Diario (10 de junio de 2019) *Máster*  
[https://www.eldiario.es/sociedad/caso-cifuentes-cristina-cifuentes-podcast-investigacion\\_1\\_1512380.html](https://www.eldiario.es/sociedad/caso-cifuentes-cristina-cifuentes-podcast-investigacion_1_1512380.html)
- El País (s.f.) *24424: Lo que nos jugamos en Bankia*  
<https://elpais.com/especiales/2020/caso-bankia/>
- Evans, C. (2008). *The effectiveness of m-learning in the form of podcast revision lectures in higher education.* Computers y education, 50(2), 491-498.
- Farkas, B. G. (2006). *Secrets of podcasting: Audio blogging for the masses.* Peachpit Press.
- Fernandez, V., Simo, P., y Sallan, J. M. (2009). *Podcasting: A new technological tool to facilitate good practice in higher education.* Computers y education, 53(2), 385-392.
- Fernandez Muñoz, R. (2005) *Marco conceptual de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación.* Universidad de Castilla-La Mancha, España.
- Franquet, R. (2003). *La radio ante la digitalización: renovarse en la incertidumbre. Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación.* Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa, 139-160.

- Franquet Calvet, R. (2008). *Radio digital en España: incertidumbres tecnológicas y amenazas al pluralismo*. Laboratorio de Alternativas.
- Frigola, J., Grané, M., y Bartolomé, A. (2007). *Distribuyendo información bajo demanda, el Podcasting*. In Trabajo presentado en el Congreso Internacional Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), Santiago de Compostela. Recuperado de <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/348.pdf>.
- Gallego Pérez, J. I. (2012). *La audiencia en la radio: viejos roles, nuevas funciones. Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*. Instituto RTVE.
- García, M. E. G., Estebán, L. M. P., y Nuñez, J. M. G. L. (2019). *Periodismo radiofónico en el entorno online: el podcast narrativo*. In *La transformación digital de la radio* (pp. 131-150).
- García Galindo, J. A., y Cuartero Naranjo, A. (2016). *La crónica en el periodismo narrativo en español*. Revista FAMECOS-Mídia, Cultura e Tecnologia, 23.
- García Marín, D. (2016). *Podcasting y transmedia: el transcasing*.
- García-Marín, D. (2019). *La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español*. Estudios sobre el mensaje periodístico, 25(1), 181.
- Geoghegan, M. W., y Klass, D. (2005). *Podcast solutions*. Apress.
- González, A., Gisbert, M., y Guillen, A. (1996). *Hacia una definición de TIC*. EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa. España: Universidad de las Islas Baleares.

- González, M. Julia; Salgado, Carmen. (2009) *Redes de participación e intercambios en la radio pública: los podcasting*. Comunicar, vol. XVII, núm. 33, pp. 45-54. Grupo Comunicar. Huelva, España.
- GREER (Groupe de recherches et d'études sur la radio) (2009). *Dynamiques contemporaines du documentaire radiophonique* (transcripción de seminario).
- Hammersley Ben (12 de febrero de 2004) *Audible Revolution*. *The Guardian*.  
<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- Las tres Muertes de mi Padre* (s.f.) <https://lastresmuertesdemipadre.com/>
- Lavastida-López, Z., & Almeida-Cruz, Y. (2009). *Propuesta de un modelo para el intercambio automático de información en redes P2P*
- 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*.
- Linares de Palomar, R. y Neira Borrajo, E. (2017) *Serial, El Programa Radiofónico Que Resucitó El Podcasting*, en Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria 17 (1), 73-82. <http://dx.doi.org/10.5209/ARAB.53356>
- Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (Eds.). (2018). *Podcasting: New aural cultures and digital media*. Springer.
- López Vidales, N., y Gómez Rubio, L. (2014). *Nuevos hábitos de los jóvenes españoles y tendencias de futuro en el consumo de radio y televisión/New habits of Spanish youth and future trends in the use of radio and television*. Historia y comunicación social, 19, 327.

- Lopez, D. C., y Homssi, A. M. (2021). *Cuando se encuentran cultura fan y podcasting: las nuevas relaciones con la audiencia en O Caso Evandro*. Hipertext. net, (23), 93-103.
- López Vidales, N., y González Aldea, P. (2014). *Audioblogs y Tvblogs, herramientas para el aprendizaje colaborativo en Periodismo*. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación.
- Luengas Restrepo, M. (2012). *Gatopardo como un ejemplo del nuevo periodismo en México*.
- Lvovich, L. (2009). *Lo radiofónico. Aportes al estudios de sus potencialidades*. Facultad de Ciencias Política y Relaciones Internacionales. Universidad Nacional de Rosario. Maestría en Diseño de Estrategias de Comunicación.
- Hernández, J. R., & Fernandez, E. A. O. (2022). *El uso de pódcast en los medios impresos españoles*. In *Comunicación y pluralidad en un contexto divergente* (pp. 721-743). Dykinson.
- Hoyos, A. M., Del Pino, C. M., González, A. M., y Azcurrain, L. Y. M. *La crisis y la radio en España*. Nuevos tiempos para la industria radiofónica en España., 6.
- Jenkins, H., y Deuze, M. (2008). *Editorial convergence culture*.
- Johnson, M. (1971) *The new Journalism, The underground Press, the Artist or Nonfiction, and Change in the Established Media*. University Press of Kansas, Lawrence (Kansas), E.U.A.
- Mack, S., y Ratcliffe, M. (2007). *Podcasting bible*. Wiley.

- Markman, K. M. (2015). *Considerations—Reflections and future research. Everything old is new again: podcasting as radio's revival*. *Journal of Radio y Audio Media*, 22(2), 240-243.
- Martín Álvarez, F. J. (2015). *El podcasting en la enseñanza de las lenguas extranjeras*.
- Martín Matos, J. A. (2017). *V, las cloacas del Estado: periodismo de investigación, ficción y dramatización para una nueva narrativa on line*. *Periodismo narrativo y nuevos escenarios de comunicación*.
- Martínez Albertos, J. L. (1978). *La noticia y los comunicadores públicos*. Pirámide.
- Martínez-Costa, M. D. P. (2001). *Reinventar la radio*. Pamplona: Ediciones Eunate.
- Martínez-Costa, Pérez, M. D. P. (2004). *La radio digital en Europa: perspectivas y evolución*. *Quaderns del CAC*, (18), 3-12.
- Martínez-Costa, M. P. (2015). *Radio y nuevas narrativas: de la crossradio a la transradio*. In *Radio, sound and internet proceedings of Net Station International Conference* (pp. 168-187). Por sus innovaciones sobre la transradio y la crossradio.
- 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. Estudio de caso: 'Sin mi identidad'(Cadena COPE), 'Lo conocí en un Corpus'(Podium Podcast) y 'Las tres muertes de mi padre'(Cuonda)*.
- Masuda, Y. (1981). *The information society as post-industrial society*. World Future Society.

- McHugh, S. (2016). *How podcasting is changing the audio storytelling genre*. *Radio Journal: International Studies in Broadcast y Audio Media*, 14(1), 65-82
- Mead, R. (2018). *How Podcasts became a seductive—and sometimes slippery mode of storytelling*. *New Yorker*, 19.
- Meda, M. (2012) *La experiencia de la Red de medios Comunitarios de España: la batalla de la ciudadanía por el medio radiofónico* en Leiva, M. T. G. *Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*. instituto RTVE.
- Moreno Cazalla, L. (2017). *Podium Podcast, cuando el podcasting tiene acento español*. *Prisma social*, (18), 334-364.
- Moreno Espinosa, P., y Román-San-Miguel, A. (2020). *Podcasting y periodismo. Del periodismo radiofónico de inmediatez a la información radiofónica de calidad*.
- Morris, T., y Terra, E. (2005). *Podcasting for dummies*. John Wiley y Sons.Sobrino.
- Nee Rebecca C. y Santana Arthur D. (2021): *Podcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus*, *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2021.1882874
- NÚÑEZ, A., GARCÍA LÓPEZ, J., y LÓPEZ, Á. (2013). *El consumo de la radio online frente a la radio convencional en España*. Pérez, J. Coordinador. *Estamos en el aire*, 50-75.
- Ortiz-Sobrino, M. Á. (2012). *Radio y post-radio en España: Una cohabitación necesaria y posible*. *Área Abierta*, 12(2).

Ortiz-Sobrino, M. A. (2017): *De la post-radio convergente a la radio híbrida*. En Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, vol. 4, número 7, pp. 1-5.

Pascual, Juan Antonio (2019): *El podcasting en España: de espejo de las radios a formato de éxito*. Consultado en:  
<https://computerhoy.com/reportajes/entretenimiento/podcasting-espana-espejo-radios-formato-exito-351773>

Pedrero-Esteban, Luis-Miguel (2022). *La renovación digital del relato informativo sonoro: el auge del podcast narrativo*. Blog El periscopio. Máster de innovación en periodismo. Universidad Miguel Hernández. Consultado en:  
<https://mip.umh.es/blog/2022/01/18/la-renovacion-digital-del-relato-informativo-sonoro-el-auge-del-podcast-narrativo>

Perez, D. A. (2005). *Análisis de requerimiento de QoS sobre redes IP Multicast* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata).

Pérez de Pedro, J. (2010). Podcasting: tú tienes la palabra.

Pérez, J. F. H., y Díaz, M. Á. M. (2017). *Nuevos modelos de consumo audiovisual: los efectos del binge-watching sobre los jóvenes universitarios*. adComunica, 201-221.

Pérez, J. I. G. (2006). *El Podcasting en España, del uso privado a las grandes emisoras*. Razón y palabra, (49), 52.

Pérez-Alaejos, M., Pedrero-Esteban, L. M., y Leoz-Aizpuru, A. (2018). *La oferta nativa de podcast en la radio comercial española: contenidos, géneros y tendencias*. Fonseca, 17, 91-106.

Petrini, M. (2017). *Nuevas pantallas, nuevos espectadores. Los prosumidores en el marco de la ecología de los medios*. La Escalera-Anuario de la Facultad de Arte, (27), 105-122.

Peñafiel, C. (2004). *Cara y cruz de la radio digital en España*. Quaderns del CAC, Consell de l'audiovisual de Catalunya (18) eneroabril, 13-22.

Piñeiro-Otero, Teresa; Pedrero-Esteban, Luis-Miguel (2022). *Audio communication in the face of the renaissance of digital audio*. Profesional de la información, v. 31, n. 5, e310507. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.0>

Pittman, M., y Sheehan, K. (2015). *Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix*. First Monday.

Podium Podcast (s.f.) *Buscando una luz*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/buscando-una-luz-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Crónicas Jondas*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/cronicas-jondas-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Diario de un naufragio*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/diario-de-un-naufragio-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Donde quiera que estés*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/dondequiera-que-estes-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *En el corredor de la muerte*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/en-el-corredor-de-la-muerte-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Encuádrate*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/encuadrata-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Igor el Ruso*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/igor-el-ruso-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Invisibles*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/invisibles-podcast-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Le Llamaban padre*

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

Podium Podcast (s.f.) *Lo conocí en un corpus*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/lo-conoci-en-un-corpus-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Los sonidos de Dudamel*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/los-sonidos-de-dudamel-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Micro.*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/micro-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Negra y Criminal*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/negra-y-criminal-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Nómadas*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/nomadas-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Olafo*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/olafo-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Policiales Argentinos*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/policiales-argentinos-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Solaris*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/solaris-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Una novela criminal*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/una-novela-criminal-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *V: Las cloacas del Estado*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/v-las-cloacas-del-estado-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *València Destroy*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/valencia-destroy-podium-os/>

Podium Podcast (s.f.) *Venezuela: huir o morir*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/venezuela-huir-o-morir-podium-os/#:~:text=La%20migraci%C3%B3n%20venezolana%2C%20una%20historia,temperaturas%20glaciales%2C%20agresiones%2C%20muertes%2C>

Podium Podcast (s.f.) *Volver: Cinco historias de la crisis catalana*

<https://www.podiumpodcast.com/podcasts/volver-cinco-historias-sobre-la-crisis-catalana-podium-os/>

Puerta, A. (2011). *El periodismo narrativo o una manera de dejar huella de una sociedad en una época*. Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, 9(18).

Ramos-Ruiz, Álvaro (2015) *Radio herciana vs. Radio en Internet: Un análisis comparativo*. Opción, vol.31, núm. 4, 2015, pp 758-774. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

Randall, M. (1992). *¿Qué es, y cómo se hace un testimonio?* Revista de crítica literaria latinoamericana, 18(36), 23-47.

Reig, R. (2000). *Periodismo de investigación y pseudoperiodismo: Realidades, deseos y falacias*. Ediciones Libertarias.

Resumen General de Resultados EGM 2004. 3º Año Móvil.

<https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/resumen-general-resultados-egm-2000-2007/>

Resumen General de Resultados EGM 2005. 1º Año Móvil.

<https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/resumen-general-resultados-egm-2000-2007/>

Resumen General de Resultados EGM 2005. 2º Año Móvil.

<https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/resumen-general-resultados-egm-2000-2007/>

Resumen General de Resultados EGM 2005. 3º Año Móvil.

<https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/resumen-general-resultados-egm-2000-2007/>

Resumen General de Resultados EGM 2006

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2007

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2008

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2009

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2010

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2011

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2012

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2013

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2014

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2015

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2016

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2017

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2018

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2019

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2020

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2021

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Resumen General de Resultados EGM 2022

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Roose, K. (2014). *What's behind the great podcast renaissance*. *New York Magazine*, 30.

Roszak, T. (1988). *El culto a la información*. Barcelona: Crítica.

RTVE (s.f.) *Un bonito cadáver* <https://www.rtve.es/play/audios/un-bonito-cadaver/>

Ruiz Martínez, Ángela; Salgado Santamaría, María del Carmen (2022) *El podcast narrativo de no ficción: la crónica sonora y sus posibles variantes*. Universidad Complutense de Madrid. Publicado en: *Investigaciones de nuevo cuño en la Academia* (número 26 de la colección), primera edición (pp. 312-324). Coordinada por Ricardo Curto Rodríguez, Eloy López Meneses y Rosa María Torres Valdés. ISBN: 978-84-1124-330-8. Colección Nueva Academia. Editorial Thomson Reuters Aranzadi

Salaverría, R. (2017). *Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación*.

Salaverría Aliaga, R., Martínez-Costas Pérez, M. D. P., & Breiner, J. (2018). *Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo*. *Revista latina de comunicación social*, (73), 1034-1053.

Salaverría-Aliaga, R., Cores, R., Díaz-Noci, J., Meso-Ayerdi, K., & Larrondo-Ureta, A. (2004). *Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y navarra*.

Salgado, C. (2003). *Nuevas narrativas para la ciberradio*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Salgado, C. (2010). *Nuevas narrativas para la ciberradio*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Sánchez Aarnoutse, J. C. J., Manzanares López, P., Malgosa Sanahuja, J. M., García Haro, J., y Cerdán Cartagena, J. F. (2004). *Tecnología Multicast para entornos empresariales*.

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*.

Sellas, T. (2011). *El podcasting: la (r) evolución sonora* (Vol. 41). Editorial UOC.

Sellas, T. (2012). *A two-dimensional approach to the study of podcasting in Spanish talk radio stations*. *Radio journal: International studies in broadcast y audio media*, 10(1), 7-22.

Silva Robles, C., Jiménez-Marín, G., y Elías Zambrano, R. (2012). *De la sociedad de la información a la sociedad digital. Web 2.0 y redes sociales en el panorama mediático actual*. *Revista F@ ro*, 15, pp. 14.

*Sonora, Investigación para una nueva plataforma de audio* (junio 2021). Facilitada por los socios fundadores de la plataforma para este trabajo de investigación.

Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury Publishing USA.

Spotify (s.f.) *La línea invisible* <https://open.spotify.com/show/194bOy6llp4Oa9BRmF0CIG>

Spotify (s.f.) *XREY* <https://open.spotify.com/show/43tAQjl2IVMzGoX3TcmQyL>

- Tapia López, A. (2016). *La radio en el otro lado del tiempo*.
- Tenorio, I. (2012). *La nueva radio: manual completo del radiofonista 2.0*. Marcombo.
- Torre, A. (2008). *Un abordaje científico y sistémico al periodismo de investigación*. Tram [p] as de la Comunicación y la Cultura.
- Valdecabres, L. R. (2012). *Radio y arte sonoro: ¿ es posible la integración?* . In *Sintonizando el futuro: radio y producción sonora en el siglo XXI* (pp. 239-257). Instituto RTVE.
- Videla Rodríguez, José Juan y Piñeiro-Otero, Teresa (2017): *La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. Hacia un consumo híbrido*, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23 (2), 1437-1455.
- Velasco Rodrigo, A. F. (2007) *Análisis descriptivo de las tecnologías al servicio del podcasting*.
- Walch, R., y Lafferty, M. (2006). *Tricks of the podcasting masters*. Que Publishing.
- Winocur, R. (2007). *La participación en la radio: una posibilidad negociada de ampliación del espacio público*. *Razón y palabra*, (55).
- Wolfe, T., y Guarner, J. L. (1976). *El nuevo periodismo*.
- Yuste, B. (2010). *Twitter, el nuevo aliado del periodista*. *Cuadernos de periodistas*, (21), 86-90.

# APÉNDICES

## Apéndice A. Tabla de variables

Primera parte:

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
LE LLAMABAN PADRE	EP01	7 EPISODIOS	0:23:38	0:20:28	2:23:17	2016	PODIUM	1	26,29	1,3	0:00:13	4	39,43	1,9	0:00:17	0,57	0:00:09	0		
	EP02		0:20:23															29	41	0
	EP03		0:20:21															32	41	1
	EP04		0:19:23															23	43	1
	EP05		0:20:07															25	37	0
	EP06		0:19:05															19	35	1
	EP07		0:20:20															17	40	1

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
DIARIO DE UN NAUFRAGIO	EP01	11 EPISODIOS	0:09:59	0:09:27	1:43:58	2016	PODIUM	1	12	10,00	1	0:00:15	28	14	8,09	0,9	0:00:29	10	11,73	0:00:12
	EP02		0:08:28						8					9				9		
	EP03		0:09:32						9					8				11		
	EP04		0:10:05						7					6				17		
	EP05		0:11:40						12					11				12		
	EP06		0:08:31						9					8				12		
	EP07		0:08:10						10					8				8		
	EP08		0:08:42						11					7				14		
	EP09		0:10:34						13					5				16		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP10		0:08:37						10					7				9		
	EP11		0:09:40						9					6				11		
MANSON	EP01	1 EPISODIO	0:16:53	0:16:53	0:16:53	2016	PODIUM	1	13	13,00	0,8	0:00:27	0	0	0,00	0	0	10	10,00	0:00:39
EL AÑO DE PODIUM	EP01	1 EPISODIO	0:54:46	0:54:46	0:54:46	2016	PODIUM	2	54	54,00	1	0:00:17	9	36	36,00	0,6	0:00:23	30	30,00	0:00:38
V LAS CLOACAS	EP01	10 EPISODIOS	0:20:56	0:22:54	3:48:58	2016	PODIUM	1	15	18,40	0,8	0:00:45	14	5	4,60	0,2	0:01:20	9	14,60	0:00:58
	EP02		0:24:20						19					7				11		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP03		0:20:46						19					7				14		
	EP04		0:20:56						21					4				11		
	EP05		0:21:54						22					3				16		
	EP06		0:19:45						17					6				22		
	EP07		0:24:41						18					2				16		
	EP08		0:28:58						21					0				18		
	EP09		0:23:12						20					1				21		
	EP10		0:23:30						12					11				8		
MIGUEL DE UNAMUNO	EP01	1 EPIS	0:55:35	0:55:35	0:55:35	2017	PODIUM	3	58	58,00	1	0:00:16	8	43	43,00	0.8	0:00:41	5	5,00	0:00:22

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
		ODIO																		
BORGES SEGÚN BORGES	EP01	5 EPISODIOS	0:14:32	0:14:26	1:12:11	2017	PODIUM	2	15	12,40	0,86	0:00:31	2	2	4,20	0,3	0:01:59	4	3,80	0:00:34
	EP02		0:12:44						11					2				3		
	EP03		0:09:56						11					0				5		
	EP04		0:18:23						12					9				3		
	EP05		0:16:36						13					8				4		
CAMARÓN	EP01	4 EPISODIOS	0:24:56	0:24:57	1:39:49	2017	PODIUM	1	16	15,00	0,6	0:00:15	13	6	6,25	0,24	0:01:28	12	10,75	0:00:36
	EP02		0:24:03						12					5				7		
	EP03		0:22:35						13					6				10		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP04		0:28:15						19					8				14		
MIGUEL HERNÁNDEZ	EP01	1 EPISODIO	0:54:35	0:54:35	0:54:35	2017	PODIUM	2	49	49,00	0,9	0:00:20	9	33	33,00	0,6	0:00:34	1	1,00	0:00:39
GLORIA FUERTES	EP01	1 EPISODIO	0:54:35	0:54:17	0:54:17	2017	PODIUM	3	25	26,00	0,5	0:00:18	13	44	44,00	0,8	0:00:16	15	15,00	0:00:30
FORUM	EP01	5 EPISODIOS	0:16:36	0:15:05	1:15:25	2017	PODIUM	1	11	10,60	0,7	0:00:34	8	7	13,20	0,9	0:00:21	22	5,80	0:00:13
	EP02		0:14:40						11					14				0		
	EP03		0:14:29						9					16				0		
	EP04		0:15:00						13					14				5		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
	EP05		0:14:40						9					15				2			
VALENCIA DESTROY		10 EPISODIOS																			
	EP01		0:30:18						57						51				3		
	EP02		0:31:09						58						50				1		
	EP03		0:30:50						69						51				0		
	EP04		0:27:40	0:31:37	5:16:12	2017	PODIUM	2	69,50	2,2	0:00:14	31	43	49,00	1,6	0:00:13	4	1,50	0:00:16		
	EP05		0:31:43						68						40				0		
	EP06		0:31:47						74						45				3		
	EP07		0:32:10						70						46				0		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO			
	EP08		0:33:29					77					49				3					
	EP09		0:31:55					65					55				0					
	EP10		0:35:11					80					60				1					
LO CONOCÍ EN UN CORPUS	EP01	4 EPISODIOS	0:25:10	0:22:05	1:28:20	2017	PODIUM	1	15,00	0,6	0:00:24	14			0,45	0:00:41		2,75	0:00:29			
	EP02		0:22:53																	10	10	1
	EP03		0:21:22																	10	11	1
	EP04		0:18:55																	8	11	5
																					9,75	

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO															
UN VIAJE A LA FINAL IMPOSIBLE	EP01	1 EPISODIO	0:21:23	0:21:23	0:21:23	2018	PODIUM	1	30	30,00	1,4	0:00:13	1	28	28,00	1,30	0:00:21	11	11,00	0:00:14															
DONDE QUIERA QUE ESTÉS	EP01	5 EPISODIOS	0:26:49	0:21:16	1:46:21	2018	PODIUM	1	27	19,60	0,95	0:00:33	15	23	12,20	0,6	0:00:35	8	8,40	0:00:27															
	EP02		0:05:34						23					3																					
	EP03		0:17:57						11					3				7																	
	EP04		0:29:15						22					1				21																	
	EP05		0:26:46						15					11				3																	

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
DUDAMEL	EP01	4 EPISODIOS	0:25:31	0:23:21	1:33:25	2018	PODIUM	1	2	1,00	0,04	0:02:06	8	6	5,00	0,2	0:02:38	0	0,00	0
	EP02		0:23:15						0					6				0		
	EP03		0:24:21						0					5				0		
	EP04		0:20:18						2					3				0		
EL DÍA QUE ABDULDIJO ADIOS A SIRIA	EP01	1 EPISODIO	0:55:19	0:55:19	0:55:19	2018	COPE	1	45	45,00	0,8	0:00:21	11	53	53,00	0,96	0:00:36	13	13,00	0:00:05

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
OLAFO	EP01	5 EPISODIOS	0:21:17	0:23:39	1:58:13	2018	PODIUM	1	13	23,20	0,96	0:00:44	16	3	13,60	0,6	0:00:24	9	4,80	0:00:20
	EP02		0:27:27						25					12				4		
	EP03		0:23:45						27					16				1		
	EP04		0:20:36						22					15				4		
	EP05		0:25:08						29					22				6		
REGRESO A LAS RAMBLAS		1 EPISODIO		0:47:17	0:47:17	2018	COPE	1	16	16,00	0,34	0:00:15	17	74	74,00	1,6	0:00:30	3	3,00	0:00:14

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
LA MITAD DEL MUNDO	EP01	10 EPISODIOS	0:21:55	0:20:17	3:22:45	2019	ABC	1	22	19,90	1	0:00:16	5	18	21,60	1,1	0:00:29	0	0,30	0
	EP01		0:22:03						22					26				0		
	EP03		0:22:18						29					15				0		
	EP04		0:19:09						18					22				1		
	EP05		0:22:55						17					21				0		
	EP06		0:22:38						23					19				2		
	EP07		0:19:28						14					30				0		
	EP08		0:16:00						16					16				0		
	EP09		0:17:53						18					24				0		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
	EP10		0:18:26						20					25				0			
VENEZUELA HUIR O MORIR		10 EPISODIOS																			
	EP01		0:12:37						14						13				0		
	EP02		0:14:28						13						13				1		
	EP03		0:18:36						8						7				0		
	EP04		0:23:51	0:18:03	3:00:27	2019	PODIUM	2	11,70	0,6	0:00:32	64	9,10	0,5	0:00:22				0	2,10	0:00:39
	EP05		0:16:19						9						8				0		
	EP06		0:29:28						16						11				7		
	EP07		0:15:03						9						8				0		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	ARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP08		0:20:46						16					3				13		
	EP09		0:16:46						11					9				0		
	EP10		0:12:33						9					8				0		
LAS TRES MUERTES DE MI PADRE	EP01	5 EPISODIOS	0:00:28	0:19:20	1:37:09	2019	CUONDA	1		10,60	1,2	0:00:52	6		7,80	0,4	0:01:25		0,80	0:00:47
	EP02		0:17:57						8					6				1		
	EP03		0:21:02						12					9				0		
	EP04		0:18:54						12					9				0		
	EP05		0:19:48						10					8				1		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
	EP06		0:19:00						11					7				2			
MÁSTER		5 EPISODIOS																			
	EP01		0:18:20						22						18				14		
	EP02		0:17:29						14						6				14		
	EP03		0:17:33	0:19:58	1:39:51	2019	<a href="#">ELDIARIO.ES</a>	1	16	17,80	0,9	0:00:28	11	10	11,20	0,55	0:00:21	8	17,00	0:00:18	
	EP04		0:21:19						16						16				17		
	EP05		0:25:10						21						6				32		
VOLVER		5 EPIS		0:29:57	2:29:47	2019	PODIUM	1		57,40	1,9	0:00:12	5		45,60	1,5	0:00:14		19,60	0:00:10	

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
	EP01	ODIOS	0:30:34						59					51				14			
	EP02		0:30:51						61						39				23		
	EP03		0:28:07						57						46				20		
	EP04		0:28:07						53						44				19		
	EP05		0:32:08						57						48				22		
EN EL CORREDOR DE LA MUERTE	EP01	5 EPISODIOS	0:28:46	0:31:18	2:50:20	2019	PODIUM	1	22,00	25,20	0,70	0:00:34	7	17,00	20,00	0,60	0:00:35	0	0,60	0	
	EP02		0:31:04						22,00					21,00				0			

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP03		0:30:39						23,00					20,00				3		
	EP04		0:34:42						25,00					22,00				0		
	EP05		0:45:09						34,00					0,00				0		
INVISIBLES	EP01	10 EPISODIOS	0:29:20	0:31:16	5:12:35	2019	PODIUM	2	6	9,30	0,3	0:00:13	4	35	36,90	1,2	0:00:27	3	5,80	0:00:10
	EP02		0:36:21						10					38				6		
	EP03		0:31:58						8					41				3		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP04		0:28:18						8					35				5		
	EP05		0:29:12						8					30				11		
	EP06		0:24:16						6					28				3		
	EP07		0:26:07						6					26				4		
	EP08		0:38:20						15					45				7		
	EP09		0:34:58						12					47				9		
	EP10		0:33:45						14					44				7		
UN BONITO CADÁVER		7 EPISODIOS		0:18:08	2:06:59	2019	RNE	2		14,14	0,7	0:00:15	4			1,2				
	EP01		0:21:20						14											

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP02		0:13:35						12					15				3		
	EP03		0:18:49						14					22				2		
	EP04		0:12:31						11					13				2		
	EP05		0:18:25						16					19				3		
	EP06		0:18:40						15					17				1		
	EP07		0:23:39						17					22				2		
															24,88		0:00:27		3,63	0:00:27
CRÓNICAS JONDAS		6 EPISODIOS		0:31:37	3:09:43	2020	PODIUM	1		24,00	0,8	0:00:32	23		7,00	0,23	0:01:05		1,33	0:00:18
	EP01		0:29:44						22					7				0		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP02		0:38:43						25					10				2		
	EP03		0:31:13						23					8				1		
	EP04		0:31:40						28					9				5		
	EP05		0:27:33						20					0				0		
	EP06		0:30:50						26					8				0		
24424: LO QUE NOS JUGAMOS EN BANKIA	EP01	6 EPISODIOS	0:20:10	0:22:49	2:16:54	2020	ELPAÍS	2	26	26,17	1,1	0:00:22	10	4	6,33	0,3	0:00:40	17	12,67	0:00:10
	EP02		0:19:51						21					6				12		
	EP03		0:24:41						30					6				14		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
	EP04		0:22:53						27					5				13			
	EP05		0:21:42						18					4				13			
	EP06		0:27:37						35					13				7			
IGOR EL RUSO		5 EPISODIOS	2:11:02	0:26:12	2:11:02	2020	PODIUM	1	96		0,7	0:00:43			14,60	0,6	0:00:55	15	3,00	0:00:25	
	EP01		0:21:36						16									14			0
	EP02		0:21:01						15									10			4
	EP03		0:28:23						19									16			2
	EP04		0:25:05						23									15			6

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	ARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP05		0:34:57						23					18				3		
										19,20										
LA LÍNEA INVISIBLE	EP01	6 EPISODIOS	0:31:37	0:34:08	3:02:34	2020	SPOTIFY	1	29	18,80	0,56	0:00:32	31	94	88,80	2,6	0:00:26	0	0,00	0
	EP02		0:30:21						14					83				0		
	EP03		0:33:33						15					78				0		
	EP04		0:32:31						14					92				0		
	EP05		0:42:40						22					97				0		
	EP06		0:11:52																	

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
XREY	EP01	10 EPISODIOS	0:19:02	0:30:55	5:09:05	2020	SPOTIFY	1	21	22,20	0,7	0:00:21	31	12	13,60	0,45	0:00:36	23	17,80	0:00:13	
	EP02		0:21:55						12					22							12
	EP03		0:28:33						17					11							14
	EP04		0:30:30						21					12							23
	EP05		0:34:44						32					10							12
	EP06		0:35:10						19					8							20
	EP07		0:32:56						30					23							13

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP08		0:32:13						19					5				20		
	EP09		0:32:03						20					8				23		
	EP10		0:41:59						31					25				26		
BUSCANDO UNA LUZ	EP01	6 EPISODIOS	0:13:00	0:14:10	1:24:59	2020	PODIUM	1	6	6,50	0,5	0:02:07	2	0	0,67	0,05	0:00:22	3	2,50	0:00:15
EP02	0:12:25		8						1					3						
EP03	0:12:07		7						0					2						
EP04	0:15:15		6						1					4						

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
	EP05		0:16:44					7					0				1			
	EP06		0:15:28					5					2				2			
EL MÓVIL DE MENDES		5 EPISODIOS	3:42:35	0:30:12	3:42:35	2020	AUDIBLE	1	42,20	0,82	0:00:24	25	23,80	0,5	0:00:25	21	0:00:12			
	EP01		0:41:34															48	30	17
	EP02		0:41:38															43	24	32
	EP03		0:48:12															42	24	20
	EP04		0:45:45															43	22	21
	EP05		0:45:26															35	19	15

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
IN-VISIBLES	EP01	8 EPISODIOS	0:27:50	0:27:54	3:43:13	2020	CUONDA	1	23	17,57	0:00:23	0:00:17	6	29	31,14	1,25	0:00:43	2	1,43	0:00:16	
	EP02		0:43:12						16					35							3
	EP03		0:33:46						19					38							0
	EP04		0:28:47						29					37							2
	EP05		0:25:40						2					9							0
	EP06		0:26:21						15					41							4
	EP07		0:28:26						19					29							1

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NA RR AD OR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP08		0:09:11																	
EL DESAFÍO:ETA	EP01	21 EPISODIOS	0:37:01	0:27:31	9:37:44	2020	AUDIBLE	1	116	83,57	3	0:00:08	60	166	83,86	3	0:00:11	0	1,52	0:00:08
	EP02		0:20:13						67					71				0		
	EP03		0:26:25						86					82				0		
	EP04		0:36:00						104					101				0		
	EP05		0:28:46						82					65				0		
	EP06		0:31:33						89					75				0		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP07		0:31:13						90					96				0		
	EP08		0:37:08						110					87				0		
	EP09		0:16:16						60					73				3		
	EP10		0:25:21						85					50				14		
	EP11		0:31:46						92					137				8		
	EP12		0:26:31						67					54				4		
	EP13		0:36:45						138					124				1		
	EP14		0:22:02						50					60				0		
	EP15		0:14:19						42					35				0		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP16		0:35:43						117					99				1		
	EP17		0:36:31						111					114				0		
	EP18		0:20:29						68					67				1		
	EP19		0:19:47						57					67				0		
	EP20		0:19:44						55					55				0		
	EP21		0:24:11						69					83				0		
LAIFFE		12 EPISODIOS		0:30:48	6:09:40	2020	AUDIBILE	1		32,67	1,1	0:00:28	28		25,75	0,8	0:00:49		5,92	0:00:16
	EP01		0:30:36						44					34				11		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP02		0:34:36					42					28				8		
	EP03		0:31:56					37					24				14		
	EP04		0:29:38					37					31				4		
	EP05		0:27:30					34					25				6		
	EP06		0:30:13					25					18				7		
	EP07		0:28:08					27					16				14		
	EP08		0:28:29					20					19				0		
	EP09		0:33:32					33					28				3		
	EP10		0:31:41					33					31				2		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO	
	EP11		0:30:24						32					25				1			
	E012		0:32:57						28					30				1			
DE ESO NO SE HABLA		9 EPISODIOS																			
	EP00		0:12:20																		
	EP00		0:06:56																		
	EP01		0:32:32	0:36:27	3:57:57	2020	GOOGLE PODCAST	1	84	58,1666667	1,6	0:00:17	6	86	73,00	2	0:00:09	2	1,83	0:00:09	
	EP02		0:30:53						3					23					0		
	EP03		0:40:53						66					75					8		
	EP04		0:40:40						88					91					0		

TÍTULO	EPISODIOS	Nº EPISODIOS	TIEMPOS	MEDIA DE TIEMPOS	TOTAL	AÑO	PLATAFORMA	NARRADOR	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	CORTES DE VOZ	Nº VECES	MEDIA VECES	VECES POR MINUTO	MEDIA TIEMPO	Nº ARCHIVOS	MEDIA VECES	MEDIA TIEMPO
	EP05		0:43:17						31					79				0		
	EP06		0:41:30						77					84				1		
	EP07		0:29:49																	

Segunda parte:

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
<b>LE LLAMABAN PADRE</b>	0,00	0	0:00:14	0:00:07		8,00		6,2857142 86		8,571428 571	0:00:12	SÍ	SÍ	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
	0,00				10		6		10					
	0,00				8		7		8					
	0,00				7		7		12					
	0,00				8		7		9					
	0,00				8		5		6					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	0,00				9		6		8					
	0,00				6		6		7					
<b>DIARIO DE UN NAUFRAGI O</b>	0,00	0	0	0:00:04	3	3,90909 0909	0	0	2	3,727272 727	0:00:11	NO	SÍ	POLÍTICA
	0,00				3		0		5					
	0,00				4		0		3					
	0,00				5		0		3					
	0,00				4		0		6					
	0,00				4		0		4					
	0,00				7		0		5					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	0,00				3		0		3					
	0,00				3		0		4					
	0,00				4		0		3					
	0,00				3		0		3					
<b>MANSON</b>	0,00	0	0	0:00:27	9	9,00	0	0	10	10	0:00:51	NO	SÍ	CRIMEN
<b>EL AÑO DE PODIUM</b>	6,00	6	0:00:13	0:00:03	15	15,00	1	1	27	27	0:00:57		SÍ	COMUNICACIÓN
					6,5		0		8					
<b>VLAS CLOACAS</b>	1,00	1,20	0:00:33	0:00:42	5	6,23	0	0	12	9,545454 545	0:00:09	NO	SÍ	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
	2,00				7		0		16					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	1,00				7		0		9					
	0,00				6		0		11					
	0,00				8		0		10					
	0,00				6		0		11					
	2,00				5		0		8					
	5,00				9		0		8					
	1,00				6		0		5					
	0,00				3		0		7					
<b>MIGUEL DE UNAMUNO</b>	16,00	16	0:00:34	0:00:09	26	26,00	0	0	29	29	0:00:13	NO	SÍ	CULTURA

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
<b>BORGES SEGÚN BORGES</b>	7,00	3,00	0:00:16	0:00:08	10	8,80	1	0,6	11	8,8	0:00:17	NO	SÍ	CULTURA
	6,00				9		0		13					
	2,00				11		1		9					
	0,00				7		0		5					
	0,00				7		1		6					
<b>CAMARÓN</b>	4,00	4,25	0:00:39	0:00:05	6	6,25	0	0,25	27	27	0:00:26	no	SÍ	CULTURA
	4,00				7		0		25					
	2,00				5		1		22					
	7,00				7		0		34					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECRE E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
<b>MIGUEL HERNÁNDE Z</b>	16,00	16	0:00:27	0:00:04	19	19,00	0	0	32	32	0:00:47	NO	SÍ	CULTURA
<b>GLORIA FUERTES</b>	19,00	19	0:00:41	0:00:06	19	19,00	4	4	36	36	0:00:54	NO	SÍ	CULTURA
<b>FORUM</b>	0,00	2,8	0:00:18	0:00:15	6	6,75	0	0	5	5,6	0:00:09	NO	SÍ	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
6,00	7				6									
1,00	6				6									
0,00	8				7									
7,00	6				4									
<b>VALENCIA DESTROY</b>	1,00	3	0:00:26	0:00:52		19,60	0	0		30	0:00:16	NO	SÍ	CULTURA

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
					15		0		26					
					18		0		29					
					17		0		23					
					23		0		27					
					20		0		32					
					16		0		33					
					20		0		31					
					19		0		27					
					21		0		34					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
					27		0		38					
LO CONOCÍ EN UN CORPUS	4,00	3	0:00:14	0:00:06	7	6,00	2	2	10	8,25	0:00:15	NO	SÍ	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
	2,00				5		1		6					
	3,00				6		3		10					
	3,00				6		2		7					
UN VIAJE A LA FINAL IMPOSIBLE	1,00	1	0:00:08	0:00:09	16	16,00	3	3	13	13	0:00:08	NO	SÍ	SOCIEDAD

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
<b>DONDE QUIERA QUE ESTÉS</b>	6,00	3,8	0:00:36	0:00:07	7	8,20	1	1	7	7,2	0:00:10	NO	SÍ	CRIMEN
	6,00				8		1		8					
	3,00				7		2		5					
	2,00				10		0		6					
	2,00				9		1		10					
<b>DUDAMEL</b>		0,75	0:00:35	0:00:03		6,00		0		4,5	0:02:23	NO	SÍ	CULTURA
	1,00				9		0		3					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	1,00				5		0		5					
	0,00				6		0		6					
	1,00				4		0		4					
<b>EL DÍA QUE ABDUL DIJO ADIOS A SIRIA</b>	4,00	4	0:00:17	0:00:12	28	28,00	0	0	36	36	0:00:09	SÍ	NO	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
<b>OLAFO</b>	0,00	3,80	0:00:22	0:00:22	12	12,00	0	0,4	30	22	0:00:22	NO	SÍ	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
	7,00				17		0		31					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUBLI	TEMÁTICA
	9,00				12		1		12					
	3,00				8		1		17					
	0,00				11		0		20					
<b>REGRESO A LAS RAMBLAS</b>	8,00	8	0:00:10	0:00:24	17	17,00	0	0	35	35	0:00:07	NO	NO	SOCIEDAD
	0,00				8		0		9					
	0,00				9		0		11					
<b>LA MITAD DEL MUNDO</b>	0,00	1,00	0:00:06	0:00:10	13	11,50	0	0	11	12,3	0:00:10	SÍ	NO	SOCIEDAD
	0,00				13		0		18					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	4,00				12		0		9					
	0,00				15		0		16					
	0,00				12		0		13					
	2,00				14		0		11					
	4,00				12		0		15					
	0,00				7		0		10					
<b>VENEZUEL A HUIR O MORIR</b>	0,00	0	0	0:01:17	7	7,20	0	0	9	7	0:00:10	NO	SÍ	SOCIEDAD
					6		0		7					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
					10		0		7					
					8		0		9					
					9		0		7					
					8		0		8					
					5		0		4					
					4		0		5					
					9		0		8					
					6		0		6					
<b>LAS TRES MUERTES</b>	0,00	0	0	0:00:55		4,60		1,6		5	0:00:12	SI	NO	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
DE MI PADRE					5		2		7					
					4		2		4					
					3		1		5					
					5		1		4					
					6		2		5					
MÁSTER	10,00	6,20	0:00:08	0:00:23	9	8,60	5	5,4	10	11,2	0:00:07	NO	NO	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
	6,00				7		5		11					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	3,00				7		4		13					
	9,00				9		6		9					
	3,00				11		7		13					
<b>VOLVER</b>	0,00	0	0	0:00:13		16,00	No							
					15		1		16					
					11		0		13	17,6	0:00:19	NO	SÍ	SOCIEDAD
					17		1		18					
					17		2		19					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA	
					20		1		22						
<b>EN EL CORREDOR DE LA MUERTE</b>	9,00	8,20	0:00:29	0:01:30	14		3	5,4	9	8,8	0:00:07	NO	SÍ	CRIMEN	
	7,00				11		8		7						
	8,00				11		5		9						
	7,00				13		2		9						
	10,00				16		9		10						
															13,00

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
INVISIBLES	0,00	0	0	0:00:20	8	11,20	5	5,4	5	9	0:00:08	SÍ	SÍ	SOCIEDAD
					9		7		10					
					10		5		5					
					11		5		8					
					10		8		6					
					13		4		10					
					8		7		7					
					13		4		11					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
					14		5		13					
					16		4		15					
<b>UN BONITO CADÁVER</b>		1,33	0:00:25	0:00:25							0:00:17	no	NO	SOCIEDAD
	1,00				4		0		11					
	1,00				8		0		17					
	2,00				7		0		14					
	1,00				4		1		15					
	1,00				7		0		18					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	2,00				12		1		21					
						9,00		1,375		15,5				
CRÓNICAS JONDAS		7,50	0:00:30	0:00:02		9,17	0	0		15,00	0:01:02	no	SÍ	CULTURA
	8,00				12				15					
	8,00				7				11					
	5,00				11				20					
	2,00				9				13					
	16,00				7				16					
	6,00				9				15					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
<b>24424: LO QUE NOS JUGAMOS EN BANKIA</b>		2,83333333 3	0:00:09	0:00:15		6,33	0	0		4,833333 333	0:00:09	NO	NO	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
	1				5		0		4					
	3				7		0		5					
	5				6		0		5					
	0				9		0		6					
	0				5		0		4					
	8				6		0		5					
							0							
<b>IGOR EL RUSO</b>	0,00	0	0	0:00:23	50	9,75					0:00:17	NO	SÍ	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	0,00				9		8		13					
	0,00				10		7		4					
	0,00				12		8		15					
	0,00				8		7		10					
	0,00				11		9		17					
	0,00							7,8		11,8				
<b>LA LÍNEA INVISIBLE</b>														
	10,00	4,80	0:00:12	0:00:16	13	13,40	2	4	9	9	0:00:11	NO	NO	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
	7,00				11		5		9					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	3,00				16		4		11					
	3,00				12		7		7					
	1,00				15		2		9					
<b>XREY</b>	1	1,8	0:00:47	0:00:46	7	8,10	0	0	3	4,7	0:00:07	NO	NO	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA
	1				6		0		5					
	1				8		0		4					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	2				7		0		10					
	7				7		0		7					
	4				8		0		2					
	0				9		0		5					
	0				8		0		2					
	1				9		0		2					
	1				12		0		7					
<b>BUSCND UNA LUZ</b>	0,00	0	0	0:00:08		7,17		4,3333333 33		8,666666 667	0:00:20	NO	SÍ	SOCIEDAD

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	0,00				9		5		8					
	0,00				6		4		11					
	0,00				7		4		9					
	0,00				7		5		8					
	0,00				8		2		10					
	0,00				6		6		6					
<b>EL MÓVIL DE MENDES</b>	0,00	0,40	0	0:00:48	19	20,00	0	0	8	7,6	0:00:13	NO	NO	INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	0,00				17		0		4					
	1,00				20		0		10					
	0,00				22		0		9					
	1,00				22		0		7					
<b>IN-VISIBLES</b>	0,00	0	0	0:00:02	11	11,43	6	3,5714285 71	5	4,571428 571	0:00:08	SÍ	NO	SOCIEDAD
	0,00				18		0		5					
	0,00				12		3		7					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	0,00				15		7		1					
	0,00				9		2		4					
	0,00				6		6		8					
	0,00				9		1		2					
<b>EL DESAFÍO:ET A</b>	0,00	2,05	0:00:11	0:00:12	16		1	1,9523809 52	12	9,285714 286	0:00:08	NO	NO	SOCIEDAD
	0,00				9	11,71	1		9					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	1,00				10		2		9					
	1,00				13		2		7					
	0,00				12		2		5					
	21,00				11		2		7					
	0,00				13		2		10					
	0,00				14		3		11					
	1,00				10		2		9					
	0,00				12		3		11					
	0,00				12		3		9					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	0,00				10		1		8					
	1,00				18		4		15					
	0,00				9		1		10					
	0,00				8		1		7					
	18,00				15		2		10					
	0,00				14		3		14					
	0,00				11		1		9					
	0,00				9		1		7					
	0,00				9		2		7					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	0,00				11		2		9					
LAIFE	2,25	2,25	0:00:22	0		10,67	1	1		1,833333 333	0:00:05	NO	NO	SOCIEDAD
	3,00				9				3					
	0,00				7				2					
	2,00				9				0					
	0,00				9				2					
	5,00				13				2					
	6,00				12				5					

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	2,00				11				1					
	1,00				16				4					
	4,00				11				0					
	2,00				10				0					
	2,00				9				1					
	0,00				12				2					
<b>DE ESO NO SE HABLA</b>		1,17	0:00:04	0:00:10		6,67		2,6666666 67		8,5	0:00:18	SÍ	NO	SOCIEDAD

TÍTULO	N° VECES RECRE E	RECREAC IÓN MEDIA	TIEM PO RECR E	TIEMPO CABECE RA	FOND OS TOTAL ES	MEDIA FOND OS	SILENCI OS	MEDIA DE SILENCI OS	RÁFAG AS	MEDIA DE RÁFAG AS	TIEMP OS RÁFAG A	REDE S PROP IAS	PUB LI	TEMÁTICA
	0,00				9		3		6					
	0,00				3		2		2					
	7,00				8		1		11					
	0,00				7		4		8					
	0,00				5		3		13					
	0,00				8		3		11					

## Apéndice B. Cuestionario realizado

1. Escriba su nombre:
2. ¿Con cuál de estas definiciones de podcasting coincide más?
  - a. Contenido multimedia entregado automáticamente a un suscriptor a través de internet
  - b. Audio más sindicalización
  - c. Emisión de radio o televisión que un usuario puede descargar de internet mediante una suscripción previa y escucharlo tanto en una computadora como en un reproductor portátil.
  - d. Ninguna de las anteriores
  - e. Otra
3. ¿Cuáles son para usted el o los requisitos básicos que un podcast debe cumplir?
  - a. Ser emitido a través de una plataforma online
  - b. Una duración determinada (Defina cuál abajo en la casilla de otras)
  - c. Un ciclo de publicación determinado (Defina cuál abajo en la casilla de otras)
  - d. Una temática determinada (Defina cuál abajo en la casilla de otras)
  - e. Un alcance global
  - f. Enfoque periodístico
  - g. Finalidad económica
  - h. Narrador o presentador
  - i. Algún recurso narrativo (música, docs. de archivo, cortes de voz, efectos de audio y de sonido)
  - j. Ninguno de los anteriores
  - k. Otras
4. ¿Cree que estamos llamando podcast a formatos que no lo son?
  - a. Sí
  - b. No
  - c. NS/NC

5. Si su respuesta ha sido sí ponga algún ejemplo
6. Según su opinión, ¿Puede llamarse podcast a un formato emitido por vía herciana?
7. Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto
8. ¿Y a un formato que incluya video?
9. Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto
10. Para usted, ¿el podcast es el contenido o el continente? ¿Es lo que incluye un formato o el formato en sí?
11. De los siguientes formatos selecciones solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)
  - a. La vida moderna
  - b. Estirando el chicle
  - c. Nadie sabe nada
  - d. El partidazo de COPE
  - e. La contracrónica
  - f. El informativo matinal de Ángel Martín
  - g. Carne Cruda
  - h. Entiende tú mente
  - i. Todo Concostrina (Acontece que no es poco)
  - j. XREY
  - k. Ninguno de los anteriores
12. Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar, argumente por qué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)

## SEGUNDA PARTE

13. ¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)
  - a. Le llamaban padre
  - b. V: Las cloacas del Estado
  - c. Las tres muertes de mi padre

- d. Valencia Destroy
  - e. La línea invisible
  - f. XRey
  - g. De eso no se habla
  - h. 24424: Lo que nos jugamos en Bankia
  - i. El Desafío: ETA
  - j. El móvil de Mendes
  - k. Buscando una luz
14. Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo: podcast de entrevista, podcast de ficción, etc.
15. ¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?
16. ¿Qué característica/s cree que tienen en común
17. ¿Qué peso cree que tiene este formato en España?
18. ¿Cree que es un formato que está en aumento?
19. Si el podcast narrativo de no ficción tuviera que englobarlo dentro de un género periodístico, ¿Cuál sería?
- a. Reportaje
  - b. Noticia
  - c. Entrevista
  - d. Crónica
  - e. Documental
  - f. Otro
20. ¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como “podcast narrativo de no ficción”
- a. Subjetividad y presencial del autor
  - b. Proceso de investigación previo
  - c. Cuidado de la narrativa, el “cómo” contamos la historia

- d. Que hablemos de un hecho informativo y noticioso
  - e. Subdivisión de la historia en episodios
21. ¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como podcast narrativo?
- a. Narrador
  - b. Sintonía o careta
  - c. Efectos de audio y de sonido
  - d. Cortes de voz
  - e. Documentos de archivo
  - f. Músicas/fondos
22. ¿Añadiría algún elemento más a la lista anterior que considere importante?
23. Si lo conoce, ¿cual considera cómo el primer podcast narrativo de no ficción emitido en España?
24. ¿Cuál o cuáles cree que fueron las causas del aumento significativo de consumo de podcast en España en el año 2020?
- a. El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19
  - b. El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting
  - c. La obsolescencia de otros medios sonoros como la radio
  - d. Los referentes que provienen de EEUU y América Latina
  - e. El avance de las tecnologías
  - f. Todas las anteriores
25. ¿Qué camino cree que va a tomar el podcasting en España en los próximos 3 años?
26. Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020?
- a. El número de oyentes
  - b. El formato
  - c. Las plataformas de distribución
  - d. Las temáticas

- e. Los recursos narrativos
- f. La calidad sonora
- g. Las vías de financiación

27. ¿Añadiría alguna variable a la respuesta anterior?

28. ¿Qué vías de financiación cree que se van a consolidar en el futuro?

- a. El pago a plataformas
- b. El pago a formatos o usuarios
- c. La publicidad
- d. El branded podcast
- e. El micromecenazgo (crowdfunding)
- f. Otra

## Apéndice C. Respuestas al cuestionario

Preguntas de la 1 a la 4:

Nombre	¿Con cuál de estas definiciones de podcasting coincide más?	¿Cuáles son para usted el o los requisitos básicos que un podcast debe cumplir?	¿Cree que estamos llamando podcast a formatos que no lo son?	Si su respuesta ha sido sí ponga algún ejemplo
José Ángel Esteban	Audio más sindicalización.	Algún recursos narrativos ( música, docs. de archivo, cortes de voz, efectos de sonido)	Sí	radio encapsulada
Francisco Izuzquiza	Cada vez soy menos restrictivo en la definición de "podcast"	Ninguno de los anteriores	No	
Isabel Cadenas	Audio más sindicalización.	Audio y sindicación ;)	Sí	Creo que a menudo se habla de podcast para hablar de documental sonoro, piezas periodísticas , etc.
Javier Hernández	Ninguna de las anteriores	Ser emitido a través de una plataforma online., Un alcance global, Algún recursos narrativos ( música, docs. de archivo, cortes de voz, efectos de sonido)	Sí	El abrazo del oso' <a href="https://www.ivoox.com/imperio-britanico-la-conquista-del-oceano-1-audios-mp3_rf_80100119_1.html">https://www.ivoox.com/imperio-britanico-la-conquista-del-oceano-1-audios-mp3_rf_80100119_1.html</a>
Gorka Zumeta	Audio más sindicalización.	Ninguno de los anteriores, Ser un archivo de audio. Toda definición añadida sería una limitación.	No	
Jose Antonio Gelado	Audio más sindicalización.	Ninguno de los anteriores, Cualquier distribución de audio que permita suscripción	Sí	La línea entre audio a la carta generado por emisoras y podcasts cada vez es más fina

Nombre	¿Con cuál de estas definiciones de podcasting coincide más?	¿Cuáles son para usted el o los requisitos básicos que un podcast debe cumplir?	¿Cree que estamos llamando podcast a formatos que no lo son?	Si su respuesta ha sido sí ponga algún ejemplo
Raúl Domingo de Blas	Contenido de audio disponible para escucha no lineal a través de internet	Ser emitido a través de una plataforma online., Algún recursos narrativos ( música, docs. de archivo, cortes de voz, efectos de sonido), Creación, edición, interpretación y producción adaptados a los requerimientos sonoros del Audio	Sí	Mensajes dirigidos a la comunicación interna corporativa. Todos aquellos que nos están producidos bajo las premisas que requiere el contenido sonoro.
Elsa Moreno	Contenido multimedia entregado automáticamente a un suscriptor a través de Internet.	Ser emitido a través de una plataforma online., Una duración determinada (Defina cuál abajo en la casilla de "otras"), Un ciclo de publicación determinado (Defina cuál abajo en la casilla de "otras"), Una temática determinada (Defina cuál abajo en la casilla de "otras"), Narrador o presentador	Sí	Existe una confusión generalizada entre radio a la carta y pódcast.
Juan Baixeras	audio entretenimiento formato corto entrega multicasting	Ser emitido a través de una plataforma online., Un ciclo de publicación determinado (Defina cuál abajo en la casilla de "otras"), Narrador o presentador, Algún recursos narrativos (	Sí	estamos reinventando la categoría desde 2013, profesionalizando el sector, inventando los formatos y desconocemos el futuro.

Nombre	¿Con cuál de estas definiciones de podcasting coincide más?	¿Cuáles son para usted el o los requisitos básicos que un podcast debe cumplir?	¿Cree que estamos llamando podcast a formatos que no lo son?	Si su respuesta ha sido sí ponga algún ejemplo
		música, docs. de archivo, cortes de voz, efectos de sonido), serial		
Luis Miguel Pedrera	Forma de comunicación sonora portable y distribuible profesionaliza el y comercializa le.	Un alcance global	Sí	A los de la radio, radio a la carta
Álvaro de Cózar	La primera solo de audio si. Suscriptor.	Ser emitido a través de una plataforma online., Narrador o presentador	No	De la misma forma a cosas muy diferentes
Toni Sellas	Audio más sindicalización.	Ninguno de los anteriores, Ser un producto sonoro nativo digital, distribuido mediante un sistema de sindicación web, y preferiblemente, accesible en múltiples apps o podcatchers.	Sí	Llamar podcast a cualquier audio subido a internet.
Chuse Fernández	Sistema on line por el que se pueden descargar y/o escuchar contenidos sonoros realizados por profesionales y amateurs a conveniencia del oyente, pudiendo suscribirse para la recepción de nuevas entregas.	Ser emitido a través de una plataforma online., Algunos recursos narrativos ( música, docs. de archivo, cortes de voz, efectos de sonido)	Sí	Archivos sonoros de programas de radio no pensados para su consumo como podcast.
Javier Celaya	La segunda pero con streaming.	Ser emitido a través de una plataforma online., Un ciclo de publicación determinado (Defina cuál abajo en la casilla de "otras"),	Sí	La radio enlatada.

Nombre	¿Con cuál de estas definiciones de podcasting coincide más?	¿Cuáles son para usted el o los requisitos básicos que un podcast debe cumplir?	¿Cree que estamos llamando podcast a formatos que no lo son?	Si su respuesta ha sido sí ponga algún ejemplo
		Un alcance global, Narrador o presentador, Algún recursos narrativos ( música, docs. de archivo, cortes de voz, efectos de sonido), Recurso solo recomendable. Que tenga alma. Un porqué. Una frecuencia de publicación. La gran mayoría muere en el intento.		
Miguel Ángel Ortíz	Emisión de radio o de televisión que un usuario puede descargar de internet mediante una suscripción previa y escucharla tanto en una computadora como en un reproductor portátil.	Ser emitido a través de una plataforma online.	No	
Juan Ignacio Solera	Contenido multimedia entregado automáticamente a un suscriptor a través de Internet.	Ser emitido a través de una plataforma online., Un ciclo de publicación determinado (Defina cuál abajo en la casilla de "otras"), Una temática determinada (Defina cuál abajo en la casilla de "otras")	Sí	"podcasts de laboratorio" hechos con influencers
Toni Garrido	Cambio en los hábitos del oyeme. Consumidor final.	Ser emitido a través de una plataforma online., Una duración determinada (Defina cuál abajo en la casilla de "otras"), Un ciclo de	NS/NC	

Nombre	¿Con cuál de estas definiciones de podcasting coincide más?	¿Cuáles son para usted el o los requisitos básicos que un podcast debe cumplir?	¿Cree que estamos llamando podcast a formatos que no lo son?	Si su respuesta ha sido sí ponga algún ejemplo
		<p>publicación determinado (Defina cuál abajo en la casilla de "otras"),            Una temática determinada (Defina cuál abajo en la casilla de "otras"),            Un alcance global,            Enfoque periodístico,            Finalidad económica,            Narrador o presentador, Algún recursos narrativos ( música, docs. de archivo, cortes de voz, efectos de sonido), Todas. Formas del receptor.</p>		
María Jesús Espinosa de los Monteros	Audio más sindicalización.	Ser emitido a través de una plataforma online., Un ciclo de publicación determinado (Defina cuál abajo en la casilla de "otras")	No	
Mar Abad	Información y entretenimiento en audio	Ninguno de los anteriores, Solo voz	NS/NC	Estamos confundiendo términos. Video podcast por ejemplo.
Nacho Gallego	La b pero es lo tecnológico solo. Estamos en la tercera ola del podcast. Las definiciones del 2008 no son exactas. Medio de audio de distribución digital y bajo demanda. Diferencia. Con la serialización.	Ninguno de los anteriores	NS/NC	<p>El podcast es un medio y la gente lo define como formato. Que sería el audio grabado.            Convierte una creación sonora en un archivo. Objeto empaquetado que viaja.            Editorialización</p>

<b>Nombre</b>	<b>¿Con cuál de estas definiciones de podcasting coincide más?</b>	<b>¿Cuáles son para usted el o los requisitos básicos que un podcast debe cumplir?</b>	<b>¿Cree que estamos llamando podcast a formatos que no lo son?</b>	<b>Si su respuesta ha sido sí ponga algún ejemplo</b>
				condiciona la forma de escucha, difusión y recepción.

Preguntas de la 5 a la 9 :

<b>Nombre</b>	<b>Según su opinión, ¿Puede llamarse podcast a un formato emitido por vía hertziana?</b>	<b>Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto.</b>	<b>¿Y a un formato que incluya video?</b>	<b>Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto</b>	<b>Para usted, ¿El podcast es el contenido o el continente? ¿Es lo que incluye un formato o el formato en sí?</b>
José Ángel Esteban	No.		Sí	Rogan y lo que vendrá...	Ambos. Pero sobre todo, una narrativa.
Francisco Izuzquiza	Sí.	Cualquier programa de radio que se ofrezca posteriormente como podcast sigue siendo un podcast en esa segunda versión. Considero "podcast" un término de distribución en Internet, no tanto una forma de denominar un contenido.	Sí	La tendencia del "video-podcast" no es nueva. Antes de la popularización de <i>YouTube</i> , existían video-podcasts distribuidos en <i>iTunes</i> , por ejemplo. De hecho, <i>YouTube</i> nació como un servicio de video-podcasts con su propio RSS, que posteriormente eliminaron. Por poner un ejemplo concreto, yo veía los resúmenes de la NBA mediante un podcast en	Es la manera de distribuir, en principio mediante un RSS, aunque es un requisito que cada vez está menos presente (por ejemplo, en <i>Spotify</i> ).

Nombre	Según su opinión, ¿Puede llamarse podcast a un formato emitido por vía hertziana?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto.	¿Y a un formato que incluya video?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto	Para usted, ¿El podcast es el contenido o el continente? ¿Es lo que incluye un formato o el formato en sí?
				iTunes al que estaba suscrito mediante RSS.	
Isabel Cadenas	NS/NC	Si después se emite como podcast, sí. Un podcast no nativo digital.	Sí		El continente
Javier Hernández	Sí.	Es una cuestión de formato, el podcast debe tener elementos que le diferencien del programa tradicional de la radio. Creo que ni el contenido elegido e incluso la vía de distribución (incluida la hertziana) definen al podcast, insisto es la narrativa, la presentación el diseño sonoro, son los aspectos que definen la podcast.	No	El lenguaje sonoro, el de la radio, el del podcast; es capaz de contar cualquier historia, no necesita el apoyo de la imagen, si bien la imagen puede utilizarse como una suerte de realidad aumentada, como complemento del podcast.	Es el formato en sí, pero no caigamos en el error de dejar que el formato nos limite. En el formato del podcast caben todos los géneros periodísticos. El podcast debe suponer un avance en la utilización del lenguaje y en la distribución de los contenidos. Todos los contenidos entran en un podcast, todas las miradas y todos los principios del periodismo.
Gorka Zumeta	Sí.	Si me baso en una definición BÁSICA de podcast -contenido en audio- me da igual la procedencia.	NS/NC	Supongo que sí, pero el video no me interesa.	El podcast es el soporte, por lo general un archivo mp3

Nombre	Según su opinión, ¿Puede llamarse podcast a un formato emitido por vía hertziana?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto.	¿Y a un formato que incluya video?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto	Para usted, ¿El podcast es el contenido o el continente? ¿Es lo que incluye un formato o el formato en sí?
		Solo entiendo de calidad y de preferencias.			
Jose Antonio Gelado	Sí.	Sí, siempre que permita su distribución bajo demanda y la suscripción aunque se haya emitido en una emisora	Sí	Desde su origen el podcasting permite video de igual forma que audio aunque el video se denominara vlog o videoblog y terminara siendo engullido por <i>YouTube</i>	Creo que ambas cosas ya que el formato ha ido dando paso a nuevos contenidos.
Raúl Domingo de Blas	Sí.	Si se trata de un contenido creado para su escucha no lineal, disponible en internet	No	El video requiere otro lenguaje, otros recursos, si creamos un podcast con producción de video, estaremos creando un video a partir de una historia o cun contenido pensado para el audio, pero será video. Si creamos un podcast simplemente grabado en video no estaremos aprovechando las posibilidades del formato video, lo único que hacemos es utilizar el video como canal de distribución a	El podcast es un formato de empaquetemient o del Audio, para facilitar su distribución y acceso por las redes y plataformas digitales. Si bien al igual que en la Radio el contenido no puede ser ageno a las condiciones de escucha, al contexto en que se consume y al tipo de propuesta que queremos lanzar. La Radio no es solo un canal de distribución, o un Medio, también es una forma de construir el

Nombre	Según su opinión, ¿Puede llamarse podcast a un formato emitido por vía hertziana?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto.	¿Y a un formato que incluya video?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto	Para usted, ¿El podcast es el contenido o el continente? ¿Es lo que incluye un formato o el formato en sí?
				<p>través de plataformas de imagen. Creo que es importante separar los entornos, para estimular los procesos de consumo más adecuados para cada formato, pensando en el consumidor. De otra forma el video siempre estará fagocitando al audio y estaremos desaprovechando las inmensas ventajas del lenguaje sonoro.</p>	<p>lenguaje sonoro. Lo mismo sucede con el podcast.</p>
Elsa Moreno	No.	<p>Tal y como Berry señala (2006), el podcasting es una tecnología disruptiva que fuerza a otros medios, entre ellos la radio, a cambiar prácticas preconcebidas sobre audiencias, consumos, producción y distribución. Gracias a la innovación del RSS (Really Simple</p>	Sí	<p>El podcasting permite la sindicación y la suscripción a archivos de audio o vídeo. Por tanto, hay audio-podcast y vídeo-podcast.</p>	<p>Conceptualmente el pódcast no es un formato. Al tratarse, por el momento, de una innovación tecnológica podemos decir que el audio-pódcast y el vídeo-pódcast son más "continente" que "contenido". El podcasting (RSS) facilita la personalización del consumo. No</p>

Nombre	Según su opinión, ¿Puede llamarse podcast a un formato emitido por vía hertziana?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto.	¿Y a un formato que incluya video?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto	Para usted, ¿El podcast es el contenido o el continente? ¿Es lo que incluye un formato o el formato en sí?
		Syndication), el pódcast es un medio más personal, colaborativo y convergente (audio o vídeo, web y dispositivos móviles). El podcasting surge en 2004 al amparo de la cultura colaborativa de la Web 2.0 (Jenkins).			obstante, el desafío es comunicativo. Es decir, hay que innovar en contenido y narrativa teniendo presente que el podcasting independiente se desarrolla en un territorio más colaborativo y alternativo frente a la cultura mainstream de los medios tradicionales.
Juan Baixeras	No.	lo que se emite en radio es radio	No	es un videocontenido	las dos cosas
Luis Miguel Pedrera	Sí.	Radio podcast, uk. Pero siempre previamente distribuido online.	Sí	Estirando el chicle, joe rogan.	Al igual que la radio todavía se mezclan las dos acepciones. Designa la tecnología y el contenido.
Álvaro de Cózar	Sí.	Nadie sabe nada	Sí	Joe rogan. Primera razón de ser audio	Continente. Es como el papel.
Toni Sellas	No.	Concibo el podcast como un producto nativo digital. Ello no quita que pueda reemitirse luego en antena.	No		Ambos. Y podcasting, la práctica cultural mediante la que se produce y realiza un podcast.

Nombre	Según su opinión, ¿Puede llamarse podcast a un formato emitido por vía hertziana?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto.	¿Y a un formato que incluya video?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto	Para usted, ¿El podcast es el contenido o el continente? ¿Es lo que incluye un formato o el formato en sí?
Chuse Fernández	No.	Un archivo de audio de la fonoteca de RNE de 1968 no es un podcast, aunque pueda escucharlo on line.	No	Si incluye imagen o video se denomina audiograma.	El podcast es ambas cosas. Lo define la facilidad y libertad de creación.
Javier Celaya	No.	Eso es radio.	Sí	Nueva versión. Vídeo podcast. Generacionalmente no lo entiendo. Sobre todo los conversacionales . Dobles o tres pantallas.	Las dos cosas. Como lo cuentas, libertad fuera de la radio y su distribución.
Miguel Ángel Ortíz	No.	El programa por ondas puede convertirse en podcast y subirlo a plataformas online .	Sí	Existen formatos de video (videopodcast) que puedes descargarlos en internet	El continente. Es el formato en si
Juan Ignacio Solera	No.		No		El formato. Hay contenido que no es podcast, pero sí se distribuye vía podcast
Toni Garrido	Sí.		Sí		Recepción
María Jesús Espinosa de los Monteros	No.	El podcast sólo tiene sentido en un entorno digital y así se diferencia de la antena.	Sí	Existen podcast de video como 'Cuarto Milenial' (Spotify)	Ambas cosas
Mar Abad	Sí.	Acontece	No	Orígenes podcast algo en <i>YouTube</i>	Identificado al formato cápsulas

Nombre	Según su opinión, ¿Puede llamarse podcast a un formato emitido por vía hertziana?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto.	¿Y a un formato que incluya video?	Justifique su respuesta con algún ejemplo concreto	Para usted, ¿El podcast es el contenido o el continente? ¿Es lo que incluye un formato o el formato en sí?
				a la carta video. Video podcast es video.	en realidad es el contenido.
Nacho Gallego	Sí.	Se distribuye a través de podcast.	No	Video podcast. Solo sonoro.	Continente

Preguntas de la 10 a la 15:

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo , podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué característica/s cree que tienen en común?
José Ángel Esteban	Estirando el chicle, Entiende tú mente, XREY		Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, La línea invisible, XRey, De eso no se habla, El Desafío: ETA, El móvil de Mendes	Narrativos.	Las dos muertes de Javier Ardines, Proyecto Lobo. Saludos Cordiales ( con matices)	Periodismo narrativo, diseño sonoro más o menos elaborado, voz enunciativa íntima.

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo , podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué características cree que tienen en común?
Francisco Izuzquiza	La vida moderna, Estirando el chicle, Nadie sabe nada, El partidazo de COPE, La contracrónica, El informativo matinal de Ángel Martín, Carne Cruda, Entiende tú mente, Todo Concostrina (Acontece que no es poco), XREY	No he dejado ninguno sin marcar, pero me dice que esta respuesta es obligatoria.	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, La línea invisible, XRey, De eso no se habla, 24424: Lo que nos jugamos en Bankia, El Desafío: ETA, El móvil de Mendes, Buscando una luz	Lo que veo que tienen en común es que son podcasts narrativos. Diría que periodísticos (aunque no considero Buscando una Luz como periodismo).	Algunos ejemplos: The Apology Line, Los últimos días de Maradona, Los papeles, Clara conquista, Canónicas, Agur ETA, Gloria Steinem Feminismo en Movimiento, Julio Iglesias del hombre a la leyenda, El Verdadero Caso del Siglo...	Relatos narrativos de una historia concreta hilada en varios episodios dentro de una temporada limitada.
Isabel Cadenas	Estirando el chicle, Carne Cruda, Entiende tú mente, Todo Concostrina (Acontece que no es poco), XREY		Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, La línea invisible, XRey, De eso no se habla, 24424: Lo que nos jugamos en	Podcasts de no ficción narrativa		

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo, podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué características cree que tienen en común?
			Bankia, El Desafío: ETA, El móvil de Mendes, Buscando una luz			
Javier Hernández	El informativo matinal de Ángel Martín, XREY	Los espacios que no está marcados, considero que son programas de radio tradicionales, tan solo se diferencian -algunos de ellos- en la distribución, otros incluso se emiten en la radio convencional y luego se distribuyen online.	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, XRey, De eso no se habla, El Desafío: ETA	Creo que en todos los casos se acercan al podcast documental, narrativo de no ficción.	Vivir para contarla	La referencia de la realidad, de lo sucedido, de la esencia del periodismo: contar lo que pasa, está pasando ha pasado.
Gorka Zumeta	La vida moderna, Estirando el chicle, Nadie sabe nada, El partidazo de COPE, La	El informativo de Ángel Martín es video	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, XRey,	Documental, un género que la radio inventó en la década de los años 30 del siglo pasado. Podcast narrativo de no		Investigan, profundizan, analizan un tema en profundidad, desde todos sus vértices y

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo , podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué características cree que tienen en común?
	contracrónica, Carne Cruda, Entiende tú mente, Todo Concostrina (Acontece que no es poco), XREY		De eso no se habla, El Desafío: ETA, Buscando una luz	ficción es correcto.		aproximaciones, en formato audio.
Jose Antonio Gelado	La vida moderna, Estirando el chicle, Nadie sabe nada, El partidazo de COPE, La contracrónica, El informativo matinal de Ángel Martín, Carne Cruda, Entiende tú mente, Todo Concostrina (Acontece que no es poco), XREY	Incluso el partidazo es un podcast ya que se distribuye como tal aunque pierda parte de su atractivo al no ser en directo.	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, La línea invisible, XRey, De eso no se habla, 24424: Lo que nos jugamos en Bankia, El Desafío: ETA, El móvil de Mendes, Buscando una luz	Reportaje periodístico documental en formato podcast	En nombre de Dios, La Jaula de Oro, Olvidadas: las muertas de Juárez, Nazis en Méjico, Fiebre Blanca...	Podcasts de no ficción basados en hechos periodísticos y sucesos
Raúl Domingo de Blas	La vida moderna, Estirando el chicle, Nadie sabe nada, El partidazo de COPE, La		Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy,	Me parece que se mezclan varios formatos, pero principalmente los podríamos integrar en Crónica, reportaje,	El Gran Apagón, Guerra 3, El Chapo, Las Raras	La construcción de un discurso narrativo que apele al oyente. El

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo , podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué características cree que tienen en común?
	contracrónica, El informativo matinal de Ángel Martín, Carne Cruda, Entiende tú mente, Todo Concostrina (Acontece que no es poco), XREY		24424: Lo que nos jugamos en Bankia, Buscando una luz	documental, periodismo de investigación, recreado a través de la ficción sonora		uso de los recursos sonoros en la construcción de la historia.
Elsa Moreno	Estirando el chicle, Carne Cruda, Entiende tú mente, XREY	Los que conozco y he dejado en blanco corresponden a programas de radio que luego se difunden vía radio a la carta (se usa el RSS para impulsar la radio a la carta).	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, XRey	Pódcast de periodismo narrativo. El ejemplo más claro es XRey.	Otro ejemplo claro de pódcast de periodismo narrativo es "Los Papeles de Bárcenas" realizado por Álvaro de Cózar e Inés Vila para El País.	Perspectiva periodística distinta, acceso a fuentes exclusivas, narración inmersiva, narración seriada en episodios.
Juan Baixeras	La vida moderna, Estirando el chicle, Nadie sabe nada, Carne Cruda,	programa de radio, se reedita en su formato podcast.	V: Las cloacas del Estado, XRey, De eso no se habla, 24424: Lo que nos jugamos en Bankia, El	audiocumentales	porqué matamos, otro tipo, comedia, audiodramas, ficciones.	guion, producción, investigación, voz propia, no cuentos lo que hay existe.

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo , podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué características cree que tienen en común?
	Entiende tú mente, XREY		Desafío: ETA, El móvil de Mendes			
Luis Miguel Pedrera	Estirando el chicle, Carne Cruda, Entiende tú mente, XREY	Programación inversa. Técnicamente no es un podcast.	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, La línea invisible, XRey, De eso no se habla, 24424: Lo que nos jugamos en Bankia, El Desafío: ETA, El móvil de Mendes, Buscando una luz	Podcast narrativo sobre todo, podcast periodístico o podcast de investigación, documental, reportaje en profundidad	Hierba, in situ, el enganche, los papeles, volver, gal, las dos muertes de Javier ardines, la emboscada, Olafo, Igor el ruso, la teoría del paréntesis marta del castillo, la conocí en un corpus, unos más hacia la línea de doce ficción y otro al otro lado.	Periodísticos, basado en hechos reales con vocación informativa
Álvaro de Cózar	La vida moderna, Estirando el chicle, Nadie sabe nada, El informativo matinal de Ángel Martín, Carne Cruda,	Su razón de ser es la radio. El directo.	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, La línea invisible, XRey, De eso no se habla,	Podcast narrativos	Foorhood, hierba, los papeles, la teoría del paréntesis, serial, win of change	Lo que tienen todas la narración es. Una historia. Un conflicto. La resolución de un conflicto.

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo, podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué características cree que tienen en común?
	Entiende tú mente, Todo Concostrina (Acontece que no es poco), XREY		24424: Lo que nos jugamos en Bankia, El móvil de Mendes			
Toni Sellas	Estirando el chicle, Carne Cruda, Entiende tú mente, XREY	Por ejemplo, El partidazo de COPE es un programa de radio. Otra cosa que se pueda escuchar posteriormente a la carta o bajo demanda.	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, XRey, Buscando una luz	Podcast de periodismo narrativo, la mayoría.	Radio Ambulante, Las raras, por ejemplo	Una determinada rutina productiva, la perspectiva personal del narrador, la investigación periodística
Chuse Fernández	Estirando el chicle, Entiende tú mente, XREY	Algunos son archivos sonoros de programas de radio, otros son videos y otros son radio on line.	V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, XRey, El Desafío: ETA, Buscando una luz	Los marcados son, básicamente, documentales sonoros.	Aragoneses de La 9.	El uso de referencias de hechos reales, testimonios...
Javier Celaya	Estirando el chicle, El informativo matinal de Ángel Martín, XREY	Muchos híbridos. Pasan de radio a internet. programa de radio.	V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, La línea invisible,	Podcast narrativos de ficción, guionizados, en inglés sripted	El triángulo, la jaula de oro, la matemática de la historia. Generación	Guión, narrado en varios episodios, dickens y Pérez galdos

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo , podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué característica/s cree que tienen en común?
			XRey, El Desafío: ETA		de contenido que no viene de otra cosa. Podcast en su máxima expresión.	ya lo hacían. Siempre hay punto climax en esa historia. Efectos sonoros que enriquecen, voces profesionales . Producidos.
Miguel Ángel Ortíz	Carne Cruda, Todo Concostrina (Acontece que no es poco)	Hay algunos como el partidazo de COPE que son programas creados para su emisión por ondas pero que luego se suben como un repositorio de internet. Pero no lo considero propiamente como un formato específico de podcast	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, La línea invisible	Docureportaje	Muchos de los emitidos en Podium podcast, por ejemplo	El formato

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo , podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué características cree que tienen en común?
Juan Ignacio Solera	Estirando el chicle, La contracrónica, Carne Cruda, Entiende tú mente, XREY	los indicados son podcasts. El resto no, pero se distribuyen vía podcast		Les conozco. Serían podcasts de ficción	Saludos cordiales, 1931 la república (con Alsina), ...	son finitos
Toni Garrido	La vida moderna, Estirando el chicle, Nadie sabe nada, El partidazo de COPE, La contracrónica, El informativo matinal de Ángel Martín, Carne Cruda, Entiende tú mente, Todo Concostrina (Acontece que no es poco), XREY		Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, La línea invisible, XRey, De eso no se habla, 24424: Lo que nos jugamos en Bankia, El Desafío: ETA, El móvil de Mendes, Buscando una luz	Cubrir las necesidades de las personas. Historias. Narrativa desligada de los acontecimientos	Aquí hay dragones. Gabinete de curiosidades.	Idioma. Y voluntad de aportar.
María Jesús Espinosa de los Monteros	Estirando el chicle, La contracrónica, Entiende tú mente, XREY	El resto son programas de radio que después se distribuyen como podcast.	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, XRey, De eso no se	Podcast narrativos de no ficción.	El verdadero robo del siglo, El rey del cachopo	Su calidad narrativa y jugar con elementos de no ficción.

Nombre	De los siguientes formatos seleccione solo aquellos que considere podcast. (Si desconoce alguno no lo marque)	Si ha dejado alguno de los anteriores sin marcar argumente porqué no los considera podcast. (No debe explicar nada de aquellos que desconoce)	¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcast? (Marque solo aquellos que sí ha escuchado)	Si ha marcado al menos dos de las casillas anteriores responda: ¿Qué formato cree que siguen? ¿Cómo los definiría? Ejemplo , podcasts de entrevista, podcasts de ficción, etc.	¿Qué otros podcast cree que siguen este formato?	¿Qué características cree que tienen en común?
			habla, 24424: Lo que nos jugamos en Bankia, Buscando una luz			
Mar Abad	Estirando el chicle, Carne Cruda, Entiende tú mente, XREY	Radio podcast.	V: Las cloacas del Estado, Las tres muertes de mi padre, Valencia Destroy, XRey, De eso no se habla, 24424: Lo que nos jugamos en Bankia	Periodístico. Investigación y resumen de investigación. Periodismo de investigación y recorrido histórico. Siempre.	Los papeles. Los gal. El rey del cachopo	Perspectiva desde el origen amplio sosegado. Reportaje en profundidad que la radio no llega. A tu ritmo. Formato ideal.
Nacho Gallego	La vida moderna, Estirando el chicle, Nadie sabe nada, El informativo matinal de Ángel Martín, Carne Cruda, Entiende tú mente, XREY	Son radio, pero no conceptualizados como podcast. Trayectoria con recorrido.	Le llamaban padre, V: Las cloacas del Estado, Valencia Destroy, XRey, De eso no se habla, El Desafío: ETA	Podcast documental de investigación	La teoría del paréntesis, floodlines, basta chicos	Serialidad, investigación , trabajo pulido en lenguaje sonoro, recursos, diseño sonoro importante.

Preguntas de la 16 a la 18:

Nombre	¿Qué peso cree que tiene este formato en España?	¿Cree que es un formato que está en aumento?	Si el podcast narrativo de no ficción tuviera que englobarlo dentro de una género periodístico, ¿Cuál sería?
José Ángel Esteban	3	Sí	Crónica
Francisco Izuzquiza	2	Sí	Reportaje
Isabel Cadenas	2	Sí	Crónica
Javier Hernández	2	Sí	Documental
Gorka Zumeta	2	Sí	El podcast narrativo de No ficción responde a un formato multigénero
Jose Antonio Gelado	3	Sí	Reportaje
Raúl Domingo de Blas	3	Sí	Crónica
Elsa Moreno	3	Sí	Reportaje
Juan Baixeras	3	Sí	cronica/documental
Luis Miguel Pedrera	4	Sí	Reportaje
Álvaro de Cózar	4	Sí	Crónica sí. Conflicto.
Toni Sellas	3	Sí	Reportaje de largo formato / documental sonoro

Nombre	¿Qué peso cree que tiene este formato en España?	¿Cree que es un formato que está en aumento?	Si el podcast narrativo de no ficción tuviera que englobarlo dentro de un género periodístico, ¿Cuál sería?
Chuse Fernández	2	Sí	Reportaje
Javier Celaya	4	Sí	Reportaje y documental.
Miguel Ángel Ortíz	3	Sí	Reportaje
Juan Ignacio Solera	3	Sí	Reportaje
Toni Garrido	1	Sí	Historia
María Jesús Espinosa de los Monteros	4	Sí	Crónica
Mar Abad	2	No	Reportaje
Nacho Gallego	3	Sí	Documental

Preguntas de la 19 a la 23:

Nombre	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Subjetividad y presencia del autor en el texto]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Proceso de investigación previo]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Cuidado de la narrativa, el "cómo" contamos la historia]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Subdivisión de la historia en episodios]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Que hablemos de un hecho informativo y noticioso]
José Ángel Esteban	Importante	Imprescindible	Imprescindible	Importante	Poco importante
Francisco Izuzquiza	Importante	Imprescindible	Muy importante	Importante	Poco importante
Isabel Cadenas	Sin importancia	Importante	Imprescindible	Sin importancia	Sin importancia
Javier Hernández	Sin importancia	Imprescindible	Imprescindible	Importante	Poco importante
Gorka Zumeta	Importante	Muy importante	Imprescindible	Importante	Importante
Jose Antonio Gelado	Poco importante	Imprescindible	Imprescindible	Muy importante	Imprescindible
Raúl Domingo de Blas	Poco importante	Imprescindible	Imprescindible	Muy importante	Importante
Elsa Moreno	Importante	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible	Muy importante
Juan Baixeras	Sin importancia	Imprescindible	Imprescindible	Importante	Poco importante

Nombre	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Subjetividad y presencia del autor en el texto]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Proceso de investigación previo]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Cuidado de la narrativa, el "cómo" contamos la historia]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Subdivisión de la historia en episodios]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Que hablemos de un hecho informativo y noticioso]
Luis Miguel Pedrera	Poco importante	Imprescindible	Imprescindible	Muy importante	Imprescindible
Álvaro de Cózar	Importante	Muy importante	Imprescindible	Importante	Sin importancia
Toni Sellas	Importante	Muy importante	Muy importante	Importante	Poco importante
Chuse Fernández	Poco importante	Muy importante	Imprescindible	Importante	Muy importante
Javier Celaya	Imprescindible	Muy importante	Importante	Muy importante	Muy importante
Miguel Ángel Ortíz	Sin importancia	Muy importante	Muy importante	Importante	Poco importante
Juan Ignacio Solera	Importante	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible
Toni Garrido	Sin importancia	Imprescindible	Imprescindible	Sin importancia	Sin importancia
María Jesús Espinosa de los Monteros	Importante	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible	Importante
Mar Abad	Sin importancia	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible	Sin importancia

Nombre	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Subjetividad y presencia del autor en el texto]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Proceso de investigación previo]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Cuidado de la narrativa, el "cómo" contamos la historia]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Subdivisión de la historia en episodios]	¿Cómo de importantes considera estas variables para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Que hablemos de un hecho informativo y noticioso]
Nacho Gallego	Importante	Muy importante	Imprescindible	Muy importante	Poco importante

Preguntas de la 24 a la 29:

Nombre	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Narrador]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Sintonía o careta]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Efectos de sonido]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Cortes de voz]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Documentos de archivo]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Músicas/fondos]
José Ángel Esteban	Muy importante	Importante	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible
Francisco Izuzquiza	Importante	Sin importancia	Sin importancia	Importante	Importante	Importante
Isabel Cadenas	Importante	Sin importancia	Sin importancia	Sin importancia	Sin importancia	Sin importancia
Javier Hernández	Sin importancia	Sin importancia	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible

Nombre	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Narrador]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Sintonía o careta]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Efectos de sonido]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Cortes de voz]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Documentos de archivo]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Músicas/fondos]
Gorka Zumeta	Muy importante	Importante	Importante	Importante	Muy importante	Importante
Jose Antonio Gelado	Muy importante	Importante	Importante	Muy importante	Muy importante	Importante
Raúl Domingo de Blas	Imprescindible	Muy importante	Imprescindible	Muy importante	Imprescindible	Imprescindible
Elsa Moreno	Muy importante	Importante	Importante	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible
Juan Baixeras	Muy importante	Imprescindible	Imprescindible	Muy importante	Poco importante	Importante
Luis Miguel Pedrera	Muy importante	Imprescindible	Muy importante	Muy importante	Muy importante	Imprescindible
Álvaro de Cózar	Muy importante	Sin importancia	Poco importante	Muy importante	Muy importante	Poco importante
Toni Sellas	Muy importante	Poco importante	Poco importante	Importante	Importante	Muy importante
Chuse Fernández	Poco importante	Importante	Importante	Muy importante	Imprescindible	Muy importante
Javier Celaya	Imprescindible	Importante	Importante	Muy importante	Muy importante	Importante

Nombre	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Narrador]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Sintonía o careta]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Efectos de sonido]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Cortes de voz]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Documentos de archivo]	¿Cómo de importantes considera estos recursos para poder clasificar un formato como "podcast narrativo de no ficción"? [Músicas/fondos]
Miguel Ángel Ortíz	Poco importante	Muy importante	Importante	Importante	Importante	Muy importante
Juan Ignacio Solera	Imprescindible	Poco importante	Poco importante	Importante	Poco importante	Poco importante
Toni Garrido	Sin importancia	Sin importancia	Importante	Poco importante	Sin importancia	Importante
María Jesús Espinosa de los Monteros	Imprescindible	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
Mar Abad	Imprescindible	Muy importante	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible	Imprescindible
Nacho Gallego	Importante	Importante	Poco importante	Muy importante	Importante	Muy importante

Preguntas de la 30 a la 33:

Nombre	¿Añadiría algún elemento más a la lista anterior que considere importante?	Si lo conoce, ¿Cuál considera cómo el primer podcast narrativo de no ficción emitido en España?	¿Cuál o cuáles cree que fue las causas del aumento significativo de consumo de podcast en España en 2020?	¿Qué camino cree que va a tomar el podcasting en España en los próximos 3 años?
José Ángel Esteban	Personajes. Arco de transformación.	Le llamaban Padre.	Los referentes que provienen de EEUU y América Latina. Las	3

Nombre	¿Añadiría algún elemento más a la lista anterior que considere importante?	Si lo conoce, ¿Cuál considera cómo el primer podcast narrativo de no ficción emitido en España?	¿Cuál o cuáles cree que fue las causas del aumento significativo de consumo de podcast en España en 2020?	¿Qué camino cree que va a tomar el podcasting en España en los próximos 3 años?
	Relación íntima con el oyente.		posibilidades tecnológicas.	
Francisco Izuzquiza	Un guión, para mí es lo más importante (no hay que olvidar que muchos podcasts no utilizan guión)	Ni idea. Los primeros que yo escuché fueron "Le Llamaban padre" y "V: Las cloacas del Estado"	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting.	4
Isabel Cadenas			El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, La obsolescencia de otros medios sonoros como la radio, Los referentes que provienen de EEUU y América Latina, El avance de las tecnologías	4
Javier Hernández	Diseño sonoro.	Le llamaban padre	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., Los referentes que provienen de EEUU y América Latina, El avance de las tecnologías	4
Gorka Zumeta			El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., La obsolescencia de otros medios sonoros como la radio, El avance de las tecnologías, La calidad y la variedad de la oferta disponible	4

Nombre	¿Añadiría algún elemento más a la lista anterior que considere importante?	Si lo conoce, ¿Cuál considera cómo el primer podcast narrativo de no ficción emitido en España?	¿Cuál o cuáles cree que fue las causas del aumento significativo de consumo de podcast en España en 2020?	¿Qué camino cree que va a tomar el podcasting en España en los próximos 3 años?
Jose Antonio Gelado			El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting.	5
Raúl Domingo de Blas	Silencios dramáticos. Voces diferentes. Actores. Diseño de sonido	La Rosa de los Vientos	El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., El avance de las tecnologías, La necesidad de conectar en comunidad, de sentirse vinculados y encontrar nuevos referentes	3
Elsa Moreno	Ambientes sonoros (imprescindible); y no tanto efectos de sonido.	XRey	El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., El avance de las tecnologías	4
Juan Baixeras	multicasting, serialización,	no sabe	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., Los referentes que provienen de EEUU y América Latina, El avance de las tecnologías, multitasking	5
Luis Miguel Pedrera		Le llamaban padre	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., El avance de las tecnologías, Influencia de grupo prisa en medios	3

Nombre	¿Añadiría algún elemento más a la lista anterior que considere importante?	Si lo conoce, ¿Cuál considera cómo el primer podcast narrativo de no ficción emitido en España?	¿Cuál o cuáles cree que fue las causas del aumento significativo de consumo de podcast en España en 2020?	¿Qué camino cree que va a tomar el podcasting en España en los próximos 3 años?
Álvaro de Cózar		V o le llamaban padre	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., Los referentes que provienen de EEUU y América Latina, El avance de las tecnologías, Commuting tiempo en transportes moviwndose	3
Toni Sellas	Diseño sonoro	Le llamaban padre, quizá	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., Una progresiva popularización del formato, la madurez dde la comunidad del podcasting independiente, la denominada "guerra de plataformas", el interés de otros medios de comunicación no radio en producir podcasts, la irrupción de nuevos/as creadores/as	3
Chuse Fernández			La obsolescencia de otros medios sonoros como la radio, El avance de las tecnologías	4
Javier Celaya	Guión. La cubierta cada vez es más importante.	Ni idea.	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., La obsolescencia de otros	5

Nombre	¿Añadiría algún elemento más a la lista anterior que considere importante?	Si lo conoce, ¿Cuál considera cómo el primer podcast narrativo de no ficción emitido en España?	¿Cuál o cuáles cree que fue las causas del aumento significativo de consumo de podcast en España en 2020?	¿Qué camino cree que va a tomar el podcasting en España en los próximos 3 años?
			medios sonoros como la radio, Los referentes que provienen de EEUU y América Latina, El avance de las tecnologías	
Miguel Ángel Ortíz	no	no	Todas las anteriores	5
Juan Ignacio Solera		no sabia decirlo	El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., La obsolescencia de otros medios sonoros como la radio, El avance de las tecnologías	4
Toni Garrido	Historia	No lo conocemos probablemente	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., El avance de las tecnologías	5
María Jesús Espinosa de los Monteros	No	Le llamaban padre	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting.	5
Mar Abad	Entretenimiento.	Bombazo xrey. V anterior pero no solo tanto fuera de la gente que escucha	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., Los referentes que provienen de EEUU y América Latina, El avance de las tecnologías, Radio ambulante	3

Nombre	¿Añadiría algún elemento más a la lista anterior que considere importante?	Si lo conoce, ¿Cuál considera cómo el primer podcast narrativo de no ficción emitido en España?	¿Cuál o cuáles cree que fue las causas del aumento significativo de consumo de podcast en España en 2020?	¿Qué camino cree que va a tomar el podcasting en España en los próximos 3 años?
Nacho Gallego		Le llamaban padre	El cambio en los hábitos sociales que produjo la Covid-19, El lanzamiento de nuevas plataformas o la apertura de antiguas al podcasting., Los referentes que provienen de EEUU y América Latina, El avance de las tecnologías, Mejora de la oferta. Oferta en sitios donde están las audiencias, periodísticos, Spotify, apertura de los medios de comunicación experiencia usuario	5

Preguntas de la 34 a la 38:

Nombre	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [El número de oyentes]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [El formato]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las plataformas de distribución]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las temáticas]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Los recursos narrativos]
José Ángel Esteban	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo	Ha cambiado algo
Francisco Izuzquiza	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo	Ha cambiado bastante

<b>Nombre</b>	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [El número de oyentes]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [El formato]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las plataformas de distribución]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las temáticas]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Los recursos narrativos]
Isabel Cadenas	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes
Javier Hernández	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante
Gorka Zumeta	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante
Jose Antonio Gelado	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo	Ha cambiado algo
Raúl Domingo de Blas	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo
Elsa Moreno	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo	Ha cambiado algo
Juan Baixeras	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Ha cambiado algo	Ha cambiado bastante
Luis Miguel Pedrera	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo	Ha cambiado bastante
Álvaro de Cózar	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes
Toni Sellas	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo	Ha cambiado bastante

<b>Nombre</b>	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [El número de oyentes]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [El formato]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las plataformas de distribución]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las temáticas]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Los recursos narrativos]
Chuse Fernández	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo
Javier Celaya	Son completamente diferentes	No ha cambiado nada	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes
Miguel Ángel Ortíz	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante
Juan Ignacio Solera	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante
Toni Garrido	Ha cambiado bastante	No ha cambiado nada	Son completamente diferentes	No ha cambiado nada	No ha cambiado nada
María Jesús Espinosa de los Monteros	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante
Mar Abad	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes
Nacho Gallego	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Ha cambiado algo	Ha cambiado bastante

Preguntas de la 39 a la 42:

Nombre	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [La calidad sonora]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las vías de financiación]	¿Añadiría alguna variable a la respuesta anterior?	¿Qué vías de financiación cree que se van a consolidar en el futuro?
José Ángel Esteban	Ha cambiado algo	Ha cambiado poco	La moda.	El pago a plataformas, La publicidad, El branded podcast
Francisco Izuzquiza	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes	El número de creadores	El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, La publicidad, El branded podcast, Los eventos en vivo, si la pandemia lo permite
Isabel Cadenas	Ha cambiado algo	Ha cambiado algo		El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, La publicidad, El branded podcast, El micromecenazgo (crowdfunding)
Javier Hernández	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes		El pago a plataformas, La publicidad, El branded podcast
Gorka Zumeta	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante		El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, La publicidad, El branded podcast, El micromecenazgo

Nombre	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [La calidad sonora]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las vías de financiación]	¿Añadiría alguna variable a la respuesta anterior?	¿Qué vías de financiación cree que se van a consolidar en el futuro?
				(crowdfunding), El pago por consumo
Jose Antonio Gelado	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes	Se va consolidando el modelo de suscripción patrocinio frente a la publicidad como fuente de financiación	El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, la suscripción en todas sus modalidades
Raúl Domingo de Blas	Ha cambiado bastante	Ha cambiado poco		El pago a formatos o usuarios, El branded podcast, El micromecenazgo (crowdfunding)
Elsa Moreno	Ha cambiado bastante	Ha cambiado algo		El pago a plataformas, El branded podcast
Juan Baixeras	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes	el efecto llamada, el boca a boca,	El pago a plataformas, La publicidad, El branded podcast
Luis Miguel Pedrera	Son completamente diferentes	Ha cambiado bastante	Concepto de industria.	El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, La publicidad, El branded podcast, El micromecenazgo (crowdfunding), Combinación de unos y otros.
Álvaro de Cózar	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes		El pago a plataformas, El pago a formatos o

Nombre	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [La calidad sonora]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las vías de financiación]	¿Añadiría alguna variable a la respuesta anterior?	¿Qué vías de financiación cree que se van a consolidar en el futuro?
				usuarios, La publicidad, El branded podcast
Toni Sellas	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante		El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, El branded podcast
Chuse Fernández	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes		El pago a plataformas, El branded podcast
Javier Celaya	Ha cambiado bastante	Ha cambiado poco	Un mayor conocimiento del formato podcast por parte de la ciudadanía	El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, La publicidad, El branded podcast, El micromecenazgo (crowdfunding), Micro pago. Suscripción por consumo.
Miguel Ángel Ortíz	Ha cambiado bastante	Ha cambiado bastante	no	El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, La publicidad, El branded podcast, El micromecenazgo (crowdfunding)
Juan Ignacio Solera	Ha cambiado algo	Son completamente diferentes		El pago a formatos o usuarios, La publicidad, El branded podcast, El

Nombre	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [La calidad sonora]	Valore el cambio que han experimentado las siguientes variables en relación al podcasting desde el año 2005 hasta el año 2020 [Las vías de financiación]	¿Añadiría alguna variable a la respuesta anterior?	¿Qué vías de financiación cree que se van a consolidar en el futuro?
				micromecenazgo (crowdfunding)
Toni Garrido	No ha cambiado nada	Ha cambiado algo	Cascos.	El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, El branded podcast
María Jesús Espinosa de los Monteros	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes	No	El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, La publicidad, El branded podcast
Mar Abad	Son completamente diferentes	Son completamente diferentes	Hábito de consumo del audio.	El pago a plataformas, El branded podcast, El micromecenazgo (crowdfunding), Mecenaz.
Nacho Gallego	Ha cambiado bastante	Son completamente diferentes	Forma de producir.	El pago a plataformas, El pago a formatos o usuarios, La publicidad, El branded podcast, El micromecenazgo (crowdfunding), Pagos cruzados.