

Dr. Luis-Miguel PEDRERO-ESTEBAN

Universidad Nebrija. España. lpedrero@nebrija.es. <https://orcid.org/0000-0003-4949-2360>

Dr. Raúl TEROL-BOLINCHES

Universitat Politècnica de València. España. rautebo@upv.es. <http://orcid.org/0000-0002-0915-7288>

Dr. Alfredo ARENSE-GÓMEZ

Universidad Francisco Vitoria. España. alfredo.arense@ufv.es. <https://orcid.org/0000-0002-2972-2459>

El podcast como extensión transmedia sonora de la ficción audiovisual

Podcast as a transmedia sound extension of audio-visual fiction

Fechas | Recepción: 30/07/2022 - Revisión: 03/11/2022 - En edición: 15/11/2022 - Publicación final: 01/01/2023

Resumen

La ductilidad del *podcast*, un formato que favorece la autonomía y el control del oyente en el acceso al contenido y la intimidad y personalización en su escucha, permite expandir el alcance de la ficción audiovisual a través de relatos transmedia que amplían las posibilidades de conexión del usuario con sus historias, entornos y personajes. Esta investigación analiza los quince *podcasts* producidos en España durante el período 2015-2021 como extensiones de series estrenadas en cadenas de televisión en abierto (La1, Telecinco y Antena 3), canales de pago (FOX) y plataformas de video bajo demanda (Movistar+, HBO Max y Amazon Prime Video). El estudio confirma que todos ellos dan continuidad al universo narrativo original mediante una amplia variedad de géneros sonoros –audioficciones, entrevistas, tertulias, reportajes y documentales– y aportaciones argumentales exclusivas, distintivas y valiosas. Al mismo tiempo, se constata que, en algunos casos, las estrategias de distribución no están bien definidas ni aprovechan todas las plataformas y dispositivos de acceso al contenido. En todo caso, se evidencia el gran potencial del audio digital como un recurso creativo, eficiente y económicamente asequible tanto a nivel artístico como comercial. Con él se favorece la generación del *engagement* y se promueve una cultura de participación e interacción entre los fans que se convierte en una efectiva réplica a la creciente fragmentación de las audiencias en el contemporáneo ecosistema digital.

Palabras clave

Transmedia; Series; Podcast; Audio; Narrativa

Abstract

The flexibility of the podcast, a format which favors the listener autonomy and control in the access to the content and the intimacy and personalization in the listening, allows us to expand the reach of audiovisual fiction through transmedia stories that expand the possibilities of the user's connection with their stories, backgrounds, and characters. This paper analyses the fifteen podcasts produced in Spain during the period 2015-2021 as extensions of series launched on broadcast television channels (La1, Telecinco and Antena 3), pay channels (FOX) and video-on-demand platforms (Movistar+, HBO Max and Amazon Prime Video). The analysis confirms that all of them give continuity to the original narrative universe through a wide variety of sound genres –audio-fictions, interviews, talk shows, reports, and documentaries– and exclusive, distinctive, and valuable story contributions. At the same time, it is notable that, in some cases, distribution strategies are not well defined and do not take advantage of all platforms and devices for accessing content. In any case, the great potential of digital audio as a creative, efficient, and economically accessible resource, both artistically and commercially, is evident. It favors the generation of engagement and promotes a culture of participation and interaction among fans that becomes an effective response to the growing fragmentation of audiences in the contemporary digital ecosystem.

Keywords

Transmedia; Series; Podcast; Audio; Storytelling

1. Introducción

La consolidación de Internet como escenario convergente de distribución y consumo de información y entretenimiento audiovisual no sólo ha redefinido los procesos de producción y comercialización de las industrias de la comunicación, sino también las relaciones entre proveedores y públicos, cada vez más mediatizadas por la tecnología (Pérez-Tornero y Pedrero-Esteban, 2020: 49). El exponencial aumento de contenidos, la multiplicidad y portabilidad de los dispositivos, la sencillez e inmediatez en el acceso y la consiguiente fragmentación de la audiencia, han normalizado propiedades ya intrínsecas a casi cualquier creación digital: ubicuidad, atemporalidad, reversibilidad, multimodalidad e interactividad (Sádaba y Pérez-Escoda, 2020: 101).

Estas coordenadas sustentan los procesos de transformación que en los últimos años se llevan a cabo en el sector mediático, en especial en el mercado del audio (Martínez-Costa y Legorburu, 2020: 304). El cambio se inició con la expansión de la señal hertziana en Internet, se amplió con los formatos sonoros a la carta, y se ha extendido hacia novedosas fórmulas de expresión multimedia propiciadas por los productores digitales. El aumento de las opciones de escucha ha incrementado el tiempo dedicado al sonido *online*, así como la frecuencia y los dispositivos de acceso (Barrios Rubio y Gutiérrez García, 2021: 52), e incide cada vez más en los hábitos de consumo de los usuarios (Terol-Bolinches, Pedrero-Esteban y Pérez-Alaejos, 2021: 477). De ahí la creciente apuesta por la concepción y distribución de contenidos de audio que permitan amplificar el alcance de productos creados con otros lenguajes: los audiolibros, los artículos de prensa leídos por sus autores o los *podcasts* diseñados como historias transmedia (Piñero-Otero y Pedrero-Esteban, 2022: 5).

Las narrativas transmedia –reconocibles a nivel profesional y académico por las siglas NT– sintetizan el enorme abanico de posibilidades que brinda el ecosistema digital en la creación, diversificación y distribución de relatos. Según Henry Jenkins, su pionero conceptual (2008: 25), las narrativas transmedia representan un fenómeno cultural propio de la contemporánea era de la convergencia según el cual los elementos sustanciales de una ficción narrativa pueden ser diseminados por diferentes canales con el fin de propiciar una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada en la combinación de todos ellos (Rodríguez Ferrándiz, 2014: 22). Se trata de que cada medio o canal realice una aportación exclusiva, distintiva y valiosa a la construcción de la historia, es decir, no es una adaptación, transposición o traducción *Inter semiótica*.

Al tratarse de historias globales construidas a partir de diferentes relatos, la estructura en actos desaparece debido a la cantidad de medios involucrados. No obstante, cada uno de esos medios mantiene las estructuras tradicionales, pues cada relato ha de ser independiente del resto y comprensible por sí mismo, sin necesidad de conocer otras partes de la historia. De ahí que el universo narrativo se deba expandir de forma coordinada por diferentes canales y plataformas con el objetivo de profundizar en los argumentos (Rodríguez-Ferrándiz, Ortíz Gordo y Sáez Núñez, 2014: 76).

Las NT generan mundos narrativos que acogen historias, personajes, lugares y amplio recorrido temporal. Ante esos contenidos, el público siente la necesidad de explorarlas y descubrir sus secretos, permitiendo la inmersión a través de los relatos con el fin de crear narrativas complejas, coherentes, congruentes en una secuencia temporal clara y comprensible, aunque no sea lineal (Cabezuelo-Lorenzo, Miranda-Galbe y Barceló, 2020: 28). Según Klastруп y Tosca (2014: 58), el mundo transmedia integra tres dimensiones complementarias para lograr la eficiencia narrativa: a) *Mythos*, es decir, referencia a los antecedentes o al trasfondo cultural del mundo narrativo; b) *Topsos*, que define el espacio y tiempo en que se desarrollan las historias; y c) *Ethos*, o aspecto de la moral y/o la ética que define a los personajes.

Estas tres dimensiones del universo transmedia ayudan a generar la imagen mental en los fans y creadores, de modo que cada relato asociado a una historia principal debe considerar estos aspectos para ampliar el universo y alcanzar la complejidad y riqueza narrativa propia de las NT. La aportación más relevante y valiosa del proceso, y la diferencia con relación a las formas convencionales de narración, es la expansión de la historia: si no hay expansión, no cabe hablar de NT. Las audiencias solo se van a acercar a otros soportes si encuentran contenidos que les proporcionen nuevos datos y experiencias (Albadalejo y Sánchez-Martínez, 2019: 18). Cada contenido ha de añadir algo nuevo a la historia a fin de reactivar la tensión narrativa y proporcionar nueva información desde la que el usuario sienta ampliado el universo narrativo. Cabe orientar la expansión en distintas direcciones si en cada caso se aportan elementos desconocidos hasta ese momento; más que repetir o reiterar datos o sucesos, lo importante es ofrecer renovados niveles de conocimiento para captar su fidelidad. La expansión del relato no ha de plantearse de modo secuencial, también es posible hacerlo de manera asincrónica, en diferentes momentos de la historia, sin que así se perjudique su comprensión (Scolari y Piñón, 2016: 26).

Resulta posible emplear todos los medios, soportes, plataformas o ambientes –físicos o virtuales– como vehículos para las NT; lo esencial es que cada nueva aportación se adapte a las características de esos medios o canales, y que en ellos se mantengan algunos componentes de ineludible presencia:

la geografía o espacio; la historia o tiempo y los personajes. La clave de las NT no radica tanto en un cambio de ingredientes del relato como en su reajuste ante un marco en el que la estructura pierde protagonismo en favor de la dimensión espaciotemporal (Vázquez, González y Quintás, 2019: 75).

La transmedialidad de un relato no siempre se concibe con antelación a su desarrollo; Scolari, Jiménez y Guerrero (2012: 141) identifican dos variantes según su ejecución: la estratégica, cuando la expansión temporal o espacial de una historia se planifica de antemano; y la táctica, cuando no hay una idea previa para la ampliación, que se realiza de forma progresiva e incluso por razones sobrevenidas al proyecto inicial. Cabe sistematizar los niveles de expansión según se basen en el tiempo, el espacio, los personajes o la acción: en el primer caso, las NT proponen relatos que suceden en otros momentos a los de la historia principal; las estrategias basadas en el espacio se refieren a contenidos que presentan lugares diferentes a los conocidos; las de personajes sirven para ampliar los límites de la historia con nuevos personajes (o la aparición de los que habían sido nombrados, pero sin intervenir en la historia) o para profundizar en los ya existentes; finalmente, las estrategias basadas en la acción permiten expandir el relato con nuevas tramas o un mayor detalle de las ya existentes (Pedrero-Esteban, Establés-Heras y Alcázar, 2022: 146).

2. El podcast como recurso transmedia

La naturaleza del *podcast* –flexible, maleable y especializado–, unida a su creciente penetración en la dieta de ocio digital (a nivel mundial, un promedio del 34% de usuarios de Internet escuchan este formato cada mes según el informe *Digital News Report 2022*), ha favorecido su creciente uso como fórmula para ensanchar los universos narrativos de series y películas y reforzar la relación con sus fans. Como apuntan García-Marín y Aparici (2018: 1074), los *podcasts* poseen una gramática narrativa propia, autónoma y específica que brinda experiencias creativas transmedia al extender sus relatos en otras plataformas y construir diferentes tipos de contenidos. En España se constata una progresiva y cada vez más decidida apuesta por la transmedialidad en las producciones seriadas, sobre todo desde la segunda década del nuevo siglo; lo reflejan en diferentes trabajos, entre otros, Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012; Costa-Sánchez y Piñeiro-Otero, 2012; Rodríguez Ferrándiz, Ortiz Gordo y Sáez Núñez, 2014; Cascajosa y Molina, 2017; Ivars-Nicolás y Zaragoza-Fuster, 2017; Olmedo y López Villafranca, 2019; u Ortega y Padilla, 2020. Sin embargo, las expansiones transmedia aún no habían explorado el potencial del audio frente a otros formatos de naturaleza física o virtual: videoblogs, websodios, redes sociales, libros, cómics, juegos de mesa, puzzles, videojuegos, obras de teatro...

Aunque en el proceso de compartir experiencias inmersivas a través de distintos canales la radio –o el audio– ha tardado en hacerse un hueco como vehículo para la narración transmedia, merecen reseñarse como pioneros los trabajos de la Escuela de Radio TEA FM de Zaragoza, como *Pop pins* (basada en los relatos de una escritora que crea mundos paralelos a través de la ficción radiofónica), *Red 3.0*, una webserie radiofónica que permite al oyente ser productor de contenidos y aportar sus líneas argumentales, o *Híbridos sonoros*, radiodocumentales transmedia que se difunden en la web y brindan la interacción con el usuario (López Villafranca, 2018: 69). Pero fue Radio Nacional de España la que primero apostó por historias sonoras ligadas a las series de ficción televisiva. La emisora pública estatal había sido ya pionera en los seriales radiofónicos en la posguerra civil, aunque será a partir de 2015 con *Carlos Rey Emperador* y, sobre todo, con *El Ministerio del Tiempo* –ambas estrenadas en TVE–, cuando la apuesta por la narración sonora como vehículo para la ampliación y expansión de las series de ficción se consolide como sólida estrategia transmedia:

Al pasar de la serie *Isabel* a *Carlos Rey Emperador* en 2015 nos damos cuenta de que hay un *gap* de contenido entre ambas historias que debería ser cubierto de algún modo para facilitar a los fans de la serie la transición de una historia a otra. Así surge *Carlos de Gante*, una conversación ficticia de Carlos V en su retiro de Yuste donde recuerda su infancia en Flandes, que conforma su carácter como emperador que se ve en la serie (Espinosa de los Monteros, 2018, párr. 6).

Se afianzó entonces el recurso al *podcast* como vehículo de continuidad narrativa más allá de su fórmula para conectar con los fans utilizada por las productoras; es el caso de *Chernobyl*, *Watchmen* o *The Good Place*, títulos estrenados en canales televisivos o plataformas de video bajo demanda (HBO o Netflix), cuyos directores, productores y actores grabaron *podcasts* al término de las respectivas temporadas para conversar con el público y responder a sus consultas. Los propios seguidores han reforzado su sentimiento de comunidad apoyándose en este formato: ocurrió con *Hielo y Fuego*, un *podcast* sobre *Juego de Tronos* que produjo más de 230 capítulos y aglutinó 35.000 fans a través de Facebook y Twitter, llegando a impulsar incluso una concentración multitudinaria en la localidad de Osuna (Gil, 2020, párr. 4).

Más aún, la industria televisiva empieza a contemplar el *podcast* como un formato más asequible, directo y eficiente que los episodios-piloto para experimentar con nuevas series de ficción, al tiempo

que sirve de inspiración para adaptar en pantalla las historias originalmente sonoras en las cada vez más competitivas plataformas de video. En Estados Unidos los *podcasts* se asocian a producciones de gran calidad con una narrativa centrada en su dimensión sonora y enfocada en los planos, los efectos de sonido y la música (Olmedo y López Villafranca, 2017: 209); de ahí su atractivo como fuente de adaptación audiovisual. Una de los más prolíficas es la red de *podcasts* Wondery, propiedad de Amazon, cuyos títulos han sido la base de series en Apple TV+ (*The Shrink Next Door*) o Peacock (*Dr. Death* y *Joe Vs. Carole*) (Dams, 2022, párr. 4). En España la serie *Apagón* en Movistar+ (Buendía Estudios, 2022) se inspiró en el *podcast* *El Gran Apagón* (Podium Podcast, 2016), y Pokeepsie Films va a adaptar para Atresmedia la ficción sonora *Santuario* (Phi Beta Lambda, Audible, 2021). ¿La finalidad? Como resalta el creador José Ángel Esteban, “la clave es la búsqueda del espectador diseminado, es decir, la caza del que puede leer, escuchar, ver en distintos soportes” (Labastida, 2021, párr. 2).

3. Metodología y muestra

El objetivo de este estudio es analizar todas las creaciones en formato *podcast* diseñadas como expansión transmedia de series audiovisuales de ficción estrenadas en España entre 2015 (fecha del primer título de esta naturaleza: *Carlos de Gante*, expansión sonora de *Carlos, Rey Emperador*) y 2021. Se identifican los rasgos narrativos, expresivos y estratégicos de estas producciones sonoras concebidas bien como prólogo, epílogo o ampliación del relato audiovisual para ensanchar los escenarios comunicativos, aportar más información y abrir fórmulas de interacción social. La muestra la conforman quince audioserías asociadas a trece series audiovisuales: seis se emitieron en canales lineales de televisión –tres en La 1 de RTVE, dos en Telecinco-Mediaset y una en Antena 3 y el canal de pago FOX–, y nueve en plataformas SVOD (cinco en Movistar+ y una en HBO Max). En total, se han analizado 109 *podcasts* con una duración de 44 horas.

Las herramientas de investigación utilizadas para identificar las estrategias de expansión narrativa en este formato toman como base trabajos previos –Jenkins, 2008; Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012; Rodríguez Ferrándiz, Ortiz Gordo y Sáez Núñez, 2014; Tur-Viñes y Rodríguez Ferrándiz (2014)–, y el instrumento de análisis se ha construido a partir del validado por Ivars-Nicolás y Zaragoza-Fuster (2018: 262) para reconocer la transmedialidad en la narración de un relato.

Tabla 1. Dimensiones de análisis de la transmedialidad de un podcast

1. Medios y plataformas	2. Dispersión narrativa	3. Expansión narrativa			
1.1. Interfaz	Audio/ Vídeo	2.1. Número de piezas	3.1. Acceso expandido (web, app, voz)		
	Audio	2.2. Duración	3.2. Contenido adaptado		
1.2. Plataforma	Propia	2.3. Modalidad	Extensión textual		
	Propia	2.3. Modalidad	Estratégica	3.3. Contenido expandido	Información relevante
	De terceros		Táctica	Información extratextual	
	De terceros	2.4. Orden de piezas	Previas	3.4. Interacción social	
Posterior			3.5. Interactividad	Mecánica	Interacción contenidos

Fuente: Elaboración propia a partir de Ivars-Nicolás y Fuster-Zaragoza (2018)

La medición considera tres dimensiones sobre las variables tecnológicas, productivas y expresivas: medios y plataformas, dispersión narrativa y expansión narrativa; en el primer caso, se atiende a la naturaleza y control de los repositorios sonoros desde los que puede escucharse cada *podcast*; en el segundo se incluyen los indicadores que permiten valorar la estrategia productiva; y en el tercero, atendiendo a los *touchpoints* o puntos de contacto con la narración formulados por Askwith (2007), se define si las piezas sonoras suponen una expansión transmedia y en qué grado según el acceso, la aportación al relato y las posibilidades de interacción. La técnica de estudio ha sido la observación y el análisis de cada producto a partir de los elementos indicados.

Tabla 2. Podcasts transmedia de series de ficción en España (2015-2021)

Serie Audiovisual	Año	Operador	Episodios	Podcast Transmedia	Episodios	Duración
<i>Carlos, Rey Emperador</i>	2015	RTVE	17	<i>Carlos de Gante</i>	5	7'
<i>El Ministerio del Tiempo (T2)</i>	2016	RTVE	13	<i>Tiempo de valientes</i>	6	3-4'
<i>El Ministerio del Tiempo (T3)</i>	2017	RTVE	13	<i>Una llamada a tiempo</i>	4	5-6'
<i>Estoy vivo (T1)</i>	2017	RTVE	7	<i>Bienvenido a la pasarela</i>	7	4-8'
<i>La Zona</i>	2017	Movistar+	8	<i>Desde el búnker</i>	9	7'
<i>La Zona</i>	2017	Movistar+	8	<i>El contador geiger</i>	3	17'-20'
<i>La Peste (T1)</i>	2018	Movistar+	6	<i>El Confesor</i>	6	10'
<i>En el corredor de la muerte</i>	2019	Movistar+	4	<i>En el corredor de la muerte</i>	5	30-45'
<i>Vis a vis (T4)</i>	2019	FOX	8	<i>Vis a Vis: Cara B</i>	12	20'
<i>La línea invisible</i>	2020	Movistar+	8	<i>La línea invisible</i>	5 + 1	30-45'
<i>Acacias 38 (T5)</i>	2020	RTVE	1.283*	<i>Maitino: el podcast</i>	12	7'-12'
<i>Patria</i>	2020	HBO	8	<i>Patria El podcast</i>	8	60'-80'
<i>LQSA (T12-1)</i>	2020	Mediaset	8	<i>La Que Se Avecina</i>	10	25'
<i>El Pueblo (T2)</i>	2021	Mediaset	8	<i>El Pueblo: la audioserie</i>	10	25'
<i>La Fortuna</i>	2021	Movistar+	6	<i>La Fortuna El podcast</i>	6	30'

(*) Capítulos emitidos antes del comienzo del podcast *Maitino*.

Fuente: Elaboración propia

El análisis se desarrolló y sistematizó en tres fases consecutivas: en primera instancia, la identificación y recogida de datos sobre las series que utilizaron el *podcast* como herramienta transmedia en el periodo estudiado; después, la observación (visionado y escucha) de esas producciones y la categorización de los indicadores de referencia para el enjuiciamiento de su estrategia; y, finalmente, la valoración de los datos. Se describen a continuación las series de ficción originales y las expansiones sonoras transmedia desarrolladas para cada una de ellas con el fin de comprender mejor cual fue su propósito creativo para dar continuidad a los respectivos relatos.

3.1. *Carlos de Gante*

Carlos, Rey Emperador es una serie producida por Diagonal TV y emitida en La 1 (TVE) de septiembre de 2015 a enero de 2016; consta de 17 capítulos de una hora de duración. Su ampliación sonora a través del *podcast* se materializó en cinco episodios de 7 minutos accesibles para su escucha a través de la web de RTVE, de iVoox y de Google Podcast. La serie televisiva cuenta la historia de Carlos I de España: su ascenso al poder y las intrigas y amenazas que sufrió durante su reinado en las Coronas de Castilla

entre 1516 y 1556, y como emperador del Sacro Imperio Romano Germánico, ya como Carlos V, hasta su retiro al Monasterio de Yuste. En el *podcast Carlos de Gante* se recogen las reflexiones durante su retiro, donde recuerda su infancia y aprendizaje.

3.2. Tiempo de valientes. El diario de Julián Martínez

El Ministerio del Tiempo es una serie de ficción histórica y género fantástico producida por Onza Partners y Cliffhanger cuya primera temporada se estrenó en febrero de 2015 en La 1. Su argumento gira en torno a una institución gubernamental secreta que depende de la Presidencia del Gobierno cuyo objetivo es detectar e impedir que cualquier intruso del pasado llegue al presente –o viceversa– con el fin de cambiar la historia en su beneficio. Tras la gran acogida de la primera temporada, en febrero de 2016 se estrenó la segunda, de 13 episodios, entre cuyas ramificaciones transmedia se contó con el *podcast Tiempo de valientes. El diario de Julián Martínez*, que a lo largo de seis capítulos de 3-4 minutos dio continuidad a la historia de Julián, cuyo actor hubo de ausentarse y explica en la ficción sonora su viaje a Cuba en 1898.

3.3. Una llamada a tiempo

La tercera temporada de *El Ministerio del Tiempo* se estrenó en La 1 el 1 de junio de 2017. De nuevo, se recurrió al *podcast* para, de forma paralela, explicar qué había hecho Pacino –personaje que encarna Hugo Silva– en su ausencia en el MaT, en una serie de 4 episodios de 5 minutos de duración que se tituló *Una llamada a tiempo*. Los guiones de las ficciones sonoras fueron escritos por Agustín Alonso y Pablo Lara bajo la supervisión de Javier Olivares y Anaïs Schaaff, creador y guionista de la serie. De la realización se encargaron en RNE Benigno Moreno y Mayca Aguilera.

3.4. Bienvenido a la pasarela

Estoy vivo es una serie de Globomedia estrenada en La 1 el 7 de septiembre de 2017. Cuenta el regreso a la vida de Andrés Vargas, un policía que fue asesinado cuando perseguía a un psicópata; en su empeño por detener al criminal recibirá la ayuda de "El enlace" y de su propia hija, convertida en una joven policía. La primera temporada tuvo 13 episodios y en los dos años siguientes (2018 y 2019) se emitieron la segunda y tercera con otros tantos capítulos. En 2021 se estrenó la cuarta, así como su adaptación en Italia y Francia. La expansión sonora, tras la primera temporada, se materializó en el *podcast Bienvenido a la pasarela*, de siete capítulos de 4-8 minutos; argumentalmente, se trata de una precuela para explicar de dónde procede "El enlace" antes de que sea el encargado de guiar a Vargas en su vuelta a la vida.

3.5. Maitino: el podcast

Acacias 38 es un serial diario producido por RTVE y Boomerang TV que se estrenó de forma simultánea en La 1 y La 2 el 15 de abril de 2015, y que entre el 16 de abril de ese año y el 4 de mayo de 2021 se emitió en las tardes de La 1. Ambientada entre 1899 y 1920 en el barrio burgués de una gran ciudad española, cuenta la historia de un grupo de criadas y las familias para las que trabajan. Entre los personajes de la 5ª temporada (1913-1914) están la pintora Maite Zaldúa y su alumna Camino Pasamar, que mantendrán un romance imposible en esa época que les obligará a marcharse a París. En el capítulo 1.283 desaparecen de la serie y comienza el *podcast* cuyo nombre, *Maitino*, surge de la contracción de sus nombres. A lo largo de doce episodios de entre 7 y 12 minutos, la audioserie relata su relación en la ciudad parisina. Su éxito, sobre todo entre el público más joven (a diferencia del que seguía la serie en la programación televisiva) ha llevado a TVE a anunciar un *spin off* de *Acacias 38* centrada en las protagonistas.

Figura 1: Series y podcasts transmedia en RTVE



Fuente: Elaboración propia (imágenes RTVE)

3.6. Desde el búnker

La Zona es una serie producida por Movistar+. Se estrenó el 27 de octubre de 2017, con un total de ocho episodios de 50 minutos de duración. Relata la investigación de un asesinato en la zona de exclusión en torno a un reactor nuclear en el norte de España a cargo del inspector Héctor Uría, único superviviente del primer grupo que acudió en socorro de la central. El *podcast* de *La Zona* se titula *Desde el búnker*, y fue desarrollado por la productora El Cañonazo Transmedia. En los 9 capítulos de 7 minutos se relata cómo @arcan_hell, internauta anónimo con muchos seguidores, difunde teorías conspirativas sobre la zona.

3.7. El contador geiger

También ligado a *La Zona*, desde El Cañonazo Transmedia se diseñó un segundo *podcast* con el título de *El contador geiger*; en tres capítulos de entre 17 y 20 minutos, los directores de la serie –Alberto y Jorge Cabezudo– explican detalles técnicos y analizan el proceso productivo. Algunos protagonistas plantean preguntas sobre el trabajo de creación de la serie, al estilo de un reportaje en radio. El *podcast* se asemeja a la reconocible fórmula del *making-of*, pero en esta ocasión en versión exclusivamente sonora.

3.8. El confesor

La Peste es una producción original de Movistar+ de seis capítulos creada por Alfredo Rodríguez y Rafael Cobos; se estrenó el 12 de enero de 2018. La serie recrea la Sevilla del siglo XVI con una epidemia de peste como telón de fondo. Durante 1597 son asesinadas varias personas relacionadas con el protestantismo, lo que lleva al Inquisidor general a reclamar a Mateo, un militar e impresor condenado por la propia institución, para investigar los crímenes. La productora El Cañonazo Transmedia diseñó una audioserie de seis episodios de 10 minutos en los que el guionista Rafael Cobos, tras confesar qué elementos del universo narrativo son reales y cuáles no, es condenado por la Inquisición a escuchar a sus personajes. En cada capítulo conversa con ellos para aportar claves a la historia y detalles sobre el pasado de la ciudad.

3.9. En el corredor de la muerte

En el corredor de la muerte es la serie producida por Bambú para Movistar+ basada en el libro del mismo título de Nacho Carretero. Narra el caso real del preso hispano-estadounidense Pablo Ibar, encarcelado en 1994 por la muerte del dueño de un club nocturno y dos modelos, pese a que las pruebas no acreditan su autoría. La serie, cuatro capítulos de 50 minutos, se estrenó el 13 de septiembre de 2019. El relato del *podcast* a lo largo de cinco capítulos se ajusta a la investigación del periodista Nacho Carretero: un documental que expone con rigor las debilidades del proceso judicial e incluye entrevistas originales al reo y a su familia. Los cuatro episodios –entre 30 y 45 minutos– mantienen la secuencia temporal de la historia, y un quinto adicional permite a los creadores dialogar sobre la construcción del relato.

Figura 2. Series y podcasts transmedia en Movistar+



Fuente: Elaboración propia (imágenes Movistar+ y Podium Podcast)

3.10. *La línea invisible*

La línea invisible es una serie de seis capítulos producida por Movistar+ y estrenada en abril de 2020. Dirigida por Mariano Barroso y con un reparto coral d destacan Antonio de la Torre, Álex Monner y Anna Castillo, la ficción, basada en hechos reales, narra cómo la banda terrorista ETA inició la lucha armada en 1968 con el asesinato del guardia civil José Antonio Pardines. La expansión sonora se articula en cinco episodios –en correspondencia con los capítulos de la ficción– más un capítulo adicional, y en ellos la periodista Conchi Cejudo reconstruye mediante numerosas entrevistas cómo y por qué comenzó la historia de violencia de ETA y quiénes fueron sus protagonistas. Las piezas, dirigidas por Pablo González Batista y con la producción de Lavinia Voice, Goroka y Sentido Films, tienen una duración de entre 30 y 45 minutos.

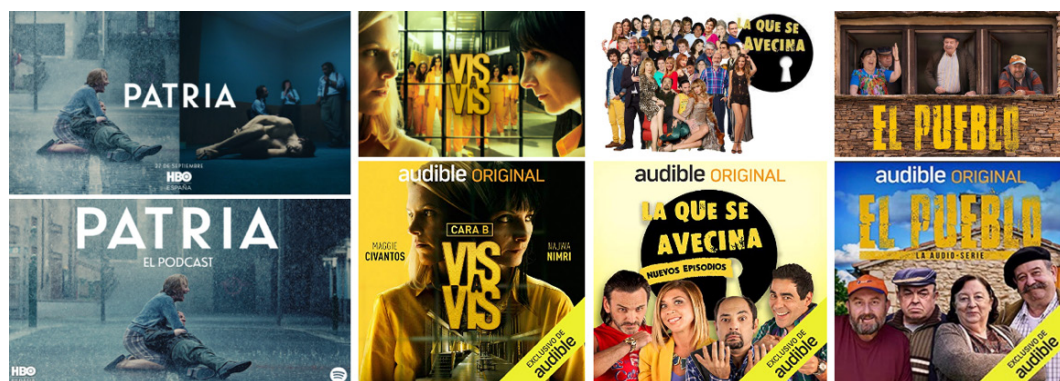
3.11. *La Fortuna*

La Fortuna es una serie de Movistar+ de seis episodios producida por AMC Studios y MOD Pictures y dirigida por Alejandro Amenábar. Se estrenó el 30 de septiembre de 2021. Inspirada en el cómic *El tesoro del cisne negro*, de Paco Roca, reconstruye el litigio que entre 2007 y 2012 enfrentó al Gobierno de España con una empresa cazatesoros estadounidense por el tesoro de la fragata Nuestra Señora de las Mercedes. En el barco se recuperaron monedas de oro y joyas con un valor superior a 500 millones de dólares. Con ese contexto, *La Fortuna-El Podcast* se concibió como una investigación sobre los piratas del siglo XXI y quienes luchan contra el expolio del arte. El periodista Arturo Lezcano dirige este documental sonoro de The Voice Village conducido por Eixchélt González. El podcast se compone de seis capítulos de 30' estrenados los días 14, 21 y 28 de octubre de 2021 en las plataformas de audio Spotify e iVoox, además de en YouTube.

3.12. *Patria*

Patria se basa en la novela de Fernando Aramburu que recrea el conflicto vasco en una pequeña localidad de Euskadi donde dos familias de estrecha relación se acaban separando en dos bandos: por un lado, una madre con un hijo etarra en la cárcel; por otro, la viuda de un asesinato por ETA. La serie, en HBO Max, consta de ocho capítulos que abarcan los treinta años de conflicto armado, y se completa con dos extras con declaraciones del equipo artístico sobre el rodaje. En cuanto a su expansión, *Patria, el podcast* analiza, en ocho episodios de una hora cada, capítulo estrenado esa semana en HBO (guion, interpretación, curiosidades...), y añade una entrevista de contraste (salvo en los episodios 4 y 7) entre dos actores que representan los dos "bandos" de la historia. Este podcast solo se puede escuchar en Spotify.

Figura 3. Series y podcasts transmedia en HBO-Spotify y Prime Video-Audible



Fuente: Elaboración propia (imágenes HBO, Spotify, Amazon Prime Video y Audible)

3.13. *Vis a vis: Cara B*

Vis a vis es una serie producida por Globomedia cuyas dos primeras temporadas (2015 y 2016) se emitió en Antena 3, y las dos últimas (2018 y 2019) en el canal de pago FOX España. Ambientada en una cárcel, se centra en la historia de Macarena, que entra como interna en una prisión de mujeres tras ser acusada de malversación y fraude fiscal. Tras 40 capítulos –y ocho más del *spin off* *Vis a vis: el Oasis*, que FOX estrenó en 2020–, José Ángel Esteban creó y dirigió para Audible *Vis a vis: Cara B*, protagonizada por las actrices Maggie Civantos y Najwa Nimri, bajo la supervisión del *showrunner* de la producción original Iván Escobar. La expansión transmedia en audio consta de 12 episodios de 20 minutos en los que se desarrolla una trama que, respetando el espíritu de la serie, introduce elementos que hacen del sonido un ingrediente esencial y otorgan al relato una entidad propia y diferencial, conforme a los rasgos de esta herramienta narrativa.

3.14. *La que se avecina*

La que se avecina es una serie audiovisual creada por los hermanos Alberto y Laura Caballero y Daniel Deorador para Telecinco. Se estrenó el 22 de abril de 2007, y narra los problemas de una comunidad de vecinos de lujo de la urbanización Mirador de Montepinar, a las afueras de Madrid, que anuncian servicios inexistentes. Desde la temporada duodécima, tras el acuerdo de Mediaset España y Amazon Prime Video, la serie puede verse en la plataforma de *streaming* antes de su emisión en abierto. La primera mitad (8 episodios) se estrenó en Amazon el 29 de mayo de 2020 y en Telecinco el 11 de noviembre. El 9 de octubre se publicaron en Audible 10 episodios con historias originales narradas por los mismos actores. Las piezas, de entre 20 y 32 minutos, han sido dirigidas por Araceli Álvarez y Daniel Deorador para Contubernio Films.

3.15. *El pueblo*

El pueblo es una comedia española creada por Alberto Caballero, Nando Abad y Julián Sastre desde la productora Contubernio Films. La primera temporada se estrenó en exclusiva en Amazon Prime Video el 14 de mayo de 2019 y en Telecinco el 15 de enero de 2020. La serie trata de un grupo de gente de ciudad que decide mudarse a Peñafría, un pequeño pueblo de Soria donde se les promete vivienda y un estilo de vida de mayor calidad para la salud. Pero la adaptación al nuevo entorno no resulta fácil, y el contraste con la mentalidad de los vecinos del aquel entorno podrá en evidencia los contrastes entre la vida rural y la urbana. Tras dos entregas de 8 capítulos cada una (2019 y 2020), la tercera temporada se estrenó el 2 de diciembre de 2021 en Amazon Prime Video de forma simultánea al *podcast* transmedia *El pueblo: la audioserie* en Audible: diez episodios de 25 minutos de duración con los mismos protagonistas de la serie, pero con tramas diferentes que pueden ser escuchadas de forma complementaria o alternativa.

4. Resultados

La aplicación de los indicadores para medir la transmedialidad de los quince *podcasts* producidos en España entre 2015 y 2021 como extensión narrativa de series de ficción permite reconocer las estrategias en el uso de esta herramienta, así como las oportunidades que tanto a nivel creativo y expresivo como comercial abren para el refuerzo de la conexión con los fans y para alcanzar nuevos públicos a través del audio. De forma general, todos los *podcasts* revelan su carácter transmedia al expandir el relato de cada serie; la información sonora resulta relevante, es decir, amplía los argumentos, los rasgos de los personajes o los entornos espaciales y temporales donde transcurre la acción.

Salvo un caso, el contenido se asimila de forma autónoma mediante la escucha de las piezas sonoras; únicamente el *podcast Carlos de Gante* se ha diseñado para su consumo en una interfaz de pantalla, con imágenes que completan la información auditiva. Se constata una amplia variedad de géneros en la muestra analizada: ficción, entrevistas, reportajes, crónicas y documentales, siempre sobre una alta exigencia en el tratamiento y textura del lenguaje, así como en la calidad de las grabaciones. Atendiendo a las tres dimensiones analizadas en el estudio, se han constatado las siguientes evidencias:

Tabla 3. Plataformas de distribución de los podcasts transmedia analizados

Podcast Transmedia	Apple	Google	iVoox	Podium	Audible	Spotify	YouTube	Web
1. Carlos de Gante		•	•					•
2. Tiempo de valientes		•	•					•
3. Una llamada a tiempo		•	•					•
4. Bienvenido a la pasarela		•	•					•
5. Maitino: el podcast							•	•
6. Desde el búnker	•	•						•
7. El contador geiger		•				•		•
8. El Confesor		•	•			•		•
9. En el corredor de la muerte	•	•	•	•		•		•
10. La línea invisible		•	•			•		
11. La Fortuna: El podcast			•			•	•	
12. Patria El podcast						•		
13. Vis a vis: Cara B					•			
14. La Que Se Avecina					•			
15. El pueblo: la audioserie					•			

Fuente: Elaboración propia

- a. En el apartado de distribución e interfaces de acceso (medios y plataformas), se constata la diferencia entre los *podcasts* de RTVE y los de los operadores privados; en el primer caso, la disponibilidad se ciñe a sus repositorios (web y *app* de RTVE) y a las plataformas iVoox y Google Podcast, y solo en dispositivos de pantalla. En cambio, los *podcasts* de las series de Movistar+ se escuchan en varios servicios (Spotify, Apple Podcast, Google Podcast), aunque no en todos (Tabla 3). Los únicos creados por operadores del sector del *podcasting* son *En el corredor de la muerte* (Podium Podcast) y *Vis a vis*, *La que se avecina* y *El pueblo* (Audible), también únicas disponibles en altavoces inteligentes mediante comandos de voz. Cabe resaltar que los tres últimos forman parte del catálogo de una plataforma de pago y, por ello, están enfocados a la captación de suscriptores; de hecho, Audible contiene más títulos transmedia de series de otros países (como *Expediente X*), lo que prueba su eficiencia comercial. *Patria* es también un título exclusivo, en este caso de Spotify, pero disponible en abierto. Todos los *podcasts* transmedia tienen plena autonomía sonora salvo *Carlos de Gante*, que apela a la interacción visual con imágenes de contexto en la web de la serie.
- b. En cuanto a la dispersión narrativa de los *podcasts*, domina el diseño estratégico, es decir, previo al estreno de la serie audiovisual, lo que contribuye a que cada medio haga una contribución distintiva y valiosa, como exige Jenkins (2008). Es así como la narración adquiere profundidad por la correlación intertextual entre la producción audiovisual y la sonora, lo que permite al usuario

comprender mejor tramas y personajes, o bien descubrirlos si no ha visto la serie. El *podcast* constituye una de las principales acciones transmedia de *La zona* y *La peste*, diseñadas por El Cañonazo Transmedia; para la primera produjo dos, si bien uno de ellos –*El contador Geiger*–, con detalles a posteriori sobre el proceso creativo y productivo, se considera táctico. Sus tres capítulos rozan los 20' y solo son superados por los episodios de *La línea invisible*, de casi 45'; ésta es la producción cuya narrativa se aproxima más al relato radiofónico, igual que *En el corredor de la muerte*, con entrevistas y reportajes a quienes protagonizaron los hechos que las series relatan de forma ficcional. El *podcast* de *La Fortuna*, planificado también durante la grabación de la serie, constituye una ilustrativa demostración del potencial informativo y divulgativo de esta narrativa, pues a través de crónicas y reportajes da a conocer una realidad poco conocida gracias a su asociación con la serie. En la modalidad táctica se sitúan las ficciones sonoras de *El Ministerio del Tiempo*, creadas para cubrir las ausencias de sus dos protagonistas (Rodolfo Sancho en *Tiempo de Valientes* y Hugo Silva en *Una llamada a tiempo*); *Maitino*, que profundiza en el romance de sus dos protagonistas; y *Vis a vis*, *La que se avecina* y *El pueblo*, apuestas de Amazon-Audible para atraer a sus espectadores televisivos.

- c. Por último, el análisis de la expansión narrativa permite confirmar que todos los *podcasts* analizados son realmente transmedia, es decir, amplían el relato principal de las series a las que complementan. En la mayoría de los casos la información resulta relevante y completa la historia con hechos previos (*Bienvenido a la pasarela*) o posteriores (*Carlos de Gante*) a la ficción, o profundiza en ella a través de situaciones paralelas y simultáneas a las del relato principal (*La Fortuna*). La interactividad del usuario con estos *podcasts* responde a lo que Askwith (2007: 95) denomina "mecánica", más bien limitada, salvo en el caso de la serie sonora *Desde el búnker*: su protagonista, @Arcan_hell, no aparece en el relato de *La Zona*, pero amplía su universo narrativo. El personaje también cobra vida en redes sociales (Twitter y Facebook), donde los fans pueden interactuar con él y saber más detalles en la web del movimiento denominado "Adversus", al que está vinculado. Se trata de una muestra modélica del potencial de los *podcasts* transmedia para promover la cultura participativa y la actividad de los fans que defiende Jenkins: cada historia aspira a una remodelación moldeada de arriba hacia abajo por decisiones surgidas desde las salas de reuniones corporativas; y de abajo hacia arriba por decisiones nacidas en dormitorios de adolescentes (Hidalgo-Mari y Segarra-Saavedra, 2020: 114).

5. Discusión y conclusiones

Del análisis sobre las variables que revelan el carácter transmedia de los *podcasts* producidos en España como expansión de series entre 2015 y 2022 se pueden formular las siguientes reflexiones y conclusiones:

- El *podcast* constituye un atractivo y eficiente vehículo de expansión transmedia por la naturaleza del lenguaje sonoro, cuyo consumo resulta individual y personalizado, compatible con otras tareas y adaptable a múltiples dispositivos, canales y sistemas de distribución. La progresiva y generalizada penetración de este formato a escala global permite a los creadores de series ampliar el alcance de las historias y reforzar su conexión emocional con seguidores y fans. Los ejemplos analizados en España y las tendencias afianzadas en otros países –especialmente en Estados Unidos– aventuran una creciente apuesta por la ficción, conversación o documentación sonora para mantener el interés, mejorar la promoción o aumentar el consumo de las series o películas estrenadas en salas de cine, canales de TV o plataformas de suscripción VOD.
- La herramienta favorece la competitividad de las propias redes de *podcast*, algunas de las cuales recurren a esta variante como un producto exclusivo en sus catálogos; ello explica que Netflix haya anunciado que ofrecerá en su servicio *podcasts* sobre sus series y que HBO Max haya producido ya un *podcast* original vinculado a uno de sus grandes títulos: *Batman, The Audio Adventures*, interpretado por los actores Jeffrey Wright como El Caballero de la Noche, Rosario Dawson como Catwoman y John Leguizamo como The Riddler; los dos primeros capítulos fueron distribuidos gratuitamente en todas las plataformas de *podcast*, pero los ocho restantes solo se pueden escuchar mediante pago en la propia plataforma de HBO Max. Como se ha señalado, la plataforma Audible (Amazon) apuesta por muchos títulos sonoros que constituyen expansiones transmedia de series en Amazon Prime Video.
- El potencial amplificador del *podcast* ligado a series de ficción resulta idóneo para operadores y grupos de medios con marcas propias en los mercados audiovisual y sonoro: las audioseries producidas por RNE como expansión de series emitidas en TVE muestran un camino que también pueden recorrer las corporaciones públicas autonómicas con cadenas de radio y televisión, bien con títulos de estreno o con la recuperación de exitosas series en TV de otras épocas que pueden retomar tramas antiguas o plantear nuevos argumentos a través del audio. La misma estrategia resulta plausible para los operadores privados: Atresmedia estrenó en marzo, en su plataforma

de pago Atresplayer, la serie *La edad de la ira*, basada en la novela del dramaturgo y director teatral Nando López. Es el propio autor quien conduce el *podcast* del mismo título estrenado simultáneamente y disponible en la web de la cadena y en Spotify e iVoox. Se trata de la última plasmación hasta la fecha de la recíprocamente provechosa correlación narrativa de las historias en lenguaje audiovisual y sonoro.

- Esas posibilidades se multiplican por la variedad, elocuencia y expresividad de géneros en torno a los que cabe articular los relatos contruidos para ser escuchados (Kischinhevsky, 2009: 234). A la capacidad de ensoñación que posibilita la ficción de audio, reforzada por las voces de los actores a quienes el oyente conoce por la serie televisiva, se suma la efectividad de las entrevistas, charlas y reportajes que complementan las ficciones basadas en hechos reales: los testimonios de los verdaderos protagonistas de ambas historias otorgan mayor verosimilitud a las series televisivas y dan continuidad a la dimensión informativa de hechos de interés periodístico (sucede con los *podcasts* que amplían en Audible los documentales *El desafío: ETA* y *El desafío: 11M* en Amazon Prime Video).
- La calidad en la producción de los *podcasts* transmedia revela gran cuidado y exigencia al margen del número de episodios o de su duración. Semejante condición no solo merece destacarse en las piezas producidas por RNE –cuya experiencia en ficción sonora está acreditada (Cascajosa y Molina, 2017; Rodero, Pérez-Maíllo y Espinosa de los Monteros, 2019: 154)–, sino también por los *podcasts* creados por El Cañonazo Transmedia, Podium Podcast y Lavinia Voice. La calidad en la producción de *podcasts* resulta más asequible en términos de costes: como destaca Alberto Caballero, director de *La que se avecina*, “a las historias sonoras las llamamos “los imposibles” por abordar tramas complicadas de producir por costes” (Herruzo, 2020, párr. 5).
- Aunque la concepción, narración y producción de los *podcasts* transmedia analizados merece la máxima valoración por las razones señaladas, cabe advertir la conveniencia de mejorar su distribución para alcanzar mayor impacto en términos de audiencia: en el caso de las expansiones de audio de RTVE, su difusión limitada a los canales digitales de la Corporación (web y apps) y solo dos plataformas de terceros reduce la localización y la escucha de estos *podcasts*. En el caso de las series transmedia de Movistar+, sorprende que no estén disponibles en todas las distribuidoras (Apple Podcast, Google Podcast, Spotify e iVoox), en su mayor parte con disponibilidad a nivel internacional (Pérez-Alaejos, Terol-Bolinches y Barrios-Rubio, 2022: 5), sino solo en algunas de ellas, incluso en otras de menor penetración como Spreaker. A ello se une la falta de integración de estos *podcasts* en los dispositivos con asistentes de voz (altavoces inteligentes, asistentes en *smartphones*...), cuya penetración en los usos y hábitos de consumo digital de los usuarios contribuiría a una mayor difusión y popularidad.

A partir de lo expuesto, esta investigación evidencia que la expansión de los relatos de ficción audiovisual –películas y series– a través del lenguaje sonoro de los *podcasts* transmedia amplía la historia principal y ayuda a dar forma al universo narrativo que hoy anhelan los creadores contemporáneos; además, favorece la generación del *engagement* tan deseado por los productores para generar comunidades y estimular el fenómeno fan en un contexto de afianzamiento de la alfabetización transmedia (Alonso-López y Terol-Bolinches, 2020: 145). Se trata de una estrategia de expansión muy valiosa tanto por su facilidad de producción y distribución multiplataforma como por su impacto emocional en el usuario, sin olvidar las posibilidades de generación de negocio. En suma, el *podcast* transmedia constituye una de las fórmulas expresivas más efectivas para eludir la fragmentación de audiencias a la que ha conducido la exponencial oferta de contenidos y canales de información, ocio y entretenimiento digital.

6. Bibliografía

Albadalejo-Ortega, S., y Sánchez-Martínez, J. (2019). El ecosistema mediático de la ficción contemporánea: relatos, universos y propiedades intelectuales a través de los transmedial worlds. *Icono 14*, 17(1), 15-38. <https://doi.org/10.7195/ri14.v17i1.1241>

Alonso López, N., y Terol-Bolinches, R. (2020). Alfabetización transmedia y redes sociales. *Icono 14*, 18(2), 138-161. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1518>

Askwith, I. (2007). *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an engagement medium* [Tesis de Master, Massachusetts Institute of Technology]. <https://bit.ly/3PVIWK2>

Barrios Rubio, A., y Gutiérrez-García, M. (2021). Prácticas juveniles de consumo sonoro, entre grandes plataformas y el ecosistema radiofónico: caso Colombia-España. *Comunicación y Sociedad*, 1-24. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7820>

- Cabezuelo-Lorenzo, F., Miranda-Galbe, J., y Barceló-Sánchez, J. M. (2020). Estrategias de expansión narrativa en proyectos transmedia de ficción: el caso de 'El Ministerio del Tiempo'. *International Review of Communication and Marketing*, 2(3), 22-35. <https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2020.v02.i03.02>
- Cascajosa Virino, C., y Molina Cañabate, J. P. (2017). Narrativas expandidas entre la tradición y la innovación: construyendo el universo transmedial de *El Ministerio del Tiempo*. *Tropolías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 27, 120-135. https://doi.org/10.26754/ojs_tropolias/tropolias.2017271544
- Costa-Sánchez, C., y Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de 'Águila Roja' (RTVE). *Icono 14*, 10(2), 102-125. <https://10.7195/ri14.v10i2.156>
- Dams, T. (16/06/2022). Why high-end TV creators are turning to podcasts for the next big hit. *ScreenDaily*. <https://bit.ly/3OMHN5f>
- Espinosa de los Monteros, M. J. (19/01/2018). Las series de televisión se convierten en podcast. *El País*. <https://bit.ly/3OCD1HF>
- García-Marín, D., y Aparici, R. (2018). Nueva comunicación sonora. Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting. *Profesional de la información*, 27(5), 1071-1081. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep11>
- Gil, F. G. (19/02/2020). Termina la serie, empieza el podcast: la radio como refugio friki para huérfanos televisivos. *elDiario.es*. <https://bit.ly/3vvgEio>
- Herruzo, I. (2020). 'La que se avecina' estrena una nueva y original temporada en formato audioserie. *Diez Minutos*, 02/10/2020, párrafo 3. <https://bit.ly/3fybaXa>
- Hidalgo-Marí, T., y Segarra-Saavedra, J. (2020): Interactividad transmedia en la ficción televisiva. Análisis del capítulo piloto de *Si fueras tú* (RTVE). *Documentación de Ciencias de la Información*, 43, 113-120. <https://doi.org/10.5209/dcin.65965>
- Ivars-Nicolás, B., y Zaragoza-Fuster, T. (2018). Lab RTVE. La narrativa transmedia en las series de ficción. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 257-271. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.20>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Kischinhesky, M. (2009). Cultura da portabilidade. Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. *Observatorio (OBS*) Journal*, 8, 223-238.
- Klastrup, L., & Tosca, S. (2014). Game of Thrones. Transmedial Worlds, Fandom and Social Gaming. In M. L., Ryan, & J. Thon (eds.), *Storyworlds across media. Toward a Media-Conscious Narratology* (pp. 295-314). University of Nebraska Press.
- Labastida, M. (15/08/2021). Los podcasts y las series tejen nuevas alianzas. *Las Provincias*. <https://bit.ly/3vjQPzN>
- López Villafranca, P. (2018). Estudio de casos de la ficción sonora en la radio pública, RNE, y en la plataforma de podcast del Grupo Prisa en España. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social 'Disertaciones'*, 12(2), 65-78. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6547>
- Martínez-Costa, P., y Legorburu, J. M. (2020). Audio digital e interfaces de voz: una nueva era para la sonosfera. En L. M. Pedrero-Esteban, y A. Pérez-Escoda (eds), *Cartografía de la comunicación postdigital. Medios y audiencias en la sociedad de la COVID-19* (pp. 303-329). Aranzadi.
- Olmedo, S., y López, P. (2019). Análisis comparativo de podcasts y series televisivas de ficción. Estudio de casos en España y Estados Unidos. *Index.comunicación*, 9(2), 183-213. <https://doi.org/10.33732/ixc/09/02Análisis>
- Ortega Fernández, E., y Padilla Castillo, G. (2020). Diálogo transmedia de las series de televisión. La superación de la Quinta Pared en *House of Cards*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(3), 1101-1120. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.67783>
- Pedrero-Esteban, L. M., Establés Heras, M. J., y Alcázar García, L. (2022). La narrativa transmedia en las series de ficción. En R. Gago Gelado, M. Saavedra Llamas, y N. Grijalba de la Calle (coords.), *La nueva edad de oro de las series de ficción en España: mercado, narrativas y públicos* (pp. 143-156). Trant Humanidades.

- Pérez-Alaejos, M. P. M., Terol-Bolinches, R., & Barrios-Rubio, A. (2022). Podcast production and marketing strategies on the main platforms in Europe, North America, and Latin America. Situation and perspectives. *Profesional de la Información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.22>
- Pérez-Tornero, J. M., y Pedrero-Esteban, L. M. (2020). Las coordinadas digitales del ecosistema comunicativo. En L. M. Pedrero-Esteban, y A. Pérez-Escoda (eds), *Cartografía de la comunicación postdigital. Medios y audiencias en la sociedad de la COVID-19* (pp. 37-56). Aranzadi.
- Piñero-Otero, T., & Pedrero-Esteban, L. M. (2022). Audio communication in the face of the renaissance of digital audio. *Profesional de la Información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.07>
- Rodero, E., Pérez-Maíllo, A., y Espinosa de los Monteros, M. J. (2019). Ficción sonora en el ecosistema digital. En L. M. Pedrero-Esteban, y J. M. García-Lastra (eds), *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp. 151-173). Tirant.
- Rodríguez Ferrándiz, R. (2014). El relato por otros medios: ¿un giro transmediático? *Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 19-37. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43901
- Rodríguez Ferrándiz, R., Ortiz Gordo, F., y Sáez Núñez, V. (2014). Contenidos transmedia de las teleseries españolas: clasificación, análisis y panorama en 2013. *Communication & Society*, 27(4), 73-94. <https://10.15581/003.27.4.sp.73-94>
- Sádaba, C., y Pérez-Escoda, A. (2020). La generación *streaming* y el nuevo paradigma de la comunicación digital. En L. M. Pedrero-Esteban, y A. Pérez-Escoda (eds), *Cartografía de la comunicación postdigital. Medios y audiencias en la sociedad de la COVID-19* (pp. 97-114). Aranzadi.
- Scolari, C. A., Jiménez Morales, M., & Guerrero-Pico, M. (2012). Transmedia Storytelling in Spain: four fictions searching for their cross-media destiny. *Communication & Society*, 25(1), 137-164.
- Scolari, C. A., y Piñón, J. (2016). Las narrativas transmedia en el mercado audiovisual latino de Estados Unidos. Actores, contenidos y estrategias. *Comunicación y Sociedad*, 27, 13-52. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i27.4335>
- Terol-Bolinches, R., Pedrero-Esteban, L. M. y Pérez-Alaejos, M. P. M. (2021). De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante. *Historia y Comunicación Social*, 26(2), 475-485. <https://doi.org/10.5209/hics.77110>
- Tur-Viñes, V., y Rodríguez-Ferrándiz, R. (2014). Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de *Pulseras Rojas* en el grupo oficial de Facebook. *Cuadernos.info*, 34, 115-131. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.34.549>
- Vázquez-Herrero, J., González-Neira, A., y Quintás Froufe, N. (2019). La audiencia activa en la ficción transmedia: plataformas, interactividad y medición. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 73-93. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2019-1322>