

## **Anatomía del *transpodcaster*: un nuevo perfil de productor en el *podcast* independiente**

**Lucas Matías Contreras**

*Universidad Nacional de Rosario. (Argentina).*

lucas.matias.contreras@mi.unc.edu.ar

<https://orcid.org/0000-0002-1582-8084>

**David García-Marín**

*Universidad Rey Juan Carlos. (España).*

david.garciam@urjc.es

<https://orcid.org/0000-0002-4575-1911>

**Claudia Gabriela Ardini**

*Universidad Nacional de Córdoba. Universidad Nacional de Villa María. (Córdoba, Argentina).*

cardini@unc.edu.ar

<https://orcid.org/0000-0001-8106-4070>

**Fecha de finalización:** 30 de agosto de 2022.

**Recibido:** 5 de septiembre de 2022.

**Aceptado:** 31 de octubre de 2022.

**DOI:** <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.con>

### **Resumen**

Mientras el *podcast* se consolida como *nuevo nuevo medio*, crecen las experiencias de *transpodcasts*, es decir, desbordamientos transmedia de los límites sonoros para expandir la narrativa y ampliar la participación, pero siempre manteniendo al *podcast* como el eje central de la historia. En este contexto, y a partir del estudio de la participación de *podcasters* independientes de la ciudad de Córdoba (Argentina), este



artículo analiza un nuevo perfil de creador de *podcast* vinculado con la producción de *transpodcast*. El objetivo central del trabajo es describir un conjunto de experiencias *transpodcast* localizadas en esta ciudad, así como caracterizar a sus productores. Mediante una investigación cualitativa con trabajo de campo etnográfico, se obtuvieron datos relevantes sobre experiencias de transmedia sonora desarrolladas durante el primer semestre del año 2021 en la capital de la provincia de Córdoba. De forma específica, el estudio se centró en tres podcasts concretos: *Parque Podcast*, *No me grites producciones* y *Una bomba de tiempo*. Las técnicas aplicadas, en especial las entrevistas en profundidad mantenidas con cuatro productores de los proyectos mencionados, permitieron identificar características de estos usuarios distintas de otros perfiles descritos en anteriores investigaciones. Tras el análisis, se concluyó que los integrantes estables de equipos multidisciplinares que diseñan y ejecutan *podcasts* transmedia se profesionalizan y designan, al menos, a un coordinador con una mirada integral del proyecto. Estas personas se encuadran en el perfil de productor o productora transmedia, y de manera específica en un nuevo perfil o rol de usuario-productor de *podcast* que, en contribución al debate en la materia, denominamos *transpodcaster*.

**Palabras clave:** narrativa transmedia, *podcast*, *transpodcast*, cultura participativa.

## **Anatomy of a transpodcaster: a new type of independent podcast producer**

### **Abstract**

As the podcast establishes itself as a new medium, an increasing number of transpodcasts have emerged. These are transmedia projects that expand the limits of sound to broaden the possibilities of narrative and increase participation, while always keeping podcasts at the center of the experience. In this context — and through a study of independent podcasters in the city of Córdoba, Argentina — this article analyzes a new type of podcast producer, linked to the production of transpodcasts. Our main goal is to describe a group of transpodcast experiences in the aforementioned city and characterize their producers. Through qualitative investigation and ethnographic field work, we were able to obtain relevant data about sound-based transmedia experiences developed during the first semester of 2021 in the capital of the province of Córdoba. Specifically, the study focuses on three podcasts: *Parque Podcast*, *No me grites*

*producciones*, and *Una bomba de tiempo*. Our approach, and especially our in-depth interviews with the producers of the aforementioned projects, allowed us to identify the main traits of these producers, who are distinct from those profiled in previous studies. Following our analysis, we concluded that the members of the multidisciplinary teams that design and execute transmedia podcasts tend to professionalize their craft and designate at least one coordinator who can look over the entire project. These coordinators adopt the role of a producer or transmedia producer, specifically the new role of a user-producer of a podcast, which, in our contribution to the subject, we are calling a transpodcaster.

**Keywords:** transmedia narrative, podcast, transpodcast, participatory culture.

## **Anatomía do transpodcaster. Um novo perfil de produtor no podcast independente**

### **Resumo**

Enquanto o podcast se consolida como um novo meio, crescem as experiências de transpodcast, ou seja, transbordando limites sonoros para ampliar a narrativa e ampliar a participação, mas sempre mantendo o podcast como eixo central da história. Nesse contexto, e com base na análise da participação de podcasters independentes da cidade de Córdoba, Argentina, este artigo descreve um novo perfil de usuário de podcast vinculado à produção de transpodcast. O principal objetivo deste trabalho é descrever um conjunto de experiências de transpodcast localizadas nesta cidade, bem como caracterizar os seus produtores. Por meio de pesquisa qualitativa com trabalho de campo etnográfico, foram obtidos dados relevantes sobre experiências transmídia sonoras desenvolvidas durante o primeiro semestre de 2021 na capital da província de Córdoba. Especificamente, o estudo centrou-se em três podcasts: *Parque Podcast*, *No me grites producciones* y *Una bomba de tiempo*. As técnicas aplicadas, principalmente as entrevistas em profundidade com quatro produtores dos projetos acima mencionados, permitiram identificar características desses usuários que se diferenciam de outros perfis descritos em pesquisas anteriores. Após a análise, concluiu-se que os integrantes estáveis das equipes multidisciplinares que projetam e executam os podcasts transmídia se profissionalizam e designam pelo menos um coordenador com visão abrangente do projeto. Essas pessoas se enquadram no perfil de produtor ou produtor transmídia, e

especificamente em um novo perfil ou papel de usuário de podcast que, em contribuição ao debate sobre o assunto, chamamos de transpodcaster.

**Palavras chave:** narrativas transmídia, podcast, transpodcast, cultura participativa.

## Introducción

El *podcast* es un medio de comunicación basado en la producción de creaciones sonoras alojadas en la Red que ofrecen la posibilidad de suscripción. Desde el punto de vista tecnológico constituye, por tanto, la confluencia entre los sistemas de audio digital y los de sindicación, tales como el RSS. Sin embargo, la actual proliferación de plataformas y medios disponibles para los productores mediáticos provoca que este medio haya desbordado su carácter inicialmente sonoro para desarrollar extensiones narrativas en otros lenguajes mediáticos y soportes, dando lugar a un medio que autores como García-Marín y Aparici (2018) consideran diferenciado del *podcast*: el *transpodcast*.

El objetivo central de este trabajo es describir un conjunto de experiencias *transpodcast* localizadas en la ciudad de Córdoba (Argentina), así como caracterizar a sus productores. El estudio se enfoca exclusivamente en esta ciudad por su contribución al desarrollo del *podcast* en la Argentina y su posicionamiento como centro de producción sonora en este país. Desde mediados de la década de los 2000 se desarrollaron en Córdoba iniciativas de radio exclusivamente digitales (Pereyra, 2018), muchas de ellas con difusión de *podcasts* de redistribución; también en esta ciudad se desarrolló una de las primeras redes multitemáticas de *podcasts* del país, *Parque Podcast*, creada en 2016 (Porcel y Pereyra, 2018). La elección de esta ciudad pretende cubrir un vacío investigador sobre experiencias mediáticas basadas en el audio localizadas fuera de la capital, Buenos Aires. Además, esta propuesta está vinculada a una comunidad de creadores con lazos territoriales que complementa las aproximaciones basadas en la deslocalización, excesivamente popularizadas en la investigación sobre comunicación digital.

Para alcanzar los fines de la investigación, se diseñó una metodología de tipo cualitativo y etnográfico en dos fases. La primera consistió en la revisión de fuentes documentales a fin de realizar un mapeo de actores clave protagonistas de la *podcastfera* cordobesa. Esta aproximación al objeto de estudio permitió identificar aquellos proyectos que pueden considerarse compatibles con el concepto de *transpodcast*. Una vez detectados, se realizaron —en la segunda fase— entrevistas cualitativas en profundidad con sus productores. En total, fueron cuatro los sujetos entrevistados: Guido Lautaro Padin (*Parque Podcast*), Candelaria Siles (*No me grites*

*producciones*), Belén Bietti y Belén Ardiles (*Una bomba de tiempo*). Los resultados de ambas fases se articularon de forma encadenada, de modo que los datos obtenidos por la primera fueron utilizados para iniciar el abordaje de la segunda (Callejo y Viedma, 2005).

En sus diferentes apartados, este artículo profundiza las cuestiones anteriormente expuestas y concluye con una discusión de sus resultados a la luz de la literatura científica existente sobre el *podcast* y sus implicaciones multimodales y transmedia.

### **El *podcast*. Revisión teórica**

Desde su surgimiento en 2004, la definición técnica de *podcast* goza de relativa estabilidad; se designa de esta manera al “método de transmisión de archivos de audio —y/o vídeo— por medio de los llamados canales RSS para descargarse y reproducirse posteriormente mediante diferentes dispositivos” (Markman y Sawyer, 2014, p. 21). Este medio nació en marzo de 2004 en Estados Unidos fruto de los trabajos de Adam Curry y Dave Winer, quienes lograron construir una tecnología que permite la suscripción a contenidos digitales en formato sonoro, algo que antes de esa fecha ya era posible en los blogs (García-Marín, 2019). Como sucede en todos los medios, la aparición del *podcasting* ha de ser vinculada con la posibilidad de contar con la tecnología necesaria para su realización. El *podcast*, al tener una naturaleza eminentemente digital, solo puede ser entendido desde el desarrollo de los sistemas informáticos indispensables para sustentar los procesos de producción y distribución de los contenidos que proporciona. Manovich (2001) afirma que los nuevos medios digitales representan la convergencia de dos tecnologías históricamente separadas, la informática y la mediática. De acuerdo con este autor, todas las épocas de la historia de la humanidad marcadas por la aparición de numerosos avances tecnológicos han provocado el surgimiento de nuevos modelos, formas y medios para comunicarnos. El nacimiento de medios como el *podcast*, vinculado con la eclosión de la digitalidad de las dos últimas décadas, confirma esta idea.

El trabajo experimental de los precursores a través de estrategias de ensayo-error resultó esencial en los orígenes del *podcasting*, lo que repercutió en la adquisición de una amplia cantidad de competencias para el ejercicio de esta labor. Estas habilidades podían aprenderse dentro de la propia *podcastfera*, que se configuraba como una comunidad de socialización en línea que no se limitaba a la mera discusión, sino que

movilizaba conocimientos sobre el medio. Se erigió, por tanto, como una comunidad amateur de código abierto y aprendizaje colaborativo a partir de principios de inteligencia colectiva (Jenkins, 2008). A la vez, desde su nacimiento el *podcast* generó espacios de afinidad (Gee y Hayes, 2012), creados por los seguidores del medio que mostraban un elevado sentimiento de pertenencia a la comunidad. Este tipo de espacios se relacionan con las comunidades de práctica (Wenger, 2002), pero se caracterizan por una mayor especialización en torno a una actividad aficionada como el *podcast*.

Asimismo, se ha puesto de manifiesto el paralelismo existente entre los orígenes del *podcast* y su homólogo analógico, la radio (García-Marín, 2022). Al igual que en el caso del *podcast*, la radiodifusión empezó —hace un siglo— como una actividad amateur gracias al trabajo de los radioaficionados a partir de la influencia de los primeros logros procedentes de Estados Unidos. La experimentación amateur contribuyó a dar a conocer las posibilidades técnicas y expresivas en ambos medios. Si en el *podcast* las extensiones transmedia explotadas por los creadores no profesionales han sido adoptadas por el mundo profesional, en la radiodifusión la exploración de la onda corta por parte de los radioaficionados en la segunda década del siglo XX permitió conocer las ventajas en su utilización para fines profesionales.

Desde su aparición, los estudios sobre el *podcast* se han centrado en sus características específicas y diferenciales con respecto a la radio (Sullivan, 2018; Berry, 2018; Llinares, 2018; López-Villafranca, 2019; Spinelli y Dann, 2019), sus innovadoras posibilidades de interacción entre oyentes y creadores (Swiatek, 2018; García-Marín y Aparici, 2020) y los estudios de caso sobre *Serial*, el *podcast* de mayor éxito de la historia (Hancock y McMurtry, 2018). Sin embargo, a pesar de que la narrativa sonora del *podcast* resulta ideal para comunicar experiencias personales, han sido poco frecuentes los estudios sobre este medio como vehículo para la autoexpresión y la generación de comunidades de afinidad. Escuchando en detalle las vivencias de los otros, los oyentes se conectan con las personas y sus relatos, que perciben próximos, cercanos y radicalmente humanos. Por ello, el *podcast* resulta útil para la elaboración de narrativas personales con gran capacidad de movilización. A través de este medio, el individuo se identifica con las experiencias íntimas contadas por los demás. En el *podcast*, estas historias íntimas y personales, potenciadas por el uso de la voz como marca distintiva de humanidad, establecen una plataforma en la que los individuos

pueden aprender sobre sí mismos al escuchar a otros afrontar sus propios desafíos emocionales.

Mención especial merecen los trabajos enfocados en la dimensión educativa del *podcasting*, centrados en la utilización de los contenidos del medio con fines divulgativos en universidades y otros centros educativos (McGarr, 2009; De-Lara-González y Del-Campo-Cañizares, 2018), así como sus posibilidades como herramienta para la impartición de clases no presenciales (Hasan y Hoon, 2013; Forbes y Khoo, 2015). De forma más específica, destacan los estudios realizados en el ámbito de la formación médica de emergencia (Paterson, Thoma, Milne, Lin y Chan, 2015) o la enseñanza de idiomas (Hasan y Hoon, 2013; Santiago y Bárcena, 2016; Sandoval-Zapata, 2020). Trabajos como el de Saussure-Figueroa (2021) han demostrado la capacidad del *podcast* para mejorar la capacidad expresiva y oral de los estudiantes, así como para facilitar la comprensión de ideas complejas (Taylor y Blevins, 2020). Entre las ventajas que ofrece el medio en su aplicación educativa destacan la posibilidad de escucha en el momento requerido, la ubicuidad, la personalización del ritmo y la secuencia de estudio y la actualización permanente del material de trabajo (Salmon y Palitha, 2008).

Otra característica distintiva del nuevo medio digital es su impronta participativa. En este sentido, Levinson (2014) precisa que se trata de un *nuevo nuevo medio* que permite producir y difundir información tan fácilmente como recibirla y consumirla.

Como efecto, en torno al *podcast* hay un “entramado de actores con proyectos de diferente naturaleza y distintos objetivos” (García-Marín, 2019, p. 193). Entre ellos emergen *podcasters* independientes, actores autónomos a los medios tradicionales (la radio, por ejemplo), con una autocomunicación potenciada gracias a la *Web 2.0* y con un papel protagónico en el desarrollo histórico del medio digital, la configuración de sus lógicas creativas, de distribución, circulación, financiamiento, etc. (García-Marín, 2020b).

Entre los y las *podcasters* independientes es posible encontrar distintos niveles de compromiso, desde personas que sencillamente escuchan episodios esporádicamente hasta aquellas que producen series de *podcast*. A propósito de ello, García-Marín (2020c) propone una taxonomía de personas usuarias:

- *Radio-centered*: personas usuarias que consumen contenidos sonoros tradicionales y alternativamente *podcasts*.

- **Nómadas:** aquellas que conocen las posibilidades que ofrece el *podcast* y los contenidos alternativos a la radio tradicional que se pueden encontrar en la *podcastfera*.
- **Fans:** en referencia a quienes poseen una elevada participación en determinados programas en sus diferentes plataformas, un consumo transmedia y conexión con los *podcasters*.
- **Super-usuarios:** personas cocreadoras de contenidos en el seno de los programas en los que participan.
- **Podcasters:** aquellos usuarios que terminan creando sus propios *podcasts* y continúan siendo oyentes de programas de otros *podcasters*.
- **Gurús:** figuras que mantienen un alto grado de prestigio debido a su dilatada trayectoria dentro de la *podcastfera*.

### **Narrativa transmedia y *transpodcast***

Estas escalas de involucramiento son posibles gracias a las características del medio y también a la ampliación de los modos de narrar que fomentan la interacción y la participación. Nos referimos específicamente a la *transmedia storytelling* (narrativa transmedia), es decir a las narraciones expandidas e integradas a través de diversos medios y lenguajes, en el que cada medio hace lo que mejor sabe hacer, y donde se despliega “una red de personajes, sucesos, lugares, tiempos y medios” (Scolari, 2013, p. 34). Estructuralmente, una narrativa transmedia es una historia dividida en partes autosuficientes y de disfrute autónomo; al escribir la historia principal se identifica su trama más importante, pero no toda la historia (Gosciola, 2012). Además, resulta fundamental la apertura de espacios de participación significativa de los usuarios y fans a fin de que puedan extender los relatos más allá del contenido oficial. Scolari (2013) ha descrito con acierto las diversas maneras de interconectar las diferentes textualidades o contenidos presentes en las historias transmedia: (1) la producción de contenidos intersticiales que completan los hechos narrativos de las obras seminales, (2) los saltos narrativos hacia el pasado o el futuro, (3) la creación de nuevos personajes que interactúan con los ya conocidos y (4) las parodias sobre el contenido matriz. Detrás de cada creación transmedia hay, al menos, un productor o productora transmedia “encargada de diseñar e implementar una estrategia de comunicación en

diferentes medios y plataformas colaborativas (...), a todos los efectos un diseñador de mundos narrativos” (Scolari, 2017, p. 6).

En el ámbito sonoro, cuando la narrativa transmedia tiene como origen o centro al audio, o si los contenidos audibles se presentan como expansiones o partes de ese mundo, hablamos de una “narrativa transmedia con base en sonido” (Piñeiro-Otero, 2019, p. 29). De manera más específica, García-Marín (2020a) denomina *transpodcast* a aquellos proyectos mediáticos centrados en el *podcast*, que extienden su narrativa y expanden su estructura comunicativa a otros medios, plataformas, lenguajes expresivos y diversidad de contenidos más allá del audio. El autor identifica seis modalidades:

- Grupo de medios multiplataforma. Un primer *podcast* inicial desarrolla una compleja expansión a otros idiomas y plataformas, lo que origina una sólida agregación de medios (página web, canal de YouTube, apps, etc.). Las derivaciones se enfocan en un mismo tema.
- Red multitemática de *podcast*: se caracteriza por su amplia variedad de temas, con *podcasts* de contenidos diferenciados y presentados por diferentes *podcasters*. Hay una coherencia estilística propia de la red.
- *Transpodcast* expandido mediante lenguajes audiovisuales que acompañan o complementan el contenido sonoro (series web o ilustraciones).
- Multiformato: un *podcast* central de larga duración y baja frecuencia de publicación. A ello se le agregan diferentes programas que versan sobre el mismo tema incluidos en el mismo *feed*, pero con diferentes formatos y duración.
- *Podcast* derivado o *spin-off*. Son programas que surgen de *podcasts* anteriores, con una temática o con *podcasters* en común. En ocasiones tienen la potencialidad de convertirse en un producto completamente independiente y configurarse como el objeto mediático central de su propio universo transmedia. Estrictamente, no serían producciones transmedia, sino intramedia (dentro del mismo medio).
- Extensión bilingüe. *Podcast* con versiones en diferentes idiomas.

Desarrollar cualquier modalidad de *transpodcast* requiere de un trabajo complejo y, generalmente, de un equipo multidisciplinar. Ahora bien, ¿cuáles son las características de los y las *podcasters* que producen experiencias de *podcast*

transmedia? ¿Estas personas usuarias tienen características diferentes de los perfiles de usuarios ya descritos por García-Marín (2020c) en su taxonomía de usuarios de *podcast*?

Para responder estas preguntas analizamos la actividad de *podcasters* independientes que desarrollaron proyectos de *podcast* transmedia en el ámbito de la ciudad de Córdoba, República Argentina, durante el primer semestre del año 2021.

### **Audio digital, *podcast* y *transpodcast* en Córdoba (Argentina)**

Las primeras experiencias digitales en el ecosistema sonoro de la ciudad de Córdoba se remontan a 2005. Desde entonces, se han producido distintos proyectos, especialmente vinculados a la radio web. Son ejemplos de ello, *Sótano Rock*, *Eterogenia radio online*, *Radio Bicicleta*, *Radio Luz y Fuerza*, *Radio Jerónimo*, entre otros. Muchos de estos proyectos cuentan o contaron con páginas web que funcionaron como repositorios de programas grabados o *podcasts* de redistribución (Pereyra, 2018). En lo que respecta a la producción estricta de *podcast* (entendido como *nuevo nuevo medio*), durante el segundo lustro de la década de 2010 hay una pujante producción local de contenidos. En gran medida esto se debe al trabajo de la productora *Parque Podcast*. Este proyecto fue pionero a nivel local y se constituye como una de las primeras redes de la *podcastfera* nacional (Terol-Bolinches, Pedrero-Esteban y Pérez, 2021). Con el paso del tiempo, surgieron más experiencias de *podcast* con incipiente despliegue transmedia.

En su conjunto, los proyectos cordobeses contribuyeron al desarrollo histórico del *podcast* nacional y continúan posicionando la ciudad como polo de creación sonora dentro del mapa cultural argentino. Esta visibilización de la producción cordobesa permite contrastar el considerable volumen de estudios sobre consumo y producción mediática centrado en la ciudad y provincia de Buenos Aires. Si bien hay menciones frecuentes a la experiencia de *Parque Podcast* (Espada, 2017; 2018; Porcel y Pereyra, 2018), son escasas las menciones a otras producciones surgidas en la ciudad de Córdoba o incluso en otras provincias argentinas.

Por ello, este artículo contribuye a la ampliación del debate sobre las trayectorias participativas alrededor de la producción de *podcasts* en La Argentina, más allá de la centralidad de los estudios enfocados en la capital del país. Además, esta aproximación está vinculada a una comunidad de creadores con lazos territoriales, aspecto que permite

matizar los énfasis en la deslocalización, excesivamente popularizados en la literatura sobre comunicación digital.

Recapitulando, el encuentro con los y las *podcasters* allanó el camino para identificar sus características distintivas y analizar su participación en torno a la producción de *transpodcast*.

## **Materiales y métodos**

El objetivo de este artículo es analizar la actividad de *podcasters* independientes que desarrollaron proyectos de *podcast* transmedia en el ámbito de la ciudad de Córdoba (Argentina), durante el primer semestre del año 2021.

A su vez, este trabajo tiene dos objetivos específicos:

- Describir el estado del *transpodcast* en el ecosistema digital sonoro de la ciudad de Córdoba durante el periodo señalado.
- Caracterizar a estos productores y compararlos con el perfil de usuario *podcaster* descrito en la taxonomía de usuarios de *podcast* de García-Marín (2020c).

Para alcanzar estos objetivos se realizó una síntesis teórico-empírica basada en el método etnográfico, centrado en la interpretación y profundización de datos no probabilísticos. El método etnográfico se basa en la interpretación de la información recogida y su significado relativo al contexto. Por sus características, permite un abordaje holístico y omnicomprendido de los fenómenos descritos (Comaroff y Comaroff, 1992). Álvarez-Álvarez (2008) afirma que la finalidad más básica del método etnográfico es la descripción de los contextos, es decir, la caracterización del campo.

De manera específica, la comunidad de estudio de esta investigación estuvo conformada por los y las *podcasters* independientes de la ciudad de Córdoba. La unidad de estudio fue el conjunto de experiencias de *transpodcast*; y la muestra, aquellos creadores que desarrollaron proyectos en la ciudad de Córdoba durante el primer semestre del año 2021.

Las características o atributos que integraron el análisis holístico sobre los procesos participativos se agruparon de la siguiente manera:

- Tipo de organización que impulsó la producción.
- Motivación para producir *podcast* / *transpodcast*.

- Características de la producción.
- Resultados obtenidos y perspectivas al mediano y largo plazo.

En su conjunto, estos atributos son fundamentales para caracterizar a las personas usuarias y analizar su actividad y participación en el ecosistema del audio digital en el contexto y periodo seleccionados.

La recolección de la información comenzó con un mapeo de actores clave, una herramienta metodológica de tipo ‘estructural’ que básicamente permite acceder de manera rápida a la trama de conexiones entre los agentes (sujetos, instituciones, procesos, etc.) objeto de la investigación (Corbetta, 2003). Para la realización de este mapa, se utilizaron datos documentales de artículos periodísticos, artículos científicos y publicaciones de referentes del campo de la comunicación social en la provincia de Córdoba. Esta técnica permitió listar a los actores profesionales y amateur que produjeron *podcasts*, no vinculados a empresas mediáticas o instituciones gubernamentales. A partir de esta delimitación se reconocieron aquellos proyectos sonoros compatibles con narrativas transmedia.

Una vez realizada esta tarea, en una segunda fase de la investigación, se dialogó con *podcasters* independientes referentes de los proyectos transmedia detectados. Mediante entrevistas en profundidad se pudo acceder a información sobre sus impresiones: motivaciones, procesos que desarrollaron, procedimientos que ejecutaron, resultados y perspectivas.

El diseño muestral tuvo por meta la representatividad y relevancia de las personas involucradas en relación con el objeto de investigación, es decir, con potencial “para la comprensión del tema objeto de estudio, ya sea porque es experta o porque sus experiencias están relacionadas con dicho tema” (Rosado-Millán, García-García, y Kaplún, 2014). En este caso, las personas entrevistadas realizaron tareas de coordinación en proyectos *transpodcast* durante el periodo analizado:

- Guido Lautaro Padin: coordinador de la red *Parque Podcast* (*transpodcast* modalidad red multitemática).
- Candelaria Siles: coordinadora de la red *No me grites producciones* (*transpodcast* modalidad red multitemática).

- Belén Bietti y Belén Ardiles: coordinadora y editora sonora-audiovisual, respectivamente, del proyecto *Una bomba de tiempo* (*transpodcast* modalidad grupo de medios multiplataforma).

Los resultados de ambas fases se articularon de forma encadenada, de modo que los datos obtenidos por la primera fueron utilizados para afrontar el abordaje de la segunda (Callejo y Viedma, 2005). Los datos obtenidos permitieron construir un análisis general de los procesos participativos y de las dinámicas dentro de los equipos de producción de *podcasts* transmedia.

## Resultados

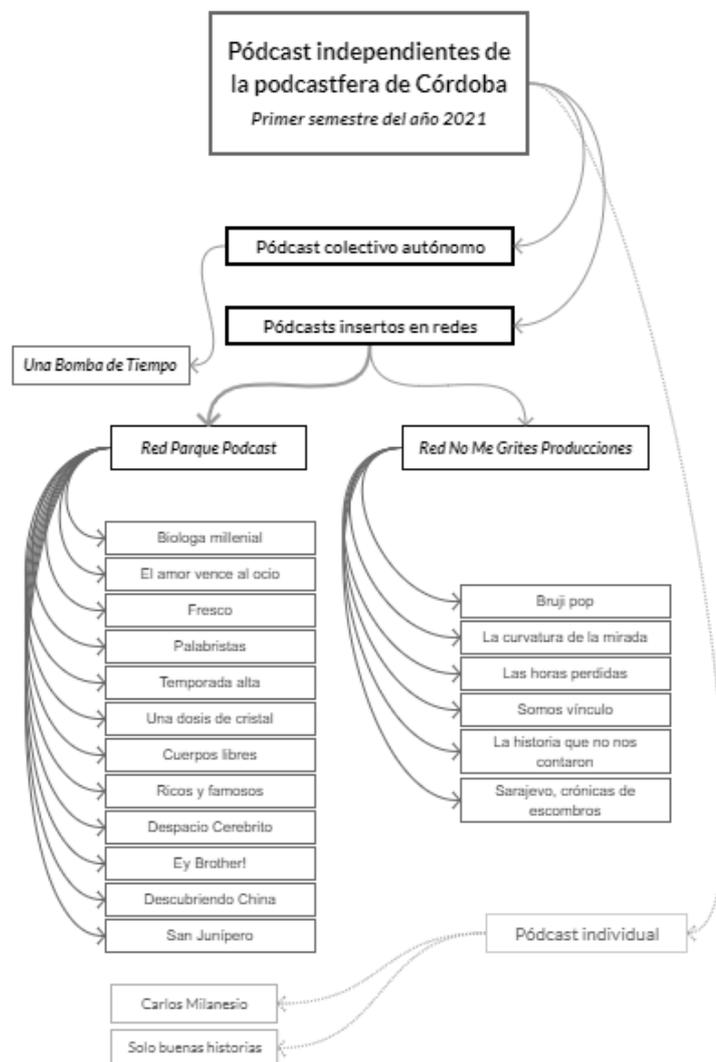
### *Podcasters cordobeses*

Para identificar a los proyectos de *podcast* con producción de episodios durante el primer semestre de 2021 se consultaron artículos periodísticos (Espada, 2019), publicaciones académicas y científicas (Espada, 2017, 2018, 2021; Porcel y Pereyra, 2018), encuestas nacionales de *podcasts* (Drop the Mic, 2020), páginas web, redes sociales y publicaciones de referentes del campo de la comunicación social en la provincia de Córdoba (Ramos, 2021).

Como resultado, se detectó producción de episodios para 21 series de *podcasts* (Fig. 1): 17 de estas series estaban integradas en redes multitemáticas de *podcast*; dos series se realizaron de manera individual, y una de ellas se realizó de manera colectiva sin integrar una red de *podcasts*.

La producción más numerosa de episodios corresponde a series insertas en redes multitemáticas de *podcast*, lo cual dota a este tipo de organización un doble perfil:

- Como actor colectivo que agrupa a la mayoría de los y las *podcasters* independientes de la ciudad de Córdoba.
- Como organizaciones que sostienen e impulsan una modalidad de *transpodcast* conocida como red multitemática de *podcast*.

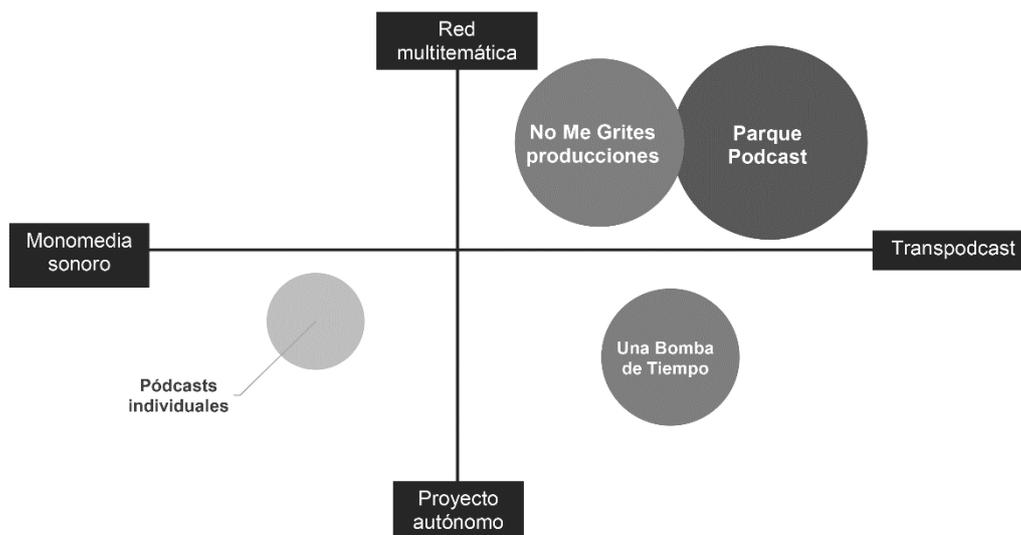


**Figura 1.** Mapa de relaciones entre los proyectos. Fuente: elaboración propia.

Además, un mapa de posicionamiento permitió graficar la ubicación de los agrupamientos observados en la figura 1. La distribución en los cuadrantes (Fig. 2) está vinculada al nivel de desbordamiento del lenguaje sonoro (eje X) y su inclusión o exclusión en redes (eje Y).

Las tres experiencias compatibles con alguna modalidad de *transpodcast* se encuentran en los cuadrantes derecho superior y derecho inferior:

- Red multitemática de *podcast* de la productora *Parque Podcast*.
- Red multitemática de *podcast* de *No me grites producciones*.
- *Una bomba de tiempo*, grupo de medios multiplataforma.



**Figura 2.** Mapa de posición de *podcasts*. Fuente: elaboración propia.

### ***Parque Podcast***

La productora *Parque Podcast* nació en 2016. Con rapidez, el equipo se enfocó en la “realización cordobesa de contenidos deslocalizados” (Porcel y Pereyra, 2018, p. 65), es decir, *podcasts* a cargo de personas interesadas en temáticas específicas. Como señala Lautaro Padin, uno de los coordinadores de la productora, en la entrevista realizada para esta investigación, al principio, los participantes del *staff* permanente designaban al proyecto como medio de comunicación, luego como plataforma de generación de contenidos, a posteriori como red de *podcast* y actualmente como productora de *podcasts*. Más allá de la denominación, el volumen de producción de series y la diversidad de temáticas permitió conformar la red. Cada programa, con su propio canal de suscripción en las plataformas de distribución, se sumó al repositorio web <https://parquepodcast.com/>.

Padin explica que se establecieron procesos de base para la generación de los contenidos. Esto incluye la evaluación de los proyectos, su producción y la difusión de las piezas.

La actividad puede sintetizarse del siguiente modo:

1. Instancia de contacto con personas interesadas en desarrollar una serie de *podcasts*:
  - a. Reunión preliminar para evaluar distintos aspectos del proyecto.
  - b. Resolución con base en la interacción previa.

- c. Planificación.
2. Producción de los episodios.
3. Publicación en las plataformas de distribución, en la página web y en las redes sociales.
4. Realización de otras actividades inherentes al sostenimiento de la red: interacción en redes sociales, publicación en sitios web, etc.

En el plano organizativo, al menos un integrante del equipo permanente realiza una tarea de coordinación. Esta figura se enfoca en el orden de los procesos en la productora y en aquellos que implican a las personas *podcasters* responsables de cada serie integrante de la red (guionistas y/o presentadores). Vale destacar que la definición de esta función está en directa vinculación con la definición y fortalecimiento de otros roles más limitados y técnicos orientados a la edición, producción, grabación, análisis de estadísticas, diseño, etc.

Padin, sobre su rol de coordinador, explica:

Soy una especie de comodín en *Parque*. Arrancamos en 2016 y de ese año a esta parte yo he hecho algunas cosas de locución que es lo mínimo, casi nada de edición, pero sí mucho de gestión de *podcast*. O sea, escritura de guiones, producción de guiones... Todo lo que tiene que ver con el desarrollo, con el laburo de producción: se desarrolla una idea, el buscar los intérpretes, en darle forma a esa idea, laburar los guiones, hacer dirección de locución en muchas oportunidades si era necesario. Después hacer el seguimiento, de cómo se edita eso, cómo se distribuye, las estrategias de distribución. (...) si yo te hablara del resto, somos todos un poco así, pero en mi caso es un poco más.

Esta asignación de tareas específicas se da en el marco de un proceso de profesionalización permanente y especialización de roles; esto a su vez está orientado a la generación del sostenimiento económico y el aumento del tiempo de trabajo remunerado:

La idea es especializar roles, que si tenemos un productor y guionista sea solamente productor y guionista, que haya una persona que se encargue estrictamente del [área] comercial, otra que se encargue estrictamente de editar. En las estructuras del *podcast* independiente, si hoy hablas con otras productoras te van a decir que todos hacen un poco de todo, es como un poco el panorama del *podcast* en la Argentina. Las que ya se están profesionalizando están realizando la definición de roles más concretos porque se está volviendo un trabajo. [...] Nosotros estamos en el medio, estamos tratando de profesionalizarnos, generar proyectos que nos permitan tener un ingreso, que nos permitan contratar gente o abarcar horas de trabajo más específicas y no ser un pulpo (Padin, entrevista cualitativa).

Estos esfuerzos no implican un apartamiento de las temáticas de interés para la productora o un viraje hacia producciones estrictamente comerciales. Al respecto, Padin aclara que se sostienen los productos que “agregan valor” y son “significativos” para el

debate público buscando puntos de equilibrio con la generación de ingresos económicos.

### ***No me grites producciones***

Con base en la ciudad de Córdoba, *No me grites producciones (NMG)* es una productora de contenidos artísticos y culturales con experiencia en gestión y desarrollo de eventos desde el año 2011. Durante su primera década de existencia, se orientó casi exclusivamente a la realización de eventos para instituciones públicas, empresas y organizaciones.

En marzo de 2020 la pandemia por Covid-19 demandó la aplicación de medidas de aislamiento y la suspensión de las actividades culturales presenciales, principal área de trabajo de la productora. En consecuencia, el equipo evaluó alternativas para mantener su funcionamiento. Entonces recuperaron una idea que habían barajado meses antes del inicio de la pandemia y la implementación de medidas de aislamiento:

En diciembre de 2019 decíamos que en algún momento queremos ser los *Futurock*<sup>1</sup> de Córdoba porque nos gusta hacer radio, porque podemos producir lo que produce esa marca y lo veníamos charlando. [...] Cuando llegó el momento de la pandemia estuvimos 2 o 3 semanas en crisis. Dijimos que quizá era el momento de darle atención a esta idea que estaba ahí en el aire, y empezamos a escribir, abrir la red que tenemos, hay un montón de gente cercana que seguramente se copa con esto, y ahí empezamos a escribir: *podcast*, series, tirar ahí líneas, armar entre todos (Siles, entrevista cualitativa).

En pocas semanas, el proceso de producción estaba en marcha. Referentes del ámbito cultural de Córdoba (con los que había contacto previo) comenzaron a participar en el guionado y en la presentación de series de *podcast* sobre temas de su interés y dominio. Según Siles, la estructura de *NMG* ofrecía las herramientas de producción, edición y publicación de los episodios y series. De esta manera se conformó una comunidad de creadores/as en torno a esta productora.

Hacia el primer semestre de 2021 *NMG* alcanzaba un volumen considerable de series de variadas temáticas (astrología, teatro, feminismo, cine y series, sociología y actualidad, jardinería). Este catálogo fue adquiriendo orden y visibilidad en su sitio web (<https://nomegrites.com.ar/>), razón por la cual se convirtió en una red multitemática de *podcast*.

---

<sup>1</sup> *Futurock* FM (también conocida como *Futuröck*) es una radio por internet de la Argentina que transmite desde Buenos Aires.

Desde un principio, la coordinación del procedimiento de producción estuvo a cargo de Candelaria Siles: “Casi todo pasa por mí, yo distribuyo y después soy la que lo carga. De repente los empecé a coordinar, muy al día a día” (Siles, entrevista cualitativa). Entre sus tareas de coordinación, destacan: (1) el control del guion propuesto, (2) el envío de los audios y el guion al editor, (3) el pedido y el control de las piezas visuales a la persona encargada del diseño, (4) la solicitud del texto que acompaña al *podcast*, (5) la recopilación de todas las piezas para su carga a las plataformas de distribución y (6) la publicación del contenido en la web y en las redes sociales. Para la ejecución de algunos procedimientos técnicos fue necesaria una tarea de investigación y capacitación acelerada (en concreto en lo vinculado con la distribución de los contenidos en las plataformas).

Además, debió construir un vínculo personalizado con cada presentador o presentadora. En principio, se encontró con diferentes grados de asimilación del formato. Algunas personas contaban con experiencia, otros tenían escaso conocimiento sobre la producción y realización de *podcast*. En todas las situaciones fue necesario forjar y consolidar una relación enfocada en la producción:

Fue como que cada uno [de los *podcasters*] ya tenía un vínculo generado con otro integrante del equipo, obviamente porque no todos eran mis contactos, eran conocidos del resto, quienes me facilitaron tales contactos para comenzar a generar el vínculo con los *podcasters*. Antes no había hecho nada con ellos, pero bueno, de repente los empecé a coordinar, muy al día a día (Siles, entrevista cualitativa).

Una vez forjados los vínculos, se perfeccionaron aspectos relacionados con la estética, especialmente la mejora de la grabación casera de las voces.

Hacia mediados del año 2021, con la normalización de las actividades presenciales, la coordinación se encontró con un nuevo desafío: sostener la producción de *podcasts* y desempeñar otras tareas inherentes a la actividad principal de la productora de eventos. La producción continuó con una reelaboración de la estrategia:

Lo que fue sucediendo este último tiempo, esta mitad de año [segundo semestre de 2021] fue que al abrirse todo, el resto de las cosas que antes no estaban abiertas por la pandemia, se incrementó el volumen de trabajo dentro de la productora, entonces, no frenamos; pero medio sí, como que hay que volver a acomodar todo. (...) Pero sí, la intención es seguir abriendo esa red, porque hay bastante en Córdoba y hay muchas propuestas” (Siles, entrevista cualitativa).

### ***Una bomba de tiempo***

Desde su primera emisión en junio de 2020 hasta julio de 2021, *Una bomba de tiempo* (UBT) fue un *transpodcast* compatible con la modalidad “grupo de medios multiplataforma”. En 2020, a pocos meses de iniciada la emergencia sanitaria por la

pandemia de la enfermedad por Covid-19, un grupo de profesionales de la comunicación desarrolló este *podcast* sobre la vida cultural local y, en especial, la actividad musical independiente cordobesa. En la coyuntura, el *podcast* se convirtió en un espacio de expresión para actores que vieron paralizada parcialmente sus actividades habituales (tanto para *podcasters*, como para artistas que participaban en las entrevistas).

Belén Ardiles y Belén Bietti, integrantes del equipo, señalaron que el diseño transmedia multiplataforma se definió antes de la misma producción. El equipo utilizó el formato IGTV (Instagram) y YouTube como interfaces de transmisión del *podcast*. Estas plataformas se presentaron como vías de acceso alternativas a Spotify (por entonces con limitaciones en su versión gratuita tales como aleatoriedad y control de *copyright*). Por otra parte, las interfaces visuales y audiovisuales facilitaban la visibilización de portadas de álbumes y fragmentos de videoclips. Todas las expansiones se caracterizaron por su calidad profesional y el enfoque en la temática. Si bien algunos contenidos fueron redundantes, un gran porcentaje fue exclusivo de cada plataforma.

La preparación de cada episodio demandó una ejecución colectiva de actividades interrelacionadas:

1. Preparación del guion.
2. Grabación de las voces.
3. Primera edición de audio a cargo de los presentadores.
4. Envío de audios y guion técnico a la editora.
5. Edición de sonido.
6. Diseño de portadas y elementos gráficos.
7. Edición del video incorporando las imágenes y los elementos visuales.
8. Publicación de audio, videos y piezas visuales a las plataformas y redes sociales.

Dada la complejidad de la tarea, desde el primer momento se determinaron roles: dirección, trabajo periodístico, guion, redes, edición sonora, edición audiovisual y diseño gráfico. Al respecto, Belén Bietti señala:

En *BDT* me hacía cargo de hacer el guionado, la locución y la edición [sonora]. Trabajábamos con Belén Ardiles [diseñadora y editora de video]; con Juan Armúa, él se encargaba de ayudar también en los guiones y a veces me ayudaba con el tema de la edición de audio; y después tenemos a Mauro que fue nuestro diseñador gráfico.

En este caso, no hay una figura explícita de coordinación. Sin embargo, por su triple rol, Bietti es referente de la producción del contenido sonoro, y Ardiles asume el rol fundamental de técnica articuladora de lo sonoro y lo audiovisual.

*UBT* es un proyecto finalizado. La culminación se debió a la paulatina normalización de las actividades académicas y laborales presenciales que desarrollaban los y las *podcasters*. Parte de su misión comunicacional continuó en el proyecto *Yendo* de Belén Bietti, una página de Instagram dedicada a la actividad cultural de Córdoba.

### **Convergencias de características en la producción de transpodcasts**

Detrás de la producción de cada uno de estos *transpodcast* se observa una serie de actividades que pueden organizarse temporalmente en ciclos de preproducción, producción y postproducción. Dentro de la producción hay dos instancias: por una parte, el desarrollo de los *podcasts* (eje sonoro de la narrativa), y por el otro, la producción de las expansiones transmedia.

En común para los tres proyectos, la fase de producción del *podcast* implicó:

1. Escritura y revisión del guion del *podcast*.
2. Grabación de las voces.
3. Edición de audio.
4. Definición de textos y diseño de piezas visuales que acompañan a los *podcasts* en las plataformas de distribución.
5. Publicación en las plataformas de distribución.

La fase de producción de las expansiones narrativas dependió de la modalidad de *transpodcast*:

- En el caso de las redes multitemáticas, los *podcasts* se insertaron en los repositorios web (<https://nmg.com.ar/>; <https://parquepodcast.com/>) y también se distribuyeron los enlaces de acceso en las redes sociales dando comienzo a la interacción más allá de la mera escucha.
- En el caso de *UBT*, la producción sonora y la de los contenidos audiovisuales (*playlists*, *IGTV*, *tráileres*, *motion graphics*, *etc.*) fue simultánea. Aunque en esta experiencia no había un repositorio web, la mayoría de los nodos quedaron agrupados en la red social Instagram.

Quienes participaron de cada proyecto aplicaron una mejora continua en estos procedimientos. *Parque Podcast* transformó los métodos de acuerdo con las estrategias

planificadas para cada momento. En la productora, el *staff* permanente desarrolló una constante redefinición de tareas orientada a la profesionalización (producción general, grabación, edición de sonido, diseño gráfico, gestión de comunidades en redes sociales, gestión de proyecto, etc.).

En *UBT* y *NMG* la construcción de estos procedimientos tuvo otro ritmo muy alejado del “paulatino”: las formas de vincularse y los métodos de trabajo debieron establecerse rápidamente ante el advenimiento del aislamiento coyuntural. En gran medida la implementación eficaz estuvo garantizada gracias a la formación y experiencia de cada integrante y la aplicación de técnicas de adecuación constante.

Esta revisión de los procedimientos y la participación revela la importancia de la figura (explícita o implícita) del coordinador o coordinadora, una persona que articula los esfuerzos y da estabilidad a los métodos definidos por el conjunto del grupo en el contexto de horizontalidad. En las tres experiencias, este rol garantizó el ritmo de la producción, el sostenimiento de los estándares de calidad y la continuidad de la línea estético-narrativa.

En el caso de las redes multitemáticas, la persona que coordina fue el nexo entre los técnicos del *staff* permanente (editor, diseñador, redactor) y quienes guionaron y/o presentaron cada *podcast* particular. Con las personas responsables de cada serie se crearon relaciones particulares dependiendo del grado de conocimiento, experiencia y otras características específicas.

En los equipos, prevaleció una conexión “par a par”. Sin embargo, quienes ocuparon estos roles más holísticos pudieron tomar más decisiones que otros integrantes, en aras de la concreción de los objetivos integrales de cada proyecto. Esta visión holística de los coordinadores está ligada al desempeño de tareas nodales en términos narrativos como lo son la redacción de guiones y la edición multimedia.

## **Discusión y conclusión**

El movimiento del *podcast* hacia experiencias transmedia ya había sido anticipado, de alguna forma, por otros medios como la radio, capaz de proveer una escucha diversificada y extendida en diferentes plataformas (Pérez-Alaejos y López-Merayo, 2013; Martínez-Costa y Prata-Moreira-Martins, 2017). En el mismo sentido, las trayectorias descritas en este estudio por los y las informantes clave indican un viraje del perfil polivalente, multilinguaje y multitarea que caracteriza al perfil de usuario

*podcaster*. García-Marín (2019) señala que los *podcasters* amateurs ponen en práctica múltiples competencias para afrontar una producción multimodal que combina diferentes lenguajes mediáticos (Johansson, 2021): gestión de la comunicación, manejo del *software* para la producción sonora y gráfica, administración de plataformas *online* (redes sociales, creación de blogs y páginas web), diseño de campañas de sostenimiento económico, etc. En el caso de los productores de *transpodcasts* cordobeses, la tendencia detectada es la de un reordenamiento de esta lógica del *hombre orquesta* característica del *transpodcaster* amateur (García-Marín y Aparici, 2018) con el fin de evitar la sobrecarga individual (y en ocasiones solitaria) y redistribuir las tareas basándose en el conocimiento o habilidad más desarrollada por cada persona que integra el equipo permanente.

En otras palabras, hay una trascendencia del individuo. Mientras que la revolución digital facilitó el acceso a herramientas de autogestión y desde entonces cada persona es capaz de ejecutar gran parte de las tareas requeridas en el diseño e implementación de una experiencia transmedia, los procesos de profesionalización de estos *podcasters* procuran acotar las tareas para potenciar lo mejor de cada persona.

Asimismo, emerge un perfil más específico de usuario-productor de *podcast* con características de creador transmedia, transdisciplinario, con dominio de varias áreas de producción y lenguajes digitales, cuya tarea es la de coordinar los esfuerzos colectivos sin obstruir la construcción colaborativa de la historia, experiencia o proyecto.

Las personas encargadas de este nuevo rol suelen mantener la conexión con las tareas de guionado y edición, ambas fundamentales en la construcción de la narrativa, entendida en su sentido más elemental: dar forma a la globalidad del pensamiento y ordenar elementos lógicos y cronológicamente. Denominamos a estos actores como *transpodcasters*. Son ejemplos de este nuevo perfil quienes integran los *staffs* permanentes de estos proyectos de interés, toman decisiones y coordinan actividades dentro de entornos colaborativos e interdisciplinarios. Esta figura implica el mayor grado de involucramiento dentro de la *podcastfera* y, por lo tanto, se ubica en el tope de la escala participativa descrita por García-Marín (2020c) en su taxonomía de usuarios de *podcast*.

Desde una perspectiva integral, el ecosistema mediático-tecnológico invitó a distribuir la palabra de muchos a muchos; pero este diálogo, como plantea Mario Kaplún, necesita ser reconfigurado: “la verdadera comunicación no comienza hablando,

sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar” (Kaplún, 2002, p. 88). Esa comunicación dialógica encuentra en la convergencia cultural y tecnológica nuevas formas que la alientan y la promueven. Las narrativas transmedia son un ejemplo elocuente y, aún en un ecosistema saturado de contenidos, estos modos de narrar encuentran fisuras a través de las cuales es posible la generación de diálogos genuinos y la consiguiente creación de comunidades participativas (Markman y Sawyer, 2014) que quiebran los modelos de comunicación jerárquica y unidireccional que, incluso en el mundo digital, aún proliferan (García-Marín y Aparici, 2020). En las experiencias de *transpodcast* analizadas, las formas de organización innovadoras y el trabajo colaborativo tejen la trama de una inteligencia común que actúa decidida entre la evolución tecnológica y las posibilidades efectivas de hacer comunicación en este tiempo.

Es probable que, tal como señala Jorge Carrión (2020), el *podcast* esté todavía transitando su edad de oro. Decimos todavía porque la aceleración del tiempo, como uno de los signos de esta época, hace que las “edades” transcurran en tiempos efímeros, que no alcanzan a dibujar nítidamente un perfil que las defina. En todo caso, parece claro que el medio aún necesita resolver algunos desafíos que se sitúan en la ausencia de un método estandarizado de medir su audiencia, la identificación de un claro modelo de negocio y las habituales tensiones entre productores y plataformas en la monetización del medio (Adler-Berg, 2021) en un contexto de creciente *plataformización* del contenido sonoro (Terol-Bolinches, Pedrero-Esteban y Pérez-Alaejos, 2021). Estas cuestiones colocan al *podcast* en el ámbito hispanohablante en un periodo de creciente profesionalización (Martín-Morán y Martín-Nieto, 2022), alejado de su carácter inicialmente amateur (Markman, 2012; Gamir-Ríos y Cano-Orón, 2022). Precisamente la sostenibilidad comercial del *podcast* se establece en la actualidad a través de lógicas *transpodcast* mediante la explotación de productos derivados, tales como las adaptaciones de *podcasts* narrativos a la televisión, los eventos en vivo y los contenidos exclusivos en formatos audiovisuales.

En este contexto, serán necesarias futuras investigaciones para determinar si el productor *transpodcaster* es tan solo una variación específica dentro de la taxonomía de usuarios de *podcast* o una adaptación ineludible para quienes quieran que su voz se escuche en una esfera pública digital contemporánea colmada de contenidos y esencialmente multiplataforma.

El futuro del *transpodcast* es una incógnita. La conexión de las historias con los territorios y el fomento de la participación parecen ser prometedores garantes del diálogo. Serán los protagonistas de estas páginas y muchos otros más quienes determinarán con su actividad el rumbo por venir.

## Referencias

- Adler-Berg, F.-S. (2021). The tension between podcasters and platforms: independent podcasters' experiences of the paid subscription model. *Creative Industries Journal*, 15(1), 58-78. <https://doi.org/10.1080/17510694.2021.1890417>.
- Álvarez-Álvarez, C. (2008). La etnografía como modelo de investigación en educación. *Gazeta de Antropología*, 24(1). <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=2347>.
- Berry, R. (2018). Just because you play a guitar and are from Nashville doesn't mean you are a country singer: The emergence of medium identities in podcasting. En Llinares, D.; Fox, N.; Berry, R. (Eds.), *Podcasting. New aural cultures and digital media* (pp. 15-33). Palgrave Macmillan.
- Callejo, J., y Viedma, A. (2005). *Proyectos y estrategias de investigación social: la perspectiva de la intervención*. McGraw Hill/Interamericana de España S.A.
- Carrión, J. (22 de noviembre de 2020). La edad de oro del pódcast. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2020/11/22/espanol/opinion/podcast-spotify.html>.
- Comaroff, J., y Comaroff, J. (1992). *Ethnography and the historical imagination*. Routledge.
- Corbetta, P.G. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGrawHill.
- De-Lara-González, A., y del-Campo-Cañizares, E. (2018). El podcast como medio de divulgación científica y su capacidad para conectar con la audiencia. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 347-359. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.15>
- Drop the Mic (2020). *Consumo de podcast en Argentina*. <https://agustinespada.files.wordpress.com/2020/05/consumo-de-podcast-en-argentina-2020-drop-the-mic-agustin-espada-alejandra-torres.pdf>.
- Espada, A. (2017). Podcast, el mundo de la radio on demand. Otra manera de hacer radio pensada para el oyente multiplataforma. *Fibra. Tecnologías de la comunicación*. <http://papel.revistafibra.info/podcast-mundo-la-radio-on-demand>.
- Espada, A. E. (2018). Nuevos modelos radiofónicos: las redes de podcast en Argentina: producción, distribución y comercialización de la radio on demand. *Question/Cuestión*, 1(59), e081. <https://doi.org/10.24215/16696581e081>.

- Espada, A. (2019). La Argentina Podcastera. *Anfibia*.  
<https://www.revistaanfibia.com/la-argentina-podcastera/>.
- Espada, A. (2021). Ecosistema sonoro: podcast, radio y audiolibros. *Anfibia*.  
<https://www.revistaanfibia.com/taller/ecosistema-sonoro-podcast-radio-audiolibros/>.
- Forbes, D., y Khoo, E. (2015). Voice over distance: a case of podcasting for learning in online teacher education. *Distance Education*, 36(3), 335-350.  
<https://doi.org/10.1080/01587919.2015.1084074>.
- Gamir-Ríos, J., y Cano-Orón, L. (2022). Characteristics of the Spanish podcast sphere. Between democratization and commercial logic. *Profesional de la Información*, 31(5), e310505. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.05>.
- García-Marín, D. (2019). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (25), 181-196.  
<https://doi.org/10.5209/ESMP.63723>.
- García-Marín, D. (2020a). Universo Transpodcast. Modelos narrativos y comunidad independiente. *Historia y Comunicación Social*, 139-150.  
<https://doi.org/10.5209/hics.69232>.
- García-Marín, D. (2020b). Del zine al podcast. Repensar la cultura de la participación desde un análisis comparativo de los medios alternativos. *Doxa Comunicación* (30), 107-125. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n30a5>.
- García-Marín, D. (2020c). Escuchas de la Complejidad. Perfil y Taxonomía de los Usuarios en el Podcasting Independiente. En R. Longhi , A. Lovato, y A. Gifreu (Edits.), *Narrativas Complexas* (pp. 207-228). Ria Editorial.
- García-Marín D. (2022). New Media, New Practices? A Study of the First Spanish Podcast Community and Its Pioneers. *Social Sciences*, 11(7), 308.  
<https://doi.org/10.3390/socsci11070308>.
- 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.sep.11>.
- García-Marín, D., y Aparici, R. (2020). Voces domesticadas y falsa participación: anatomía de la interacción en el podcasting transmedia. *Comunicar: revista científica de comunicación y educación*, 28(63), 97-107.  
<https://doi.org/10.3916/C63-2020-09>.

- Gee, J.P.; Hayes, E.R. (2012). *Language and learning in the digital age*. Routledge.
- Gosciola, V. (2012). Narrativa transmídia: conceituação e origens. En C. Campalans, D. Renó, y V. Gosciola (Edits.), *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas*. Editorial Universidad del Rosario.
- Hancock, D., y McMurtry, L. (2018). I know what a podcast is: Post-serial fiction and podcast media identity. En Llinares, D.; Fox, N.; Berry, R. (Eds.), *Podcasting. New aural cultures and digital media* pp. 81-105). Palgrave Macmillan.
- Hasan, M. M., y Hoon, T. B. (2013). Podcast Applications in Language Learning: A Review of Recent Studies. *English Language Teaching*, 6(2), 128–135.  
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1076962.pdf>.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Paidós.
- Johansson, C. (2021). YouTube podcasting, the new orality, and diversity of thought: intermediality, media history, and communication theory as methodological approaches. En S. Petersson (Ed.), *Digital human sciences: new objects-new approaches* (pp. 253-284). Stockholm University Press.
- Kaplún, M. (2002) *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. Editorial Caminos.
- Levinson, P. (2014). *New New Media*. Pearson.
- Llinares, D. (2018). Podcasting as liminal praxis: Aural mediation, sound writing and identity. En Llinares, D.; Fox, N.; Berry, R. (Eds.), *Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media* (pp. 123-145). Palgrave Macmillan.
- López-Villafranca, P. (2019). 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>.
- Manovich, L. (2001): *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Paidós.
- Markman, K. (2012). Doing radio, making friends, and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters. *New Media y Society*, 14(4), 547-565. <https://doi.org/10.1177/1461444811420848>.

- Markman , K. M., y Sawyer, C. E. (2014). Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting. *Journal of Radio y Audio Media*, 21(1), 20-35. <https://doi.org/10.1080/19376529.2014.891211>.
- Martínez-Costa, M. P., y Prata-Moreira-Martins, N. (2017). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 40(3) 109-128. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201737>.
- Martín-Morán, A., y Martín Nieto, R. (2022). Qualitative approach to the formalization of a professional podcasting culture. Evolution and trends. *Profesional de la Información*, 31(5), e310517. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.17>.
- McGarr, O. (2009). Podcasting in higher education: a review of the literature with particular reference to its influence on the traditional lecture. *Australasian Journal of Educational Technology*, 25(3), 309-321. <https://doi.org/10.14742/ajet.1136>.
- Paterson, Q. S., Thoma, B., Milne, W. K., Lin, M., y Chan, T. M. (2015). A Systematic Review and Qualitative Analysis to Determine Quality Indicators for Health Professions Education Blogs and Podcasts. *Journal of Graduate Medical Education*, 7(4), 549-554. <https://doi.org/10.4300/JGME-D-14-00728.1>.
- Pereyra, M. (2018). La convergencia natural del lenguaje sonoro: radio web. En M. Viada, y M. Pereyra (Coords.), *Comunicación digital: Perspectivas académicas y profesionales* (pp. 45-57). Universidad Nacional de Córdoba.
- Pérez-Alaejos, M. P. M., y López-Merayo, A. (2013). Entre ondas y bits: El podcasting en las redes nacionales de radio españolas. *Revista Comunicação Midiática*, 8(3), 181-202. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4790821>.
- Piñeiro-Otero, T. (2019). Relatos que se expanden hasta tus oídos. De la radio a las extensiones sonoras de mundos transmedia. En F. Irigaray, V. Gosciola, y T. Piñeiro-Otero (Coords.), *Dimensões Transmídia* (pp. 120-146). Ria Editorial.
- Porcel, A., y Pereyra, M. (2018). Nuevos medios para viejos fines: Parque Podcast, red de podcasts. En M. Viada, y M. Pereyra (Coords.), *Comunicación digital: Perspectivas académicas y profesionales* (pp. 58-71). Universidad Nacional de Córdoba.

- Ramos, P. [@subramos] (12 de enero de 2021). *Me recomiendan podcasts hechos en Córdoba?* [Status update]. Twitter.  
<https://twitter.com/subramos/status/1349086902780100609>.
- Rosado-Millán, M. J., García-García, F., y Kaplún, H. (2014). *Guía práctica de técnicas de investigación social*. Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada.
- Salmon, G. y Palitha, E. (2008). *Doubling the Life of iPods*. McGrawHill.
- Sandoval-Zapata, M.M. (2020). Podcast-based lessons: a useful tool to improve university students' descriptive oral skills. *Comunicación*, 29(1), 52-68.  
<http://dx.doi.org/10.18845/rc.v29i1-2020.5260>.
- Santiago, R., y Bárcena, E. (2016). El potencial del podcast como recurso didáctico para el desarrollo de las destrezas orales de segundas lenguas con dispositivos móviles. *Monográfico I*, 61-72. <https://doi.org/10.30827/Digibug.54089>.
- Saussure-Figueroa, C. (2021). Creación de podcast y desarrollo de la comunicación oral en la universidad. *Revista Ciencias y Artes*, 1(2), 30-39.  
<https://doi.org/10.37211/rca.v1i2.46>.
- Scolari, C. (2013). *Narrativa transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Scolari, C. (28 de octubre de 2017). Transmedia is dead. Long live transmedia!  
*Hipermediaciones*. <https://hipermediaciones.com/2017/10/28/transmedia-is-dead/>.
- Spinelli, M., y Dann, L. (2019). *Podcasting. The Audio Media Revolution*. Bloomsbury Academic.
- Sullivan, J.L. (2018). Podcast movement: Aspirational labour and the formalisation of podcasting as a cultural industry. En Llinares, D.; Fox, N.; Berry, R. (Eds.), *Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media* (pp. 35-56). Palgrave Macmillan.
- Swiatek, L. (2018). The podcast as an intimate bridging medium. En Llinares, D.; Fox, N.; Berry, R. (Eds.), *Podcasting. New Aural Cultures and Digital Media* (pp. 173-187). Palgrave Macmillan.
- Taylor, J. L., y Blevins, M. (2020). COMMcast: Producing podcasts for communication theory. *Communication Teacher*, 4(34), 272-276.  
<https://doi.org/10.1080/17404622.2019.1706756>.
- Terol-Bolinches, R., Pedrero-Esteban, L., y Pérez, A. (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>.

Wenger, E. (2002). *Comunidades de práctica*. Paidós Ibérica.