

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2021-2022



***El fenómeno del pódcast en el siglo XXI: El pódcast desde
un punto de vista generacional por edades.***

The phenomenon of the podcast in the XXI century: The
podcast from a generational point of view by age group.

Alumno: Jaime Llorca Pompa

Tutora: Asunción Niños Galvañ

RESUMEN

El fenómeno del pódcast ha surgido en el siglo XXI como una novedad que ya existía. El podcast tiene unos 8 años de antigüedad, pero prácticamente hasta ahora, no ha dado este “boom” con el que gran parte de la población española está enganchada a este formato. El pódcast es un formato cómodo en el que el propio usuario elige cuándo, cómo y dónde escuchar el programa que más le gusta. Esta forma de difusión de audio paralelo a la radio no distingue por edades ni por capacidades a la hora de consumirlo pero, la visión o el punto de vista de los profesionales del mundo del periodismo sobre este fenómeno, varía sobre todo, a nivel generacional o por edades.

La evolución del podcast ha llegado a tal punto que se han creado plataformas exclusivas en las que poder escuchar aquellos programas que más se asemejan a los gustos de los consumidores (Ivoox, Podium Podcast, Spotify...). Esto ha marcado un antes y un después en la cronología histórica del propio formato y avanza a pasos agigantados hasta la actualidad. Incluso las radios convencionales han fusionado la radio con el fenómeno del podcast y no es de extrañar que hayan aprovechado esta evolución para modernizarse y poner aún más si cabe, el valor de la radio en los propios podcasts con multitud de programas. Radios como Onda Cero, Cadena Cope y Cadena Ser se han sumado a este nuevo formato por su gran aceptación social en todas las edades y por la facilidad del usuario a la hora de nutrirse de cualquier tipo de información.

PALABRAS CLAVE

Pódcast, Actualidad, Edades, Evolución, Formato

ABSTRACT

The podcast phenomenon has emerged in the 21st century as a novelty that already existed. The podcast is about 8 years old, but practically until now, it has not given this "boom" with which much of the Spanish population is hooked on this format. The podcast is a convenient format in which the user himself chooses when, how and where to listen to the program he likes the most. This audio format, parallel to radio, is not distinguished by age or ability when it comes to consuming it, but the vision or point of view of professionals in the world of journalism on this phenomenon varies above all at the generational level or by age.

The evolution of podcasting has reached such a point that exclusive platforms have been created where you can listen to those programs that most closely resemble the tastes of consumers (Ivoox, Podium Podcast, Spotify...). This has marked a before and after in the historical chronology of the format itself and is advancing by leaps and bounds to the present

day. Even conventional radio stations have merged radio with the podcast phenomenon and it is not surprising that they have taken advantage of this evolution to modernize and put even more, if possible, the value of radio in the podcasts themselves with a multitude of programs. Radios such as Onda Cero, Cadena Cope and Cadena Ser have joined this new format for its great social acceptance in all ages and the ease of the user when it comes to nourishing themselves with any type of information.

KEY-WORDS

Podcast, News, Ages, Evolution, Format



ÍNDICE

1. **Introducción y justificación del reportaje.....págs 5-6.**
2. **Material y método de trabajopágs 6-13.**
3. **Contenido del reportaje publicado.....pág
14-24.**
4. **Interpretación derivada de la investigación.....págs 24-25.**
5. **Bibliografía y fuentes documentales.....págs. 25-26.**
6. **Notas: Materiales e infraestructura utilizada.....págs
26-26.**
7. **Anexo I: Anteproyecto TFG.....págs 26-32.**
 - 7.1 Definición de la temática y enfoque
 - 7.2 Definición de los objetivos de la investigación
 - 7.3 Cronograma de trabajo
 - 7.4 Relación de documentación recabada sobre el asunto
 - 7.5 Selección y presentación de las fuentes que aparecerán en el reportaje
 - 7.6 Presentación del autor y breve CV

1. Introducción y justificación del reportaje

La siguiente investigación periodística tiene como temática principal los diferentes puntos de vista sobre el pódcast por edades o generaciones en la actualidad. Abordando también su compatibilidad con la radio convencional y contextualizando el momento en el que se encuentra el pódcast en esta nueva normalidad.

Se entiende por pódcast todo aquel formato de audio que esté adaptado en estructura y en contenido para ser publicado en cualquier plataforma de audio (Ivoox, podium podcast, Spotify) y es un formato que cualquier persona de diferente edad o sexo puede tanto crearlo como escucharlo. Como bien explica la experta en radio [Marta Llinares Zaragoza](#), el pódcast es un formato de audio novedoso y que cada vez más se va adaptando mejor a la sociedad en general, ella argumenta que la falta de adaptación de la gente más mayor a este formato no es por un tema de dificultad ni por nada parecido, si no por la falta de costumbre a nivel generacional a la hora de utilizar este tipo de formato o de contenido, es decir, la gente de edad más avanzada está acostumbrada a otras cosas, en cambio, la gente más joven está mucho más acostumbrada a tener la tecnología en sus manos y tenerlo todo a su alcance, por ello, está diferencia de consumo. Por el contrario, la periodista de Onda Cero Villajoyosa explica que poco a poco las generaciones más mayores se irán adaptando mejor a este nuevo fenómeno de audio que ha crecido tanto en estos últimos años.

Por otra parte, [Cristian Marín Sanchíz](#), experto en redes sociales y licenciado en periodismo en la Universidad Miguel Hernández de Elche, tiene una visión diferente sobre el pódcast y argumenta que este formato es muy sencillo y al ser un contenido a la carta es muy interesante para cualquier persona u oyente. Desde su experiencia como creador de contenido de periodismo y de pódcasts de motor, argumenta que según las estadísticas del programa en el colabora con Dennis Noyes, la franja de edad de los oyentes es de entre 35 y 55 años, por tanto, para Marín Sanchíz, la edad no es una barrera a la hora de escuchar este tipo de formato, sino que el problema viene más enfocado a la falta de interés o la falta de curiosidad por la sociedad en general respecto a este formato.

En lo referente a la compatibilidad de la radio con el pódcast, la periodista de Onda Cero Marta Llinares explica que bajo su experiencia, desde que existe este formato se ha visto incrementada la audiencia tanto en la radio en directo como en la radio a la carta, pero ésta última en especial, ya que muchas personas quieren escoger o escuchar cierto contenido exclusivo y por ello acuden a la plataforma web de Onda Cero para escuchar el contenido que quieren en concreto.

Además, el periodista e investigador [Luis Miguel Pedrero](#) asegura que el único inconveniente para la adaptación de la sociedad al pódcast, es decir, por parte de diferentes generaciones viene dada por las costumbres. La falta de tener esa costumbre de escuchar audio o pódcast por parte de gente de edad más avanzada es la principal “barrera” de este formato en referencia a esa parte de la sociedad, por el contrario, la propia costumbre por la época en la que han nacido o viven los jóvenes hace que se adapten mejor a este tipo de

contenido, pero asegura, que poco a poco la gente más mayor escucha más pódcast, por tanto, muchas veces las costumbres y las tradiciones son aspectos determinantes en este tipo de adaptaciones por parte de diferentes rangos de edad a formatos como el pódcast u otros formatos que forman parte del día a día tecnológico.

Toda esta investigación se ha llevado a cabo debido a la falta de información por parte de la sociedad sobre este asunto, es decir, la búsqueda de información o la recopilación genérica de información sobre este asunto es compleja, por ello, uno de los motivos de la realización de este trabajo es esa. Además, la ausencia de contextualización que tiene la sociedad en sí sobre el pódcast ha agravado el pensamiento de hacer este trabajo, las personas en muchos casos y sobre todo en gente de edad más avanzada les preguntan por el “pódcast” y no saben lo que es, por ello hay una falta de distribución y de información sobre este formato de audio que se debe de poner en valor para que esta nueva forma de consumir todo tipo de contenidos sea conocida por cualquier persona. Y para darle más importancia aún o poner más a la gente en contexto sobre este tipo de formato, las diferentes fuentes entrevistadas y el tema del trabajo hacen que las personas que consuman toda la información del mismo se puedan sentir identificadas y por tanto, se interesen por este tipo de formato de audio.

La tarea del periodista es informar y distribuir todo tipo de información y contenidos de la manera más digna y objetiva posible, pero las nuevas tecnologías avanzan a pasos agigantados y este estudio o mejor dicho, la diversidad de puntos de vista por parte de profesionales del sector de la comunicación pone en valor que el pódcast poco a poco será consumido por todo el mundo, pero ahora mismo se encuentra en ese punto clave en el que se necesita un equilibrio tanto económico como de distribución para que acabe de consagrarse como uno de los formatos rey tanto en el mundo del periodismo como en la sociedad en sí.

2. Material y método de trabajo.

El primer paso realizado para la elaboración del reportaje ha sido el de documentación sobre el tema una vez pensado y escogido. Durante aproximadamente un mes he tenido un gran trabajo de documentación y de buscar información sobre el pódcast para poder hacer el reportaje y sobre todo, buscar información relacionada con el enfoque que se le ha dado al trabajo en general, es decir, buscar un equilibrio entre el tema del trabajo y el reportaje del mismo.

En segundo lugar, una de las tareas más difíciles ha sido la realización de entrevistas, toda esta fase se ha llevado a cabo en aproximadamente dos meses, finalmente tanto las fuentes como la información seleccionada son de un gran valor para el reportaje y el trabajo realizado.

A continuación, la fase de guion y montaje también se ha llevado a cabo en un mes en el que las tareas básicas han sido la escritura del guion con toda la información al respecto, es decir, elección de declaraciones a destacar de cada una de las entrevistas realizadas y una pequeña introducción en voz en off en cada una de ellas para poner en contexto a cada oyente y también el montaje del propio pódcast mediante la herramienta Audacity con todo tipo de efectos sonoros, transiciones... Y en último lugar, la escritura genérica de la memoria, la revisión del anteproyecto y del reportaje (pódcast) y de toda la documentación requerida se ha llevado a cabo en el mes de junio.



El **proceso de investigación** ha sido complejo como bien explicaba anteriormente, ya que el encontrar información sobre el pódcast adaptada al enfoque dado en el propio trabajo ha sido una tarea bastante difícil, pero finalmente gracias a las entrevistas, fuentes personales y a ciertas fuentes documentales escogidas he podido recopilar información suficiente para la elaboración del reportaje en formato pódcast y por tanto, del propio trabajo genérico en sí.

Las fuentes principales del reportaje han sido las siguientes:

-Marta Llinares Zaragoza, es periodista en Onda Cero Villajoyosa desde hace más de 28 años, tiene un gran bagaje y una gran experiencia en el sector de la comunicación, sus grandes dotes como profesional de este oficio y como responsable de la sede de Onda Cero en Villajoyosa me han dado un valor añadido a la hora de realizar el reportaje. Llinares Zaragoza ha puesto en valor en este reportaje la gran compatibilidad que tienen la radio y el pódcast, son dos formatos muy parecidos pero similares que están obligados a entenderse por el bien de ambos formatos. Toda la información aportada por Marta en este reportaje ha sido excelente y muy importante para la realización del propio trabajo.



-Gema Dalia, es estudiante de periodismo en la Universidad Miguel Hernández de Elche, la joven Xativina es creadora de un pódcast llamado “Gent amb trellat” y ha aportado un punto de vista acerca del pódcast que ha sido totalmente esencial para la realización del reportaje. Dalia explica y asegura que es un formato que no quita tiempo a la gente, es decir, que puedes escucharlo de fondo mientras haces cualquier otra cosa y eso lo hace especial respecto a otros formatos. Su punto de vista y contextualización ha sido imprescindible y le da un valor añadido al reportaje en sí.



-Cristian Marín Sanchiz, es un joven periodista y especialista en estrategias de redes sociales, sus estudios los ha llevado a cabo en la Universidad Miguel Hernández de Elche y en Universitat Oberta de Catalunya. Marín Sanchiz es un apasionado del mundo del motor, concretamente de todo lo relacionado con las motos, en su experiencia como periodista ha trabajado en numerosas agencias de comunicación y en gran cantidad de eventos de todo tipo relacionados con Motogp, Superbikes (SBK) junto a personas muy importantes de este sector como Dennis Noyes, Pablo Nieto y Judit Florensa, entre otros. Además de ser experto en este nicho, su máster en Social Media Strategy hace de Marín Sanchiz un gran profesional en el mundo de las redes sociales y en todo lo que engloba este apartado. Su joven visión del pódcast y su punto de vista comparativo con otras generaciones ha dado a este trabajo un valor añadido y por ello, ha sido una de las fuentes principales para la realización del mismo.



+**Luis Miguel Pedrero**, es periodista, profesor e investigador en la Universidad de Nebrija (Madrid), es la fuente principal como más edad de las 4, por ello, ha podido aportar mucha información al reportaje de gran valor por su gran experiencia en el sector de la comunicación como periodista y también desde el punto de vista como profesor de adolescentes en proceso de formación para su posterior entrada en el mundo laboral de la comunicación. Su visión y punto de vista sobre el pódcast ha hecho que abra la mente sobre este formato y

que saque como conclusión que tiene cabida en la sociedad actual. Poco a poco las costumbres y este tipo de audios irán adaptándose a la sociedad actual y concretamente, a todas las generaciones. Es una de las fuentes más importantes de este reportaje porque toda la información difundida por Luis Miguel es de gran interés y aporta infinidad de anécdotas y de opiniones para que los lectores de este trabajo entiendan y sepan que es el pódcast y todas las novedades y adaptaciones que este formato ha tenido que hacer en estos últimos años.

Las **fuentes personales** de este reportaje han sido necesarias para la realización del mismo porque me han dado ese enfoque y esta contextualización que necesitaba sobre el podcast. Cada uno de ellos forman parte de generaciones diferentes con edades diferentes y cada uno tiene su opinión sobre el pódcast. Pueden tener opiniones similares o diferentes sobre si la edad afecta o no en la opinión sobre este tipo de formato, pero sus puntos de vista y sus argumentaciones han sido esenciales para la realización del reportaje.

La **estructura** del reportaje tiene un orden cronológico pero, todo gira en torno a una estructura lineal, y a una idea, los diferentes puntos de vista sobre este formato que tienen varios/as periodistas y expertos/as de diferentes edades y generaciones. La entradilla y la idea de todo el reportaje gira en torno a lo nombrado anteriormente, en el propio reportaje cada uno de los capítulos y de los entrevistados valora y ofrece su punto de vista sobre el pódcast, sobre todo, si su consumo y adaptación depende de la edad o de la generación a la que pertenezca cada persona que forma parte de esta sociedad.

Ahora bien, la **metodología** de distribución del reportaje en redes sociales se ha difundido en un periodo de una semana y se ha hecho de la siguiente manera: En primer lugar, se ha hecho un diseño corporativo para la difusión del reportaje en las diferentes redes sociales, Twitter e Instagram, en este primer paso se ha facilitado un link a los oyentes para poder observar el reportaje en sí de forma escrita en la plataforma Medium. En segundo lugar, se ha hecho un diseño corporativo para cada capítulo del propio pódcast subido a la plataforma de Ivoox, es decir, se ha subido a cada story de Instagram y se ha subido un hilo de twitter con un tweet por cada capítulo del pódcast, un total de cuatro stories de Instagram con los respectivos links a sus capítulos en Ivoox y de la misma forma con el formato de Twitter.

Todos los **diseños**, campaña de **redes sociales** y **difusión** aquí (Twitter e Instagram):



Jaime 🙌 🎬 🙌 @jjaume... · 6min :
T1.Capítulo 2. Marta Llinares Zaragoza.

go.ivoox.com/rf/88207345



EN EL CAPÍTULO DE HOY OS
TRAEMOS A MARTA LLINARES
ZARAGOZA (PERIODISTA EN
ONDA CERO VILLAJYOUSA)

CAPÍTULO 2

Jaime 🙌 🎬 🙌 @jjaume... · 4min :
T.1.Capítulo 3.@luismipedrero

go.ivoox.com/rf/88220953



EN EL CAPÍTULO DE HOY OS
TRAEMOS A LUIS MIGUEL
PEDRERO (PERIODISTA, PROFESOR
E INVESTIGADOR EN LA
UNIVERSIDAD DE NEBRUJA)

CAPÍTULO 3

Jaime 🙌 🎬 🙌 @jjaume... · 3min :
T1.Capítulo 4. Cristian Marín Sanchíz.

go.ivoox.com/rf/88231462



EN EL CAPÍTULO DE HOY OS
TRAEMOS A CRISTIAN MARÍN
SANCHÍZ (PERIODISTA Y
ESPECIALISTA EN SOCIAL MEDIA
STRATEGY)

CAPÍTULO 4

Jaime 🙌 🎬 🙌 @jjaume... · 49s :

📌 Por último, pero no menos importante, tenéis a continuación el enlace al trabajo escrito y el guión del podcast entero.

🎙️ 🗨️ ¡Espero que os guste! Muchas gracias a las cuatro personas que han hecho posible que esto salga adelante

📄 📄 📄 📄 📄 📄 📄

[El podcast desde un punto de vista... jaimellorcapomp...](#)

EL FENÓMENO DEL PÓDCAST EN EL SIGLO XXI: EL PÓDCAST DESDE UN PUNTO DE VISTA GENERACIONAL POR EDADES.



EN EL CAPÍTULO DE HOY OS
TRAEMOS A GEMA DALIA
(ESTUDIANTE DE PERIODISMO Y
CREADORA EL PODCAST "GENT
AMB TRELAT")

 CAPÍTULO 1. GEMA DALIA

CAPÍTULO 1



EL FENÓMENO DEL PÓDCAST EN EL SIGLO XXI: EL PÓDCAST DESDE UN PUNTO DE VISTA GENERACIONAL POR EDADES.



EN EL CAPÍTULO DE HOY OS
TRAEMOS A MARTA LLINARES
ZARAGOZA (PERIODISTA EN
ONDA CERO VILLAJYOUSA)

[@ondaceromarinabaixa](#)

 CAPÍTULO 2. MARTA LLINARE...

CAPÍTULO 2



EL FENÓMENO DEL PÓDCAST EN EL SIGLO XXI: EL PÓDCAST DESDE UN PUNTO DE VISTA GENERACIONAL POR EDADES.



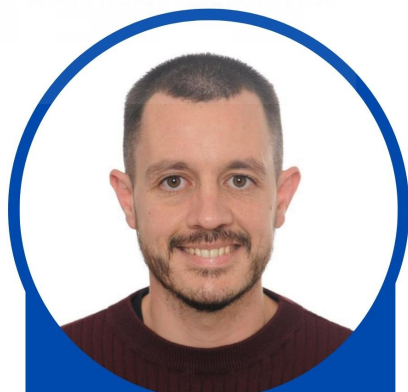
EN EL CAPÍTULO DE HOY OS
TRAEMOS A LUIS MIGUEL
PEDRERO (PERIODISTA, PROFESOR
E INVESTIGADOR EN LA
UNIVERSIDAD DE NEBRIJA)

 CAPÍTULO 3. LUIS MIGUEL PE...

CAPÍTULO 3



EL FENÓMENO DEL PÓDCAST EN EL SIGLO XXI: EL PÓDCAST DESDE UN PUNTO DE VISTA GENERACIONAL POR EDADES.



EN EL CAPÍTULO DE HOY OS
TRAEMOS A CRISTIAN MARÍN
SANCHÍZ (PERIODISTA Y
ESPECIALISTA EN SOCIAL MEDIA
STRATEGY)

 CAPÍTULO 4. CRISTIAN MARÍN...

CAPÍTULO 4



Portada Reportaje Medium:

El podcast desde un punto de vista generacional por edades



El podcast surge como un nuevo formato de audio al que muchos expertos del sector del periodismo denominan como el complemento perfecto de la radio convencional. Pero, este podcast explica los diferentes puntos de vista sobre este formato que tienen varios/as periodistas y expertos/as de diferentes edades y generaciones.

“La subjetividad de los/las periodistas sobre el podcast también existe”

3. Contenido del reportaje publicado.

<https://jaimellorcapompa.medium.com/el-podcast-desde-un-punto-de-vista-generacional-por-edades-306049cad4f5>

Reportaje (pódcast)-Guion:

El podcast desde un punto de vista generacional por edades

El podcast surge como un nuevo formato de audio al que muchos expertos del sector del periodismo denominan como el complemento perfecto de la radio convencional. Pero, este podcast explica los diferentes puntos de vista sobre este formato que tienen varios/as periodistas y expertos/as de diferentes edades y generaciones.

“La subjetividad de los/las periodistas sobre el podcast también existe”

T1.Capítulo 1.GEMA DALIA

1.**JAUME**: Gema Dalia es una joven de 21 años, estudiante de periodismo en la UMH. Creadora del podcast “Gent amb trellat”. La joven de Moixent valora y explica aquello que le da valor a este formato de audio, el podcast.

1.GEMA DALIA: “Yo personalmente creo que el podcast es cómo solamente el audio de un vídeo de youtube que te pones de fondo mientras haces cosas, pero, en el podcast, no te pierdes la imagen y como saben las personas que realizan podcast que no hay imagen, describen todo mucho más, para que no te pierdas nada”.

2.**JAUME**: La facilidad a la hora de consumir este formato, su gran variedad de contenido en multitud de plataformas y la importancia del audio en sí, hacen del podcast, un nuevo formato de audio de calidad.

2.GEMA DALIA: “Yo creo que sí, porque es como una nueva manera ya que, en youtube quizás se valora más la imagen y no se tiene tanto valor al audio que es lo que realmente importa. La mayoría de vídeos de youtube nos lo ponemos de fondo mientras hacemos cosas, mientras que en el podcast si que se le da más importancia a eso, por tanto, cuidas más a tu audiencia para que continúe escuchando el podcast y tiene muchas más variedad. Es mucho más fácil encontrar un podcast sobre salud mental que un canal de youtube que hable sobre salud mental por ejemplo.”

3.**JAUME**: La pandemia ha sido un punto de inflexión en el sector del podcast, por ello, su crecimiento se ha visto afectado de manera notable. La gente necesita evadirse, y el podcast,

en muchos casos, ha sido una nueva forma de desconectar pero, sobre todo, una nueva forma de entretenerse.

3. **GEMA DALIA:** “Sí, yo creo que sí, tanto para crearlos como para escucharlos. Porque la pandemia a muchos nos ha enseñado a hacer cosas mientras hacemos muchas otras cosas, tienes que buscar mucho entretenimiento, porque al final, estás en casa y no tenías demasiadas cosas que hacer. Para la gente que necesita hacer más de tres cosas a la vez y no puede centrarse solo en una o puede hacer tres cosas a la vez sin ningún problema, es una cosa que suma y que no te distrae de hacer otras cosas.”

4. **JAUME:** El podcast tiene aspectos periodísticos que hacen de él, un formato atractivo diferente al resto. Su función como fuente de información y de entretenimiento desde la audición, ha marcado un antes y un después en la sociedad.

4. **GEMA DALIA:** “Sí, por supuesto, es una posibilidad de que la gente de su punto de vista desde otras perspectivas. No es lo mismo ver a una persona sentada en una mesa en un vídeo de Youtube explicando algo, que en un podcast, porque en un podcast pones toda tu energía en la voz y se siente diferente.”

5. **JAUME:** El podcast, actúa como un formato de audio genérico al que cualquier persona puede tener acceso. Existen multitud de plataformas como Spotify, Podium Podcast e Ivoox... para escuchar podcasts. Pero ¿Se adapta mejor este formato a gente más joven que se desenvuelve con más destreza en lo tecnológico?

5. **GEMA DALIA:** “Creo que sí, los podcasts no se escuchan tanto en la plataforma youtube que es conocida por todas las edades como en otras como Spotify. Quizás la gente mayor no sabe lo que es Spotify, no sabe cómo usarlo, incluso ni siquiera saben lo que es un podcast, pero si saben lo que es un vídeo de youtube que sólo lleva audio”

“La manera de explicar que es un podcast y lanzarlo así a todo el mundo sin explicar claramente lo que es, para quienes no lo entiendan, quizá ha hecho que se centre solamente en un rango de población que sí tiene la capacidad para entender una palabra que no está en el diccionario español”.

6. **JAUME:** La variedad de plataformas para escuchar este formato de audio ayuda a los consumidores a descubrirlo. Su gran repertorio a nivel de contenidos y de creación de

podcasts, abre una nueva vertiente de subjetividad en la que cada vez, más gente, expresa su opinión respecto a cualquier tema del que se trate.

6.GEMA DALIA: “Sí, cuantas más plataformas haya, más posibilidades hay y por tanto, más lugares donde exponer x cosas hay, ya que no todas las plataformas admiten todo tipo de conversaciones que se pueden tener en un podcast. Igual que en las cadenas de televisión hay noticias que se relatan de una manera según les convenga a los empresarios de la cadena de televisión, igual que en las plataformas de podcast.”

7.JAUME: El audio ayuda a amenizar las situaciones cotidianas y la sociedad, ha conseguido una nueva forma de evadirse y de disfrutar del momento a la vez que presta atención al sonido, al audio y a todo lo que lo envuelve. Sin dejar de lado lo que está sucediendo, el presente, la vida.

7.GEMA DALIA: “Creo que cuando estás viviendo una cosa, es decir, vuelves a Valencia o donde estés estudiando desde tu casa en tren atardeciendo, si estás mirando un vídeo de Youtube que tiene imagen y tienes que prestarle atención a la imagen que estás viendo, te pierdes el atardecer, aunque suceda todos los días; quizás ese día, te apetece verlo y no te apetece estar viendo a una persona hablando o haciendo tus cosas. El audio no te molesta, no le quita importancia a lo que estás viendo o a lo que estás viviendo.”

T1.Capítulo 2.MARTA LLINARES ZARAGOZA

1.JAUME: Marta Llinares Zaragoza es periodista de radio en Onda Cero Villajoyosa, tiene 48 años y sus raíces desde bien pequeña son vileras. Tiene más de 28 años de experiencia en el sector del periodismo y pone en valor la aparición de nuevas tendencias como es el caso del podcast. La sencillez del formato a la hora de acceder a él y su brevedad son las grandes ventajas con las que cuenta el podcast.

1.MARTA LLINARES: Es algo tan sencillo de acceder, yo sobre todo destacaría eso. Es ágil, normalmente las duraciones no suelen ser largas y te permite en cualquier momento del día poder acceder a él y conocer una noticia o cualquier explicación o cualquier vídeo o audio interesante.”

“Lo que creo es que cuanto más breve son, más facilidad de acceso tenemos la gente porque vivimos demasiado rápido, y al final nos parece, perder no, pero utilizar diez minutos y tal, nos parece un mundo, por eso, yo creo que la brevedad nos puede facilitar el acceder a ellos.”

2.JAUME: La tecnología avanza a pasos agigantados, el podcast se une a las nuevas tendencias del siglo XXI. Pero la radio, también ha ido adaptándose a esta nueva era, por ello, las nuevas plataformas de radio en podcast han ayudado al crecimiento de audiencia en el sector.

2.MARTA LLINARES ZARAGOZA: “El podcast tiene de atractivo la sencillez de la que estamos hablando y que lo puedes consumir a cualquier hora. Cuando tu tienes un programa de radio, tienes una hora concreta para escucharlo. Después, si tienes acceso al podcast del programa, tienes la libertad y la comodidad de escucharlo a la hora que quieras, entonces yo creo que eso ha hecho que se incremente el uso del podcast.

“Y después, también poco a poco la sociedad va avanzando en el uso de las nuevas tecnologías. Hay una generación a la que tengo mucha envidia que está superpuesta en esto y evidentemente todo eso se traduce, en el uso de las nuevas tecnologías. Al final, las generaciones que van detrás de mí, es más fácil que utilicen el podcast a que pongan la radio o la tele. El incremento creo que se debe al avance tecnológico de la sociedad.”

3.JAUME: La pandemia ha marcado un antes y un después en nuestras vidas, y de la misma forma ha afectado a la forma en la que consumimos información y entretenimiento. Muchas personas han descubierto el podcast, al igual que multitud de plataformas y nuevos formatos tecnológicos. La pandemia ha hecho que la humanidad descubra y se interese por ciertos canales de entretenimiento que nunca pensábamos que llegarían.

3.MARTA LLINARES ZARAGOZA: “La pandemia nos ha hecho consumir mucha cultura en casa y aunque no estábamos confinados ya, seguíamos utilizando mucho las nuevas tecnologías, estábamos conectados, era nuestra única vía de conexión con el resto, amigos, familiares, con el mundo ¿No?. Hemos consumido no solo podcast que a lo mejor yo decía, por ejemplo un programa de radio, una entrevista que no has escuchado. El podcast te daba la oportunidad de viajar en el tiempo, de escuchar audios o historias o contenidos de lo que tu quisieras, del tema que quisieras, prácticamente es una biblioteca de audios. Al final, yo creo que la pandemia ha sido fundamental. Y de hecho, de ahí nos hemos acostumbrado a utilizar más, los que no estábamos tan acostumbrados a utilizar más ese recurso.”

4.JAUME: La variedad de plataformas y la diversidad en su contenido hacen del podcast, un formato de audio único y del que cada vez más son las personas que disfrutan de él.

4.MARTA LLINARES ZARAGOZA: “Cuanta más variedad hay, al final llegas a todo el mundo, en la diversidad está el gusto. Para gustos colores, todo el mundo, en un momento

dado yo digo: a mi el mundo del motor no me interesa. Pero claro, estás en casa y piensas, oye mira que curioso ¿Esto que será?, miras, entras y claro, al final vas consumiendo cosas que de entrada en otro momento no lo hubieras hecho o no se te hubiera ocurrido”

“Yo creo que sí, la amplia oferta de contenidos es fundamental”.

5.**JAUME**: El podcast como las nuevas tecnologías tienen un nicho más accesible como son los jóvenes, pero cada vez más son las generaciones adultas, las que se adaptan a este formato.

5.**MARTA LLINARES ZARAGOZA**: “Yo creo que la gente de edad más avanzada se puede adaptar igual, y bueno, de hecho hay muchos canales que tienen consumidores más mayores a la edad que has dicho. Lo que es cierto es que esa franja de edad que comentabas, los jóvenes, estáis más acostumbrados a utilizar/consumir este tipo de contenido. Después, la gente más mayor, estamos acostumbrados a otras cosas, pero, si que es cierto que poco a poco es un formato más adaptable para la gente más mayor que no estamos, incluso, tan hechos a consumir o a utilizar estas nuevas tecnologías.”

“Yo creo que se consume más por parte de los jóvenes, pero es un formato super adaptable para la gente mayor”

6.**JAUME**: La radio lleva muchos años en el mundo del periodismo y el podcast, ha incurrido en la sociedad para quedarse. La convivencia de ambos formatos es necesaria, cabe recordar que son formatos similares, pero diferentes. Su complementación es la clave para la nueva era del audio.

6.**MARTA LLINARES ZARAGOZA**: “Nosotros en la radio, sí que vemos que los podcasts de las entrevistas o de las noticias que emitimos tienen esa repercusión que al final, son oyentes que no ponen la radio habitualmente o son oyentes que alomejor el programa no les interesa, pero sí les interesa esa cuestión exclusiva, pues entran. O gente que no puede oír el programa en directo y lo oye en diferido gracias al podcast.”

“Se abre un abanico de posibilidades inmensas también”.

“Si que se está trabajando mucho en la web y en que los contenidos de la radio lleguen a otros oyentes a través de los podcasts”

6.MARTA LLINARES ZARAGOZA: Pienso que el podcast si que puede ayudar muchísimo a la radio, es que la gente se vuelva a reconectar, es decir, crecer en la audiencia de radio. Porque alomejor hay gente joven que no conecta la radio, pero alomejor a través del podcast, tú llegas y la persona, el chico o la chica escucha un audio de un micropodcast) que se ha hecho sobre los libros y dice, mira me gusta. Al final, consume radio. Al final, estas a través del podcast, llevando la radio y el contenido de nuestra emisora”

T1.Capítulo 3. LUIS MIGUEL PEDRERO

1.JAUME: Luis Miguel Pedrero es periodista, investigador y profesor en la Universidad de Nebrija (Madrid). El periodista de 52 años es uno de los grandes referentes del sector, sus años de experiencia y su gran capacidad tanto intelectual como de habla hacen de Luis Miguel un gran profesional del mundo de la comunicación y del actual periodismo. El podcast es un formato de audio diferente y varias virtudes son las que lo caracterizan.

1.LUIS MIGUEL PEDRERO: “Hay virtudes o hay ventajas que sí que ya se constatan desde que empezó a ponerse en marcha y hay otras que se van percibiendo conforme el usuario va teniendo contacto con él. De entrada el podcast tiene una virtud incuestionable que es la idea del contenido, permite ser consumido en cualquier momento y en cualquier lugar con independencia de una programación como podría ser una radio o de un momento de emisión aunque sea a través de una plataforma, es decir, el principio el contenido bajo demanda y el audio bajo demanda digamos que elimina el obstáculo de la caducidad en términos de vigencia del contenido, de la historia, del relato.

Lo cual explicamos que asimila el podcast muchas de las ofertas que a todos nos cautivan en las plataformas de vídeo bajo demanda, una película, una serie, un documental. Uno puede entrar y consumirla y no necesita ser ese momento el del estreno o un momento que asociamos a una situación concreta.”

“El consumo de podcast va muy vinculado a lo individual, al consumo elegido, por tanto, con una suposición de convencimiento, de predisposición a tener una actitud activa de escucha, a mantenerme atento en algún caso si el contenido o el episodio no es de mi agrado. Pero, esa relación directa del usuario/oyente con el contenido establece un vínculo emocional, de intimidad que consigue que el formato tenga obviamente una vinculación mayor con ese usuario”

“Hay libertad para el tema, para el tratamiento y para la duración, y ese conjunto que hemos mencionado, el hecho de que el consumo es personalizado tanto en el momento como del lugar o en la sensación de intimidad, muchas veces reforzada además por los auriculares, que

parece que el podcast está muy asociado a los auriculares frente a la escucha de la radio y la tematización y variedad de temas... Todo ese conjunto de elementos de entrada, permiten explicar toda la fortaleza y la popularización del podcast”

2.JAUME: La pandemia ha sido una época que toda la humanidad recordará, pero el podcast se ha visto beneficiado por esta situación, sobre todo, para darse a conocer ya que teníamos infinidad de tiempo libre.

2.LUIS MIGUEL PEDRERO: “El tipo de contenido que consumimos dentro del audio, el vídeo o la lectura, todo eso ha sido un fenómeno que dependiendo del enfoque puede haber ayudado a dar a conocer, en el caso del podcast así fue, para dar a conocer el producto porque alomejor no estaba tan asentado o un elemento que alguien no lo conocía sabía que lo podía buscar y como estamos todos muy atentos a todo, oye, pues mira está además el podcast de este tipo de contenido, eso además ayuda a descubrir otros tipos de podcast. Entonces de entrada si, el podcast se ha beneficiado de ese estado excepcional en el que nuestro tiempo era mucho más, es decir, se había expandido más de lo normal”

No obstante, el hábito de quienes escuchan podcast asociado a esto, a la posibilidad de la naturaleza del lenguaje sonoro que es compatible con muchas otras actividades, no está tan asociado a momentos o a situaciones como las que hemos vivido. El podcast antes de la pandemia era un contenido que quienes lo escuchaban lo usaban mucho en trayectos, camino del trabajo, del instituto de la universidad, a la vuelta... y durante la pandemia, no había esos trayectos pero, si había hábito de escucha.”

3.JAUME: El podcast ha irrumpido en la sociedad de una manera muy directa entre los jóvenes, pero la gente de generaciones más mayores cada vez más se van interesando por este formato y por su funcionalidad. El reto del podcast actualmente está en el cómo llegar al mayor número de personas posibles independientemente de su edad.

3.LUIS MIGUEL PEDRERO: Aquí hay una variable que conviene contextualizar y es que bueno, el hecho de que efectivamente hay dos generaciones ahora mismo conviviendo de una manera muy amplia en el consumo de medios. Están quienes nos educamos en la distribución y la producción analógica, es decir, dependíamos de la tele, de la radio, del horario, de la parrilla y por tanto, nuestro consumo estaba muy vinculado a variables ajenas a mi disponibilidad. Para nosotros el podcast es una novedad que de alguna manera, tienes la gran ventaja de que rompe por completo esas ataduras que tenía la parrilla, entonces hay esa generación que lo está descubriendo (podcast) y se está enganchando por el qué (contenido) pero también, por el cómo que es esa posibilidad, y al mismo tiempo, a la generación que representan los jóvenes (generación z, millennials o los alpha) que viene detrás, que son

usuarios que ya han nacido en un contexto sin esa dependencia de soportes, de canales, de redes, de horarios, de parrillas.

Para ellos el podcast representa la opción de consumo de audio a la carta, la misma que representan las plataformas de vídeo con las series o que representan las redes sociales que cada uno consume que, cuando, como y donde quiere. Yo he leído que para esta generación, las generaciones más jóvenes el podcast es como el equivalente a la radio de los jóvenes, lo que pasa es que no es un concepto como el que teníamos antes sino un concepto basado en el producto, en el contenido. Ahora voy a un contenido de humor, conversacional, ahora a uno de ficción o a lo mejor escucho un daily podcast informativo pero adaptado a mis gustos o a mi intereses...

Entonces, lo que pasa ahí es que el reto está en que, insisto de nuevo, en el cómo descubrir o hacer que lleguen estos contenidos que pueden ser del interés de los jóvenes, cómo ayudarles a que lo conozcan. Y ahí es donde está ahora mismo la industria, tratando de encontrar la mejor manera posible de lograr esa oferta, es decir, que esa oferta llegue al usuario.

4.JAUME: Este formato de audio se puede utilizar de infinidad de formas, pero el periodismo actual se va adaptando a la forma de este formato y por tanto, el periodismo informativo y de historias se está empezando a sumergir en el mundo del podcasting.

4.LUIS MIGUEL PEDRERO: “A mi lo que me gusta o me disgusta dependiendo, que aprovechamiento creativo se está haciendo según qué contenido y que géneros, es decir, por ejemplo a mi me parece que desde un punto de vista periodístico se está empezando a explotar muy positivamente con mucha convicción, el caudal narrativo del podcast como vehículo para trasladarle al oyente historias que hasta ahora, o solo se contaban con noticias o reportajes, entrevistas o periódicos o que se contaban como documentales en la televisión. El podcast narrativo por ejemplo, es ideal para que todas estas historias que han podido ser noticia en su día o que lo son ahora, se cuenten de otra manera, en formato daily que es del informativo diario, pues no tiene que ver nada con la información en línea.

Insisto, lo bueno es que cada uno puede encontrar lo que quiera y sobre todo, que cada creador puede optar por lo que quiera.

5.JAUME: El podcast ha irrumpido en la sociedad para quedarse pero, el verdadero reto de este formato de audio es el cómo encontrar ese equilibrio entre el coste de producción y la capacidad de retorno de esa inversión a partir del consumo por parte de los oyentes.

5. LUIS MIGUEL PEDRERO: “Ha irrumpido, creo que tiene un horizonte muy positivo de crecimiento, sin duda cada vez será más consumido y lo que hace falta ahora es encontrar el punto de equilibrio entre el coste de la producción y de la oferta, y la capacidad para que ese coste sea convertido en retorno a partir del consumo. Hay diferentes vías, hay modelos que apuestan por la publicidad y modelos que apuestan por el pago, hay modelos que apuestan por el crowdfunding o de pago directo a los creadores. Habrá que ir viendo como evoluciona ¿No?.

Es un reto yo creo, insisto, el primero el de ser descubierto por más gente y por tanto, ser consumido por más gente y después el tener un punto de equilibrio para redimensionar el volumen de la oferta y el volumen de la demanda.”

6. JAUME: Siempre se habla si el podcast y la radio son compatibles, por ello, el periodista Luis Miguel contextualiza y explica la actual situación y contexto que atraviesan ambos formatos de audio.

6. LUIS MIGUEL PEDRERO: Hay un vínculo con el momento presente que es lo que creo que la diferencia sobre todo del podcast en términos de ¿Para qué busco una opción y para qué busca otra?. Y luego además, la radio ha encontrado en el podcast un segundo canal de distribución porque aunque la radio a la carta no es podcast o no debería de ser entendida como podcast igual que al que se crea desde cero, pero es evidente que el usuario de podcast que entra en una plataforma y ve un contenido que previamente se ha emitido por la radio y que le parece atractivo, también lo consume, entonces por ahí la radio lo que está es aumentando alcance y aumentando yo creo más allá de oyentes y por tanto, de valor comercial, lo que aumenta es el hábito de escuchar.

Yo siempre digo que aquí lo que importa es la suma, de lo que hace la radio, de lo que hace el podcast o de lo que hace otra plataforma, otra productora...

T1. Capítulo 4. CRISTIAN MARÍN SANCHIZ.

1. JAUME: Cristian Marín Sanchiz, licenciado en periodismo y experto en Social Media Strategy explica las consecuencias del bajo coste de producción del pódcast y su gran ventaja

a la hora de ser consumido por los usuarios. Además, es un formato de audio muy íntimo entre el oyente y aquello que se está consumiendo, creando así, un vínculo personal muy grande.

1. **CRISTIAN MARÍN SANCHIZ:** La primera y comparándolo con la oferta digital en sí de los medios de comunicación es que permite una producción con costes muy bajos y eso implica que todo tipo de creadores de contenido pueden aprovechar para crear un podcast. No es una radio, no necesitas una estación para emitir y eso pues, obviamente reduce las barreras de entrada y hace que creadores independientes que quizá no tenían tanto espacio en los medios tradicionales puedan tenerlo en este sitio, o ecosistema por llamarlo así.

Y una cuestión que me parece muy importante es la intimidad que se crea con el usuario porque estás llegando a sus auriculares de una forma muy cercana, estás hablando con él, estás interactuando de una forma muy cercana/personalizada que te permite una interacción realmente importante si creas comunidad a través de las plataformas como Ivoox a través de los comentarios...”

2. **JAUME:** El consumo de nuevas plataformas y nuevos fenómenos tecnológicos cada vez es mayor, muchos medios de comunicación han aprovechado esta tendencia para adaptarse a la nueva era tecnológica en la que nos encontramos.

2. **CRISTIAN MARÍN SANCHIZ:** “Con la consolidación de los móviles, que tu en todo momento tienes plataformas distintas en la mano como Spotify, como Apple podcast, Ivoox por supuesto, pues se ofrece un abanico mucho mayor de posibilidades para su consumo. Eso, unido a otros factores relacionados con las plataformas como puede ser la creación de comunidades, en discord, en twitter por ejemplo, pues hace que el formato tenga muchas más opciones de llegar a públicos específicos que en su momento era mucho más difícil llegar y esto, lo están aprovechando muchos medios de comunicación para atacar a nichos y entonces, pues digamos que se aprovecha esa compartimentalización de los consumos.”

3. **JAUME:** El podcast es un formato de audio genérico y pese a la mejor adaptación de los jóvenes a él, a medida que van pasando los años las generaciones más mayores se van interesando y adaptando a este formato.

3. **CRISTIAN MARÍN SANCHIZ:** “Sí, sí, totalmente, además te hablo desde la experiencia, nosotros en radio cotillo, en el podcast que hacemos sobre MotoGP en cinta americana, un proyecto que lidera Dennis Noyes que ha sido periodista de toda la vida del mundial de motociclismo, el ha vivido el paso de las revistas en papel hasta radio televisión, todo el

proceso comunicativo y de hecho, nuestro público es mayoritariamente entre 35 y 55 años. Obviamente no se puede hablar de una parte por el todo, pero creo que es un síntoma de que el podcast es un formato para cualquier edad. Normalmente en el ámbito digital lo que se está viendo como en cualquier otro tipo de plataforma como Tik Tok es que hay una serie de lo que se llaman Erly Adopters, que son usuarios que son los primeros que llegan a una plataforma y que empiezan a experimentar con ella, obviamente son los más jóvenes o son aquellos a los que digamos que tienen un hábito de consumo menos anquilosados por decirlo así, y luego poco a poco otro tipo de usuarios como pueden ser aquellos de edad más avanzada pues van adaptándose y van utilizándolo porque también al final el formato en sí, va adaptándose y va creciendo y resolviendo necesidades que no tienen únicamente los públicos más jóvenes. De hecho me atrevería a decir que ahora mismo, el podcast, es uno de los formatos más transversales porque hay usuarios de todo tipo escuchándolo y aprovechando los infinitos nichos a los que los podcasters están atendiendo.”

4.JAUME: El consumo de podcast va a ir creciendo constantemente, pero el mercado será el que marque el devenir de este formato en los próximos años.

4.CRISTIAN MARÍN SANCHIZ: “Obviamente, lo que va a ocurrir es que quizá haya un punto muy alto en el consumo y en la producción de podcast, y que a partir de ahí el mercado se estabilice, como ocurre con cualquier otra cosa. Se está viendo ahora también con las plataformas sociales en general, van quedándose algunas, otras van pereciendo porque no hacen las cosas bien o porque no están resolviendo necesidades claras de los usuarios, pero sí que creo que el pódcast es un formato que va a quedarse y que cada vez más, hibridará con la radio.”

4. Interpretación derivada de la investigación.

Hemos aprendido que el mundo en el que vivimos avanza y con ello, todo lo que forma parte de él, tecnología, comunicación y un sin fin de sectores relacionados tanto con el periodismo como con la comunicación en todos sus ámbitos. El pódcast es un formato de audio joven y tiene poco tiempo, pese a ello, los jóvenes y diferentes generaciones se interesan por este tipo de contenido, ya no sólo personas del mundo de la comunicación, sino una persona cualquiera. La sencillez del formato y su fácil acceso hacen que poco a poco la gente vaya consumiendo más cualquier tipo de pódcast.

Ahora bien, para entender la situación que atraviesa el pódcast y un poco el perfil de consumo, cabe poner la mirada en las opiniones y en las experiencias personales de gente experimentada en este formato. Según expertos en el sector de la comunicación como Gema Dalia, Marta Llinares Zaragoza, Cristian Marín Sanchíz y Luis Miguel Pedrero, el pódcast es un formato que se puede adaptar a cualquier tipo de persona, pero como bien ellos explican las costumbres de las personas y la época generacional que les toca vivir a cada una de ellas

son los aspectos más influyentes a la hora de consumir pódcast o de adaptarse a este formato de audio. Uno de los grandes baluartes del consumo de pódcast es la personalidad, es decir, según el experto en Social Media Strategy Cristian Marín el factor más diferencial del pódcast es la relación del contenido del propio pódcast con la persona que lo consume, se crea un vínculo muy grande entre el oyente y el propio contenido que difícilmente se puede romper, y con más hincapié, el momento que atraviesa la sociedad a nivel mental, en el que muchas personas buscan las mejores formas para evadirse del día a día e intentar desconectar del estrés tanto laboral, como académico.

Además, el periodismo está en plena adaptación, actualmente el mundo de la comunicación en lo referente al contexto se sitúa en una época de transición. En la que tanto los nuevos formatos, como las nuevas tecnologías y las nuevas tendencias hacen estragos al periodismo tradicional y a aquello que conocemos por periodismo cómo tal. Pero con hechos, datos e información como la expuesta y difundidas en este trabajo se puede observar que el periodismo avanza y con él, todos aquellos formatos que lo acompañan o que pueden ser en algún momento el complemento perfecto para esta nueva era del periodismo.

El pódcast se puede adaptar a cualquier tipo de persona, pero cada persona tiene una opinión y un punto de vista sobre este formato de audio. Esperemos que este nuevo formato joven y nuevo se pueda seguir adaptando de la mejor manera posible al periodismo actual y sobre todo, que la gente tenga cada vez más interés por el pódcast y lo consuma de la forma que más le guste.

5. Bibliografía y fuentes documentales.

-Arturo Fernández de Velasco Rodrigo. (2008, septiembre). *El pódcast como medio de comunicación: caracterización del pódcast independiente y adopción por las cadenas de radio*.

http://www.desdelaterraza.org/wp-content/uploads/2009/03/Podcast_ArturoVelasco.pdf

-Borja Terán. (2021, 30 septiembre). El triunfo del pódcast: el refugio de la verdad. *20*

minutos. Recuperado 9 de mayo de 2022, de

<https://www.20minutos.es/opinion/el-triunfo-del-podcast-el-refugio-de-la-verdad-20210930-4837643/>

-María Jesús Espinosa de los Monteros . (2020, 17 octubre). El imparable auge del ‘pódcast’.

El País. Recuperado 9 de mayo de 2022, de

https://elpais.com/elpais/2020/10/09/eps/1602258181_939048.html

-Melvin Rivera. (2020, 12 abril). Similitudes y diferencias entre la radio y los podcasts.

Viapodcast.fm. Recuperado 9 de mayo de 2022, de

<https://viapodcast.fm/similitudes-diferencias-la-radio-los-podcasts/>

-R Galán Arribas, FJ Herrero Gutiérrez, M. Vergara Fragoso, CA Martínez Arcos. (2018, noviembre). *Estudios sobre el podcast radiofónico: revisión sistemática bibliográfica en*

WOS y Scopus que denota una escasa producción científica (N.º 73).

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1313>:

<https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6633779.pdf>

El resto del trabajo se ha realizado con la información recaudada y de todas las declaraciones de las personas entrevistadas y son las principales fuentes del trabajo.

6. Notas: Materiales e infraestructuras utilizadas.

Los materiales utilizados para la elaboración del reportaje de audio han sido unos auriculares Turtle Beach P11 Head profesionales con micrófono y un ordenador Mac de sobremesa para la realización de todo el reportaje. Para la edición del material sonoro y posterior creación de los respectivos capítulos se ha utilizado el programa de edición de audio Audacity.

Para la realización de las entrevistas completas se ha utilizado tanto el ordenador Mac de sobremesa como una Tablet de Apple (Modelo A1822) para la grabación del audio de las mismas y su posterior edición.

Finalmente para la difusión del contenido se ha utilizado la plataforma Ivoox como la plataforma principal en la que escuchar todo el reportaje y por otra parte, en formato Medium se puede encontrar el reportaje escrito entero.

7. Anexo I: Anteproyecto TFG

ANTEPROYECTO

1. Definición de la **temática**, el **enfoque** y la **justificación** de su valor noticioso de acuerdo a criterios periodísticos.

La temática del TFG se centra en el podcast, un formato de audio que actualmente está en pleno auge, y mucho más a raíz de la pandemia, la gente ha ido interesándose cada vez más por esta forma de informarse y entretenerse. El trabajo en sí habla en profundidad sobre este formato, el contexto en el que se encuentra actualmente, la evolución que ha tenido desde que se inventó y sobre todo, un enfoque en el punto de vista sobre el formato por generaciones. Concretamente se centra en el estudio del podcast en las diferentes visiones que tienen

personas relevantes en el ámbito del periodismo actual, sobre todo, desde una visión generacional.

Las cuatro entrevistas realizadas son a personas de diferentes rangos de edad, por lo que cada una de ellas al ser de generaciones diferentes tiene un punto de vista y una forma de ver este formato de audio totalmente diferente. Gracias a estos diferentes puntos de vista, el trabajo realizado es de una gran riqueza a nivel de contenido, pero sobre todo, ideológico, ya que muchos de ellos/as están de acuerdo en ciertos puntos, pero lo enfocan de diferente forma por lo nombrado anteriormente, porque forman parte de generaciones diferentes.

Como justificación a este enfoque y a este trabajo hay que destacar que la gran diversidad opinativa y el propio contexto del que se habla sobre este formato de audio, hace que sea un trabajo de una gran relevancia y que cumple los criterios periodísticos actuales, es decir, originalidad, sorpresa y un enfoque totalmente diferente a cualquiera que se haya hecho ya.

2. Presentación de los **objetivos** de la investigación y de las principales **hipótesis**.

El principal objetivo de la investigación es saber cómo piensan las personas por generaciones sobre el podcast, englobando todo lo relacionado con este formato de audio, su evolución, el contexto actual en el que se encuentra y el cómo las radios tradicionales se han adaptado a esta nueva forma de informar y entretener. Como principal punto de la investigación se encuentra el cómo piensan las generaciones sobre el podcast; hay un punto muy importante que es la compatibilidad que tienen la radio y el podcast, durante años estos dos formatos de audio han ido conviviendo, pero ahora ha llegado un punto en el que los dos se necesitan para seguir adelante. Los expertos argumentan que esta compatibilidad es totalmente necesaria aunque se siguen diferenciando como formatos y sobre todo, en los objetivos que tienen cada uno de ellos.

Otro de los objetivos de esta investigación es el poder acercar este formato de audio a aquellas personas que aún no han tenido interés, no sólo a personas del ámbito de la comunicación y el periodismo, sino a cualquier persona de la sociedad actual. Y su justificación tiene mucho que ver en que cada vez más gente escucha y elige este formato como fuente de información y sobre todo, como fuente de entretenimiento para evadirse un poco del ajetreo diario tanto personal como laboral del día a día. Como hipótesis final del proyecto, será un trabajo muy actual que acercará a aquellas personas que lo lean, escuchen o se interesen por él a la realidad y al momento en el que se encuentra actualmente el podcast y por consecuencia, el periodismo en este 2022.

3. Cronograma de trabajo.



4. Relación de **documentación** recabada sobre el asunto: listado de referencias, datos, informes, contexto y análisis de otros textos periodísticos similares ya publicados que aborden la temática desde enfoques diferentes.

El pódcast es un formato de audio muy común entre la gente joven, por su facilidad a la hora de consumirlo y por ese contenido a la carta que tanto lo caracteriza según afirma [Luis Miguel Pedrero en una entrevista](#). Pero este formato, tiene cabida también entre generaciones posteriores y por supuesto, como complemento de la radio en el siglo XXI. Este formato viene pisando fuerte, pero no se trata de una vertiente de la radio, sino de un nuevo formato tanto en el periodismo actual como en las nuevas tecnologías. Por tanto, el pódcast actúa además como una nueva fuente tanto de información como de entretenimiento. El pódcast es mucho más que un simple audio.

- **Bibliografía:**

-Arturo Fernández de Velasco Rodrigo. (2008, septiembre). *El podcast como medio de comunicación: caracterización del podcast independiente y adopción por las cadenas de radio*.

http://www.desdelaterraza.org/wp-content/uploads/2009/03/Podcast_ArturoVelasco.pdf

-Borja Terán. (2021, 30 septiembre). El triunfo del podcast: el refugio de la verdad. *20 minutos*. Recuperado 9 de mayo de 2022, de

<https://www.20minutos.es/opinion/el-triunfo-del-podcast-el-refugio-de-la-verdad-20210930-4837643/>

-María Jesús Espinosa de los Monteros . (2020, 17 octubre). El imparable auge del ‘podcast’. *El País*. Recuperado 9 de mayo de 2022, de

https://elpais.com/elpais/2020/10/09/eps/1602258181_939048.html

-Melvin Rivera. (2020, 12 abril). Similitudes y diferencias entre la radio y los podcasts.

Viapodcast.fm. Recuperado 9 de mayo de 2022, de

<https://viapodcast.fm/similitudes-diferencias-la-radio-los-podcasts/>

-R Galán Arribas, FJ Herrero Gutiérrez, M. Vergara Fragoso, CA Martínez Arcos. (2018, noviembre). *Estudios sobre el podcast radiofónico: revisión sistemática bibliográfica en WOS y Scopus que denota una escasa producción científica* (N.º 73).

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1313>:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6633779.pdf>

5. Selección, presentación y justificación de las **fuentes** propias y documentales que aparecerán en el reportaje. Deben estar confirmadas. (cuando estén hechas las entrevistas):

Todas las fuentes de este trabajo son personales y toda la información recabada es de total libre uso dado el permiso correspondiente por cada una de las personas entrevistadas. Las fuentes de este trabajo han sido escogidas por la gran información y por la gran cantidad de datos que aportan al mismo, tanto las fuentes personales como las documentales.

En primer lugar, las fuentes personales entrevistadas se han escogido porque son personas y profesionales del mundo de la comunicación, concretamente periodistas que han dado un

punto de vista subjetivo y muy interesante sobre el tema tratado en el trabajo, el pódcast. Su gran bagaje y su experiencia como creadores de contenido de audio y como periodistas le han dado un valor de más al trabajo y por ello, han sido seleccionadas como fuentes principales tanto del trabajo como del reportaje en sí.

-Gema Dalia, es una joven estudiante de 2º de periodismo en la Universidad Miguel Hernández de Elche, su ciudad natal es Xàtiva y actualmente tiene un pódcast propio llamado “Gent amb trellat”, este pódcast tiene un formato muy parecido al de Estirando el chicle, es decir, tratan temas de actualidad y también sobre asuntos periodísticos de gran importancia en la actualidad. Lo más destacable del propio pódcast es que es en valenciano, por ello, ha tenido un gran recibimiento por parte de los oyentes.

-Marta Llinares Zaragoza, es una gran periodista que actualmente desempeña su profesión en Onda Cero Marina Baixa, tiene un total de 28 años de experiencia en el sector del periodismo, concretamente en la radio y es la responsable de la sede de Onda Cero en Villajoyosa. Su gran labor como periodista la ha llevado a ser elegida en numerosas ocasiones como responsable “dels actes festers” y de todo lo relacionado con las fiestas patronales de Villajoyosa. Sigue siendo la voz de Onda Cero en Villajoyosa y sigue informando a sus oyentes con el mismo entusiasmo con el que empezó en sus inicios.

-Luis Miguel Pedrero. Periodista, profesor e investigador en Universidad de Nebrija, es un apasionado por la transformación digital del sistema audiovisual y de todo aquello que engloba el periodismo. Entiende la docencia en este ámbito como algo necesario en la sociedad, para Luis Miguel los periodistas son imprescindibles e intenta transmitir a sus alumnos la pasión por la profesión y un poco acercar a la realidad a los futuros profesionales del sector. Es una persona muy inquieta y que colabora siempre que puede en seminarios, charlas y demás eventos del sector de la comunicación.

-Cristian Marín Sanchiz, es licenciado en periodismo en la universidad Miguel Hernández de Elche, además de tener el máster de Innovación en periodismo de la misma universidad y el posgrado en Social Media Strategy en la Universitat Oberta de Catalunya. Es un apasionado del mundo del motor y sus principales trabajos como periodista han sido como colaborador y redactor en varios proyectos del mundo del motociclismo en España y tiene un gran bagaje en agencias de comunicación.

6. Presentación del **autor** y breve **currículum**.

El autor de este Trabajo de Fin de Grado se llama Jaime Llorca Pompa, estudiante de 4º de periodismo de la Universidad Miguel Hernández de Elche. El estudiante de 23 años ha realizado un trabajo sobre el Pódcast, un formato de audio novedoso del que cada vez más gente hace uso de esta nueva forma de obtener información y de mantenerse informado sobre el mundo actual, también utilizado como nueva forma de entretenimiento por todo tipo de personas, independientemente de su edad o generación, aunque esto último si influya en el punto de vista sobre este formato de audio.