



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

***ANÁLISIS DEL PODCAST COMO HERRAMIENTA PERIODÍSTICA EN EL
ECUADOR***

AUTOR:

GÉNESIS ESMERALDA SÁNCHEZ QUISHPE

TUTOR:

MSC. CECILIA DAHIK

BABAHOYO - ECUADOR

2022



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO

DEDICATORIA

El presente estudio de caso quiero dedicarlo especial y principalmente a mis padres, ellos han estado conmigo en todo el proceso, desde que inicié la universidad hasta al momento de hoy. Nunca han soltado mi mano, me han apoyado económicamente en todo lo que he necesitado, todo el esfuerzo que ellos han hecho se ha visto reflejado en todo lo que he logrado. Además, va dedicado a mi novio Javier, que con su ayuda he podido lograr varias cosas en mi trayecto universitario, siempre ha confiado en mí y en el poder de mis conocimientos.

A mis hermanos, que con sus palabras de apoyo he podido culminar con éxito mi trabajo, a mis amigas Shirley, Selene, Leidy y Alejandra, empezamos las 5 desde el pre y no nos separamos hasta la actualidad, fueron 8 semestres hermosos donde nos hemos apoyado mutuamente, incluso en el presente trabajo ellas han sido mi ayuda.

A Shirley nuevamente junto a Karlenys, mis dos mejores amigas que me han apoyado con sus hermosas palabras de poder, motivación. Aunque no pasamos a diario juntas, el aliento de confianza por parte de ellas, lo es todo para mí.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL EXAMEN COMPLEXIVO

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante, por no soltar mi mano ni abandonarme cuando lo he necesitado, por escuchar siempre de mis oraciones y bendecirme a diario en mi vida. Muy agradecida nuevamente con mis padres por ser después de Dios la pieza fundamental en mi vida.

Agradezco a todas las personas que han confiado en mí, a quienes me han motivado y me han dado palabras de fe para salir adelante en la vida y en mis actividades académicas. Agradezco especialmente a mi tutora, la MSc. Cecilia Dahik, por ayudarme, corregirme y darme ideas para mi estudio de caso; por ser tan amable y regalarme de su tiempo para construir de a poco mi trabajo.

Agradezco a todos los docentes de la Universidad Técnica de Babahoyo que me han impartido sus conocimientos, asimismo, me han ayudado en todo el trayecto universitario y a ser mejor persona. Gracias a todas las personas que he nombrado y que me faltan por nombrar, gracias a esos buenos y verdaderos amigos que en cualquier problema que he tenido siempre han estado prestos a darme la mano, he culminado mi trabajo con triunfo, espero ser una gran profesional y no defraudar a nadie quien ha estado para mí.

RESUMEN

Los avances tecnológicos en la actualidad ofrecen herramientas comunicacionales conocidas como las TICS que influyen en el medio periodístico y el área educativa. El podcast es un formato que se relaciona con el ciberperiodismo, se convierte en una herramienta de comunicación e información que permite el posicionamiento en el entorno digital y el aumento de audiencias jóvenes por el contenido que se publica de manera rápida, por la facilidad de obtener el contenido sin importar el tiempo o el lugar en el que se encuentre. La metodología usada permitió obtener resultados cualitativos del estudio de caso, mediante entrevistas y fichas de observación. Si bien es cierto esta herramienta, ha influido mucho en otros países, en el Ecuador no ha tenido mucha acogida, porque las personas se encuentran relacionadas más a los medios tradicionales.

PALABRAS CLAVES: Podcast, avances tecnológicos, entorno digital, información, herramienta comunicacional.

ABSTRACT

Technological advances currently offer communication tools known as ICTs that influence the journalistic environment and the educational area. The Podcast is a format that is related to cyberjournalism, it becomes a communication and information tool that allows positioning in the digital environment and the increase of young audiences due to the content that is published quickly, due to the ease of obtaining the content no matter the time or place where you are. The methodology used allowed to obtain qualitative results of the case study, through interviews and observations. Although this tool is true, it has greatly influenced other countries, in Ecuador it has not been well received, because people are more related to traditional media.

KEY WORDS: Podcast, technological advances, digital environment, information, communication tool.

INDICE

I.	INTRODUCCIÓN	7
II.	DESARROLLO	8
2.1.	JUSTIFICACIÓN	8
2.2.	OBJETIVO	9
2.3.	SUSTENTO TEÓRICO	9
	EL PODCAST COMO HERRAMIENTA PERIODISTICA.....	9
	ROL DEL PERIODISTA EN EL PODCAST.....	16
	LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN Y DIFERENCIA CON EL PODCAST.....	19
2.4.	TÉCNICAS APLICADAS	23
2.5.	RESULTADOS OBTENIDOS	23
	EJEMPLO DE SITUACIONES DETECTADAS.....	25
III.	CONCLUSIONES	28
IV.	RECOMENDACIONES	29
V.	REFERENCIA	30
	ANEXOS	33
	INFORMACIÓN PERSONAL DE LOS ENTREVISTADOS.....	33
	ENTREVISTAS.....	34
	FICHAS DE OBSERVACIONES.....	43

I. INTRODUCCIÓN

Una de las herramientas tecnológicas que actualmente se utiliza como una nueva forma de informar o entretener, es el podcast, que en un contexto mundial ha tenido mucha popularidad e importancia, puesto que son muchos los seguidores que prefieren educarse mediante información digital, al igual que en América Latina, donde en países como Argentina y México, los medios de comunicación buscan impulsar sus podcasts mediante plataforma digitales, para obtener una gran audiencia. En Ecuador es muy novedoso y a su vez escaso que el profesional utilice esta nueva alternativa debido a la falta de conocimiento de la misma por parte de la población.

El presente trabajo de titulación tiene el propósito de analizar la influencia del Podcast como herramienta periodística en el Ecuador en el año 2021. En el desarrollo de este proyecto se investigó conceptos y contenidos sobre la función del podcast que es considerada como una aplicación que permite crear audio y videos con mayor facilidad sin importar el lugar en el que se encuentre, ni el tiempo. Por esta razón el estudio de caso se direcciona a la línea de investigación de la **comunicación sustentable aplicada a nuevas tecnologías**, y la sub-línea de investigación: **la innovación y nuevas tecnologías en Comunicación.**

Mediante la elaboración del estudio de caso y al tomar en cuenta los diferentes aspectos surgen incógnitas durante la investigación, que buscan analizar la importancia, la influencia que tiene el Podcast en el periodista y en el Ecuador, asimismo, la problemática que tiene la aplicación. Para elaborar el trabajo se planteó técnicas de investigación descriptiva y explicativa, como técnica se usó la entrevista y ficha de observación, aplicada a periodistas o profesionales del área de Comunicación Social, para obtener un breve criterio sobre la relevancia que tiene esta aplicación en el país.

II. DESARROLLO

2.1. JUSTIFICACIÓN

En el presente, la evolución del Internet ha provocado la aparición de nuevas tecnologías, avances de los medios de comunicación que han progresado de manera novedosa y llamativa para la sociedad. Por ello, esta investigación es de suma importancia para el círculo de estudiantes, profesionales en el área de comunicación y periodismo, como también de quienes tienen el interés en el uso de esta herramienta para su desenvolvimiento profesional.

A su vez, las formas de comunicarse entre los seres humanos han avanzado con mayor precipitación, para así pasar desde señas hasta herramientas digitales que permiten captar la atención del usuario, una de ellas que hoy por hoy influye como medio, es el podcast, debido a que permite que los comunicadores tengan otra elección para la transmisión de información que otorga libertad al público consumidor, es decir, los oyentes prefieren este nuevo formato de comunicación directa, admitiéndoles cercanía y confianza, al no tener límites de tiempo, hora y sobre todo su expansión.

Debido al surgimiento de esta metodología, las personas pueden acoplarse a esta nueva opción, debido a que brindan un mejor servicio y experiencia al momento de escucharla. Podría ser que en un futuro el podcast llegue a alcanzar a los medios de comunicación, es por ello que sería de mucha ayuda analizar esta temática para que las personas y comunicadores tengan un mayor conocimiento. Por esta razón, esta investigación contribuirá con información pertinente sobre el funcionamiento y mecanismo de uso del mismo.

2.2. OBJETIVO

- Analizar la influencia del Podcast como herramienta periodística en el Ecuador en el año 2021.

2.3. SUSTENTO TEÓRICO

El Podcast como herramienta periodística

La comunicación, es un medio de conexión y de unión que tienen las personas para transmitir información o intercambiar mensajes, es decir, cada vez que las personas se comunican con sus familiares, amigos, compañeros de trabajo, entre otros... Lo que hacen es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado sobre un tema determinado. La comunicación es la herramienta primordial para el hombre incluso en sus momentos de dificultades, una buena comunicación es la solución a sus problemas, debido a que es intercambio de opiniones con una o más personas. Sin olvidar a los medios de comunicación que mantienen informado a la sociedad sobre los acontecimientos que suceden en el diario vivir.

Para (Fonseca, 2020), comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambian ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes"

Los inicios del Podcast o podcasting se dieron por primera vez el 12 de febrero de 2004 en el diario británico "The Guardian", palabra que fue utilizada por el periodista Ben Hammersley, el cual hizo una mezcla de términos como: IPOD (se refiere a locución portable) y

BROADCASTING (hace mención a difusión) dicho artículo fue publicado en la edición digital por “Audible Revolution” que tenía relación a la revolución del audio aficionado (Hammersly, 2019).

De acuerdo a (Hammersly, 2019), el desarrollo del podcast se da alrededor del 13 de agosto de 2004, donde se utilizó un formato denominado Really Simple Syndication correspondiente a las siglas RSS, su función es distribuir contenido en la web, para lograr incluir archivos adjuntos. Por medio de esta etiqueta se añadió archivo de audio a un archivo RSS, para crear un programa y poder generar estos archivos, a los que llamo iPodder, esto tuvo una correlación con el reproductor portátil de música.

Los Podcast consisten en crear archivos de sonidos y de videos llamados (videocasts o vodcasts), mismos que generan canales de RSS, esto hace referencia a la creación de los canales de publicaciones que pueden ser leídos por aplicaciones como: Itune o Songbird, y se puede ingresar sin necesidad de entrar desde la página web los cuales están a disposición de cualquier usuario (Cebrián, 2019).

Se debe tener en cuenta que un Podcast no es lo mismo que un podcasting, este es la tecnología enlazada con la producción y realización de programas de radio, utiliza computadoras e internet, es decir, esta tecnología se desarrolla y es utilizada en el mundo por aficionados a las comunicaciones y tecnologías nuevas que salen a flote en la actualidad, que desean transmitir sus propios contenidos a través de internet, debido a que para su realización no se necesitan grandes instalaciones como las que requieren las emisoras de radio tradicionales (estudios de grabación y locución).

Lo que ofrece el Podcast es independencia, movimiento y libertad de horario, debido a esto se pueden escuchar desde cualquier dispositivo portátil que tenga a su disposición, que posea un reproductor en mp3 o en un tipo de formato elegido, en cualquier sitio, sin límites de cobertura o alguna conexión de red.

De acuerdo con (Cebrián, 2019) el proceso de la sindicación de un Podcast mediante el uso de RSS, al igual que en otros contenidos contempla los siguientes pasos:

- ✓ Un autor crea y publica en Internet un fichero en formato XML y abarca los datos del feed RSS.
- ✓ Un usuario se suscribe al feed RSS y utiliza su lector o programa de gestión de canales RSS. Una vez hecha la suscripción el lector se conecta al canal a intervalos predeterminados para buscar actualizaciones disponibles.
- ✓ Cada vez que se publica un nuevo contenido o podcast en la Web se actualiza el feed RSS y así se reflejan los nuevos contenidos.
- ✓ El lector de feed se conecta al canal y descarga las actualizaciones, marcadas claramente como novedad, para que sean fácilmente reconocibles por el usuario.

Las características que se presentan a continuación permiten entender por qué el podcast es un medio ideal, la distribución y generación de conocimiento e información colectiva con propósitos de diversa índole. (Marquez, 2016)

PODCASTER	PODCAST	PODESPECTADOR
1. Ejerce libertad creativa en todos los aspectos de la producción.	1. Funciona bajo el esquema on-demand (bajo demanda).	1. Visualización bajo el esquema on-demand.
2. Pertenecce a la sociedad como usuario de la web 2.0 (usuario-productor y usuarios-consumidor) o está sujeto a una institución (televisora, radiodifusora, partido político, institución civil, empresa, etc.).	2. Rompe las barreras espacio temporales y está sujeto al lenguaje audiovisual.	2. Disponibilidad en cualquier momento, y la portabilidad.
3. Se encuentra dentro de los tres tipos de producción (amateur, semiprofesional y profesional).	3. La información suele ser atemporal.	3. Características del lenguaje audiovisual (lenguaje radiofónico, cinematográfico y de video).
4. La libertad de expresión en el Podcast en y la manifestación de expresiones se ve limitada exclusivamente por la autocensura y las limitantes que ejerce el medio de difusión.	4. Los contenidos suelen ser de interés global o particular y diversidad de géneros.	4. El podespectador se mueve con base a sus intereses y necesidades informativas y comunicativas, bajo un esquema de búsqueda por intereses.
5. La premisa de la información y los contenidos a desarrollar debe ser contenidos útiles, entretenidos e interactivos.	5. Diversos objetivos comunicacionales (informativo, de opinión, de entretenimiento y educativo).	5. Descarga automática.

Tabla #1. Características entre el podcaster, podcast, y podespectador.

Al utilizar un podcast como herramienta de comunicación es importante preparar y planificar la agenda de producción. La periodicidad (es la frecuencia con la que aparece, sucede o se realiza una cosa repetitiva), de los episodios está regida por el tiempo disponible. En el caso de una publicación diaria el tiempo requerido será mucho mayor y conviene no olvidar en ningún momento a la audiencia para así evitar que la comunicación sea unidireccional. El hecho de publicar diariamente, especialmente si se trata de un podcast de larga duración puede llegar a saturar a los oyentes por la exagerada cantidad de información, pero publicar sin una periodicidad clara y conocida podría incidir en que los oyentes no lo consideren como parte de la conversación o la relación.

Es importante que se analice previamente si se va a utilizar material sujeto a derechos de autor para evitar problemas relacionados con posibles demandas. Esto es especialmente importante en el caso de uso de ficheros musicales. Además, es necesario definir claramente los términos de acceso al servicio, algunos pueden estar regulados legalmente otros no, es decir, debe hacerse o agregarse una descripción lo más clara posible del tipo de podcast que se ha realizado para evitar malentendidos y que ayude a la viralización de los contenidos por parte del usuario. En el caso de que el contenido requiera incluir restricciones de acceso por edad estas deben estar visibles antes de la descarga o suscripción.

La producción del Podcast, no solo está basada en generar propuestas y transmitir ideas o conocimiento, sino también en desarrollar aspectos vinculados con la técnica y creatividad del artista, misma que nace del estilo de cada creador al momento de crear un Podcast y publicarlo a la vez pone su firma para que el consumidor lo reconozca mediante la visualización del contenido.

La monetización del Podcast según. (Riaño, 2016), existen dos tipos de pago: el rígido y el plano, es decir, hay que pagar una suscripción para acceder al contenido, y quien no pague, no podrá acceder al material. La segunda modalidad, ofrece las formas de pago que permiten entrar antes a un nivel gratuito en el que se puede acceder solo a una parte del contenido con un límite mensual o semanal para acceder a un número específico de episodios, unos gratis y otros para suscriptores de pago.

El funcionamiento de un podcast como herramienta de comunicación organizacional es aquel que lleva a la creación de contenidos a un plano especial, para ser escuchado en cualquier momento y así hace que la fuerza de dicho mensaje rompa las fronteras más frecuentes de la Web. Desde cualquier organización pueden observarse algunas opciones y posibilidades para su aplicación (Cangialosi, 2018) .

Los Podcasts de audio, pueden ser escuchados libremente en internet. Generalmente son páginas que permiten la suscripción, actualización y retroalimentación de los contenidos publicados. Estos normalmente reúnen tres requisitos: formato de compartición mp3, RSS como mecanismo de XLM, HTTP o HTML, para contenidos de internet y, por último, un dispositivo móvil o fijo.

“Para desarrollar un Podcast sólo se necesita un micrófono, una computadora, un software para la edición del audio y hablar sobre un tema en específico para compartirlo por el internet.” El contenido del tema puede ser sobre un tema de moda, deportivo, cultural, social, filosófico, religiosos, entre otros... ((Analfatecnicos.net), 2017).

Los Podcasts de video no tienen relación diferencial con respecto a la producción de un video normal, requiere de más tiempo de producción y planificación. Así también al cargar o descargar un video a la web requiere de una conexión a internet óptima, es decir, son archivos de 100 MB. En otras palabras, el Podcast tiene múltiples beneficios donde los docentes y estudiantes podrán alcanzar los objetivos de aprendizajes, con la utilización de este medio didáctico y los estudiantes expondrán sus conocimientos en tecnología.

Más personas buscan las dosis de refuerzo. Podcast publicado el 2 de diciembre de 2021, por Diario Universo mediante audio. Esta noticia es acerca de las vacunas de Covid-19, la tercera dosis que implementaban a partir de los 6 meses de haberse puesto las anteriores, grupos de funcionarios acudieron a ponerse, desde ese día se dio autorización que todos los mayores de 17 años en adelante también debían asistir para recibir su dosis. Según el ministerio de salud esta nueva decisión se dio por la nueva variante de Omicron, para así fortalecer el sistema inmune y las defensas en las personas ante esta enfermedad. Ver anexo1

Los componentes del Podcast se da mediante: el mensaje, son los contenidos que transmite una información del mundo a los seres humanos para obtener conocimiento de ciertos temas o hechos que pasan a diario; la fonética, trata de producción de sonidos del habla por humanos, sin conocimiento previo del idioma que se habla, en conjunto con ello, la fonología trata de patrones de sonidos; y la fluidez, es la capacidad de un discurso de expresarse correctamente con cierta facilidad y espontaneidad.

La tipología del podcast según observaciones de (García, 2019), la piedra angular que convierte el podcasting en un entorno perteneciente a la Web 2.0 tiene la posibilidad de utilizar formatos RSS. Como extensión del blogging, el podcast alcanzó en pocos años una gran

popularidad convirtiéndose en uno de los micro medios más utilizados por organizaciones. La posibilidad de recibir retroalimentación con sencillez lleva a que puedan encontrarse múltiples estilos o formatos, según las características del emisor se destacan los siguientes:

Formato con múltiples narradores o con narrador simple. En este estilo una o varias voces narran el mensaje deseado con estilo directo, enfocándose en el contenido publicado y con pocos recursos extra. Lo importante es el mensaje canalizado en la voz de los protagonistas.

Entrevista. El clásico formato utilizado en la radio convencional mantiene su frescura en el entorno del podcast al tener un referente conocido. Para poder llevarlo adelante con cierta calidad se requiere una producción previa, en la que se preparen las preguntas a plantear al entrevistado, así como la tecnología adicional para poder grabar.

Discusión. Plantear el podcast como una conversación informal entre expertos puede resultar muy interesante para el oyente. En este caso el contenido se muestra como un debate o tertulia más que una entrevista a varias personas al mismo tiempo. Ofrece puntos de vista diferentes, pero puede generar problemas si el director del podcast no tiene experiencia en la moderación de tertulias y se generan interrupciones que creen un ruido excesivo.

Recorrido sónico. Especialmente indicado para apoyar la realización o participación en eventos, muestra el audio del ambiente, de lo que ocurre en determinados entornos en el que se encuentran. Se convierte en una pieza que traslada al oyente la emoción de la situación vivida.

Presentación en directo. Permite la transmisión de eventos y hace que estos lleguen a más personas que no pueden acudir a los mismos. Genera una gran cercanía con el oyente y ayuda en

la construcción de potentes vínculos relacionados con la identidad digital en los medios de comunicación.

Rol del periodista en el Podcast

El rol del periodista en el Ecuador u otros países es informar sobre hechos, sucesos o acontecimientos relevantes para una comunidad, pueblo, religión, etnia o región, entre otras; prácticamente su rol es contar historias. La ventaja del Podcast para el periodista es que le permite incorporar recursos auditivos y narrativos para así crear un relato más llamativo que genere interés e interactividad con los usuarios.

En la carrera de Comunicación Social es fundamental que los medios atiendan a una oferta periodística de calidad en distintos géneros periodísticos, apoyados en la multimedialidad para una mayor interactividad de sus usuarios. Formatos periodísticos y multimedia son dos conceptos claves que complementan el podcast.

En muchos países el Podcast es una gran alternativa para informarse desde la red, y llevan años en la producción de audios en las diversas temáticas. En Ecuador podemos encontrar propuestas como **ELTRIPCAST**, **PODCAST.EC**, **WILDCAST**, entre otros, que fueron creados por ecuatorianos que vieron en el podcast una alternativa para producir y difundir información con pocos recursos y grandes posibilidades de llegar a un público global.

Para (Cevallos, 2018), la producción y consumo de podcast en Ecuador es baja, y si bien una buena parte de la población joven tiene acceso a Internet o dispone de un reproductor portátil de audio únicas condiciones técnicas para poder acceder al podcasting, la cultura de ese consumo no se ha desarrollado.

Las razones de este panorama, según Patricio Cevallos, se deben a la prevalencia del video como género, particularmente a través de plataformas sociales de publicación como YouTube, y la baja producción de Podcast en el país e incluso a la acogida masiva de redes sociales como Facebook y Twitter, que permiten hacer una twitcam y así presentar información.

El periodismo ha hallado en el podcast una forma de darle un nuevo significado al periodismo narrativo. De acuerdo con (Espinosa, 2021) los formatos más potentes de Podcast de no ficción actualmente son el documental sonoro, las piezas de investigación y los llamados tipos de Podcast informativo al estilo de “The Daily” de The New York Times.

El principio del periodismo es el texto narrativo periodístico el cual tiene ciertas reglas. Es decir, a la hora de abordar los temas a tratar, hay que asegurarse de escoger fuentes confiables, verificarlas y no distorsionar de los hechos. Un buen reporte es la base de un podcast con calidad informativa. Si el periodista quiere dar su opinión debe separarla de los hechos narrados o puede expresarla mediante las voces de sus fuentes.

Para que un Podcast periodístico tenga éxito, el periodista debe generar un trabajo bien hecho para que así, sea escuchado, compartido o viralizado y que genere demanda por más contenido similar, es necesario entregar información previamente investigada en profundidad, de forma clara, concisa y responsable.

De acuerdo con (Tenorio, 2019), los tipos de podcast se clasifican de la siguiente manera: Podcast informativo, se basa en resúmenes informativos, de actualización continua, en donde son presentados los titulares y se desglosan las distintas noticias que se producen entre los periodos de actualización de los episodios; Podcast de entretenimiento, son los contenidos que están

relacionados con la televisión, el cine y la comedia; Podcast educativo, es el medio didáctico el cual ha sido creado específicamente proceso de planificación pedagógica, en la cual se puede crear por el docente, alumno o institución educativa; periodismo político, se lo utiliza para informar acerca de las actividades que ocurre en los gobiernos, partidos políticos u organizaciones, elecciones y campañas políticas; periodismo social, tiene que ver con los conflictos sociales de cualquier hecho y sus consecuencias; periodismo cultural, se da importancia a los hechos que abordan en la cultura popular que tiene que ver con la producción, circulación y consumo de simbología, sin que importe su inicio.

El concepto de periodismo cultural sirve como identidad profesional al estudio de caso. Es decir el oficio del periodista incluye varias actividades que buscan brindar una información veraz y oportuna a la opinión pública en general. En otras actividades el periodista debe contrastar fuentes, contextualizar la información y contribuir a la formación de la opinión pública. Con respecto a los podcasts, estos se distinguen en dos grandes aspectos: el tecnológico y periodístico. El aspecto tecnológico da cuenta de las nuevas dinámicas que para el quehacer periodístico trajo consigo el internet, tales como la adaptación de los formatos radiales a un entorno digital y la manera en la que se consume el contenido. Por su parte, el aspecto periodístico muestra los distintos formatos existentes para la producción informativa de los podcasts.

Según (Pascual, 2019) los podcast más populares que generan interés a las personas son: los podcast de radio, televisivos, entrevistas, congresos, convenciones y conferencias, sobre educación y formación, resúmenes y comentarios de actualidad o viajes y experiencias, es decir, su contenido es más llamativo, es de agrado para el oído y la vista del ser humano.

La radio como medio de comunicación en relación y diferencia con el Podcast

La radio

La radio, como medio de acceso a la información y la comunicación, está más presente en nuestras vidas de lo que pensamos, a pesar de la llegada de la televisión y de internet, sigue permanente sin dejar de existir en la actualidad la radio ha generado evolución en los medios digitales no solo es la radio tradicional, sino que también radio digital.

El podcast y la radio, comparten rasgos constitutivos, como los elementos del lenguaje radiofónico: la voz o palabra, conjunto de elementos del lenguaje verbal que utiliza el hombre para comunicarse; la música, estructura sonora, capaz de transmitir sensaciones; los efectos, son los sonidos naturales o creados que complementan la función del mensaje; y el silencio, se deben al espacio de duración de todo sonido al momento de la locución.

Desde hace más de cien años que está presente, la radio se evoluciona para adaptarse a los nuevos avances en la tecnología, y sus programas han pasado por el mismo proceso, de modelos generalistas a modelos especializados de gran calidad y bajo coste. Desde sus comienzos, ha sido un instrumento de divulgación ideal, es utilizado tanto por expertos en la materia histórica, o profesionales de la comunicación que transmiten la historia para que cualquier persona pueda entenderla.

En una entrevista cedida al equipo del Taller de Estrategias de Comunicación Sonora y Radial Cátedra 1, de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, (Banchero, 2020), periodista pionero del mundo podcast, cofundador y director de contenidos de la productora Posta, señaló: “El podcast, como la radio, es un contenido de audio, que hace uso de ciertas

herramientas del lenguaje sonoro, pero la forma de consumo, las plataformas de distribución, los formatos y los modelos de negocio no tienen nada que ver con la radio”.

Según (Espada, 2020), Magíster en Industrias Culturales y estudioso del fenómeno, señaló: “Desde mi punto de vista, la radio y el podcast son dos formas tecnológicas de distribuir contenido y las características de cada una de esas formas tecnológicas de distribuir contenido condicionan a ese contenido. Me parece que (el podcast) es una forma de producir contenido radiofónico más que una forma de hacer radio”.

Otra opinión del podcast y la radio es la de (Flores, 2020), productora de radio, radialista feminista y fundadora de Tristana Producciones. La clave de su argumento radica en la composición de la palabra podcast: “Esa conjunción, si la traducen al español no sería otra cosa que radiodifusión a demanda del público. Por eso yo sostengo que el podcast es radio, pero que es una radio a demanda, donde lo que cambia es la forma de escuchar, pero no la forma de producir”.

Con respecto a las opiniones de los especialistas en el área radial, se puede entender que en el podcast y la radio existe una relación, porque, ambas se encargan de producir contenidos de manera rápida e instantánea, mediante audios que imparten la información a sus oyentes quienes están atento en todo momento. Pero es importante diferenciar el podcast de la radio para entender cuáles son las dimensiones de la industria del podcast.

Para (Velázquez, 2019) las diferencias y similitudes entre la radio tradicional, la “nueva radio” y el Podcast son:

DIFERENCIAS	SIMILITUDES
<p>1. La señal de la radio es local, con restricciones legales, geográficas y tecnológicas debido a su medio de transmisión. El podcast es internacional, sin estas limitaciones.</p>	<p>1. Un enfoque en lo que el oyente quiere, desea y busca.</p>
<p>2. La radio se dirige a una audiencia amplia; los Podcast a una audiencia “nicho”.</p>	<p>2. Un contenido que entretiene e informa.</p>
<p>3. La radio ofrece mayormente entretenimiento e información del momento. Los Podcast ofrecen contenidos temáticos más especializados y educativos que añaden un valor único y específico.</p>	<p>3. Una introducción que engancha al oyente para que escuche el resto del contenido.</p>
<p>4. En la radio, el director de programación decide el formato y tipo de contenidos que un productor o mantenedor debe seguir. En el podcast el productor o mantenedor decide como personalizar el contenido de acuerdo a la reacción de la audiencia</p>	<p>4. Un lenguaje sencillo que todos entienden.</p>
<p>5. En la radio el mantenedor es la atracción principal para el oyente. En el Podcast, los títulos de cada episodio son un gancho clave que atrae al que escucha.</p>	<p>5. Una alta calidad de producción sonora que conecta al oyente.</p>

Tabla #2 Diferencias y similitudes de la radio y el podcast

2.4. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

El método en que se basará el presente estudio de caso está direccionado al deductivo, ya que permite la recolección de datos importantes y necesarios para llegar a una conclusión, así generar el desarrollo del razonamiento lógico y ayudar que el estudiante sea capaz de sacar conclusiones a base de premisas, quiere decir, que parte de lo general a lo particular.

El estudio de caso: Análisis del podcast como herramienta periodística en el Ecuador, dará uso a la entrevista, puesto que, esta herramienta permite el diálogo entre dos personas para obtener información por parte del entrevistado mediante criterios y opiniones de un tema determinado como es el podcast, se aplicará a profesionales del área de la comunicación social.

La segunda herramienta utilizada es la ficha de observación, a través de este instrumento se obtendrá información y se analizará aquellos datos proporcionados colocados en cuadros que se obtuvieron mediante la entrevista, referente al objeto de estudio. A su vez el análisis de tres podcasts donde se indicará la estructura y acogida por parte de la audiencia.

El enfoque cualitativo, permitirá una investigación descriptiva, explicativa y conceptual mediante el uso de documentos bibliográficos sobre el podcast, concerniente a la utilidad e influencia que tiene en el área comunicacional.

2.5. RESULTADOS OBTENIDOS

Para la obtención de información se acudió a realizar entrevistas y fichas de observación. Las entrevistas fueron realizadas por Internet por la aplicación de meet al; Lcdo. Nilo Josué Domínguez Álvarez, Periodista Jonathan Carrera Andrade, y Lcdo. Enrique Armendáriz Cevallos, de esta manera obtener criterios y opiniones sobre el Podcast como herramienta periodística.

Estas entrevistas fueron importantes porque se pudo obtener un conocimiento previo al estudio de caso como, por ejemplo: “La influencia del podcast en el Ecuador”. Según opiniones de los entrevistados concuerdan que esta herramienta de comunicación en el país no ha tenido mucha acogida debido a su reciente aparición, además porque no tiene sus directrices bien definidas como los demás medios tradicionales; el uso del podcast en el periodismo está dividido, lo que para unos es perfecto, otros lo ven mal por su falta de recibimiento por los consumidores de contenidos; la aceptación de esta herramienta a nivel internacional ha sido excelente, las personas se suscriben, escuchan y descargan los audios y videos, al mismo tiempo los periodistas dan uso a esta aplicación; a nivel nacional es muy escasa, no genera mucho interés.

Si bien es cierto, el podcast, al principio a nivel global, le hizo competencia a la radio, pero todo fue al comienzo, porque las cosas nuevas siempre son novedosas para las personas, debido a que el tiempo ha pasado, la tecnología avanza y todos los medios realizan y se ponen al día con las nuevas actualizaciones del mundo. **Ver anexo 3**

Otra técnica aplicada fue la ficha de observación, se la aplicó mediante tablas para recolectar información detallada de los Podcast analizados y son:

- Conversaciones con David Jiménez (Internacional por David Jiménez). **Ver anexo 4**
- Historias Perdidas (Internacional por León Krauze). **Ver anexo 5**
- Hablando con la muerte (Nacional por Jonathan Carrera). **Ver anexo 6**

Los podcasts internacionales, son los que tienen más acogida por las personas de diferentes países y los que son en Ecuador no tanto, porque la audiencia de este país está enseñada a

direccionarse más por los medios tradicionales o los que están más expuestos y reconocidos, es decir, las personas para obtener un contenido buscan las redes sociales, porque es donde más rápido se hacen pública la información sobre un hecho o suceso. Cabe mencionar que los podcasts que tienden a ser más escuchados son los de comedias o historias contadas, lo del área de periodismo no son tan visualizados, no le dan interés.

EJEMPLOS DE SITUACIONES DETECTADAS

Una pregunta que causo impacto por parte de los periodistas fue:

¿Desde su percepción profesional, ¿cuál es la importancia del uso del Podcast como herramienta para el periodismo? ¿Por qué?

Lcdo. Nilo Josué Domínguez Álvarez: Es muy importante por la inmediatez, en una comunicación totalmente digitalizada y que cada vez avanza a esa premisa, entendemos pues que la comunicación 2.0 (el periodismo digital), te lleva a eso a poder usar mecanismos como estos para producir e informar casi en tiempo real, pero más conciso y preciso, porque te permite incluso en el tema del periodismo hacer entrevistas, acceder a un grado de información con personas que conozcan del tema que se abordan, por esa parte tiro una incidencia y una importancia bastante significativa entre la inmediatez y la calidad que se puede brindar a los consumidores.

A no más de uno o dos años con la globalización y tecnología que estamos viviendo y la tendencia a la que esto apunta, será una herramienta para el periodismo alternativo e independiente, sin dejar el profesionalismo, la esencia de poder contar y construir elementos que eduquen, informen y entretengan. Pues bueno va a ser importante para el periodismo y para diversificar los

canales en que podemos acceder a la información, para así comunicar hechos de relevancia que tengamos conocimiento y podamos compartir con quienes lo requieran.

Periodista Jonathan Carrera Andrade: Claro que sí para el periodismo sí, depende de la cantidad de gente a la que le llegue, todos estos medios dependen del nivel de audiencia que puede tener, como todo medio de comunicación, si nos vamos a una televisora, a una radio, todo depende de cuánta gente te pueda escuchar, si llegas a más gente periodísticamente tienes un mayor nivel de audiencia e influencia en la opinión pública que pueda generar una respuesta en las demás personas, entonces al ser una alternativa diferente, al escuchar las noticias de manera diferente, podría ser algo válido, pero hay que recordar algo, esta noticia se va a quedar ahí, esta noticia no es que es inmediata. Hay otro tipo de redes sociales que son más inmediatas (para utilizar un término) es más inmediato el Twitter, Facebook; el Spotify, le falta todavía esa característica de inmediatez, la gente dice: “bueno escucharé a determinada persona sobre un hecho noticioso”, pero ese hecho noticioso a lo mejor ya pasó hace 4 o 5 días, ya perdería el nivel de inmediatez porque ya lo sacaron todos los medios tradicionales.

¿Por qué te tendrían que buscar en Spotify?, esto tendrían que preguntarse las personas que quieren hacer un podcast sobre determinados hechos noticiosos, van a perder la inmediatez a no ser que la ganen de acuerdo al nivel de audiencia que se escuchan inmediatamente, es decir, en este rato se me unieron 1.000, 2.000, 3.000 personas, después se me unieron 50.000, 200.000, eso funciona sobre todo en Argentina, hay personas que hacen radio, que hacen noticias. Los podcasts que suben son de sus programas radiales, lo suben y determinado programa empieza a tener mayor cantidad de gente que lo sigue, ahí se sube el nivel de audiencia, son noticias que a lo mejor no son inmediatas, pero que son temas que siempre salen en la palestra: violencia de género, feminismo, etc. Gente que tiene mayores seguidores sobre todo en Argentina.

Lcdo. Enrique Armendáriz Cevallos: Por supuesto, más que todo porque hoy en día por las mismas redes sociales lo que menos hace la gente es comunicarse o sea parece inaudito, parece sorprendente, pero la gente hoy en día no se comunica. Un amigo, un pariente que está hasta a veces en otro país y se les hace más fácil comunicarse con ellos que con el que tiene al frente, entonces ahí es que te digo que la comunicación está amenazada, los podcasts llegan para reafirmar el hecho de comunicarse, porque el podcast como te dije anteriormente en una conversación le enseña a la gente que tiene que conversar y no solo ¿Cómo estás? ¿Cómo está el bebé?, se puede conversar de muchos temas, tú puedes en un solo día hablar de tres temas.

Al momento de expandir un conocimiento se tiene más herramientas para enfrentarse a la vida, con responsabilidad, porque no es lo mismo una persona preparada que una que no tiene el conocimiento para aquello, sin entrar en discriminación.

III. CONCLUSIONES

En resumen, la era de la información en la actualidad dispone de una serie de herramientas o avances tecnológicos que sirven de recurso en la comunicación social y en el área de la educación. Una tecnología que tiene su origen desde el 2004 es el podcast, esta aplicación llegó a hacer competencia con los medios de comunicación, principal, la radio, debido a que sus contenidos se dan mediante audio al igual que la herramienta anteriormente mencionada con la diferencia que esta se puede escuchar sin límite de tiempo desde cualquier dispositivo electrónico.

En definitiva, para muchos países el podcast ha sido un medio alternativo que les permitió informarse desde la red mediante audios y videos, pero en Ecuador su integración fue baja al principio, porque las personas estaban enseñadas a la forma de comunicación tradicional. Sin

embargo, la sociedad joven siempre está expuesta a nuevas tecnologías, debido a que siempre tienen un dispositivo electrónico a su mano mostrándoles las novedades que salen al día.

Para finalizar, el rol del periodista es investigar, informar sobre hechos, sucesos o acontecimientos relevantes del diario vivir de un país. El periodista en el podcast se encontró con una nueva forma de poder llegar a sus consumidores mediante sus contenidos informativos, de entretenimiento, educativos, políticos, económicos, entre otros... Es decir, buscó dar una narrativa mucho más corta pero llamativa que genere interés en la noticia publicada, si bien es cierto hoy en día algunos medios de comunicación hacen uso del podcast.

IV. RECOMENDACIONES

La tecnología es una novedad, pero se debe tener en cuenta que lo novedoso muchas veces no es bueno y certero, en varias ocasiones instalar una aplicación en un dispositivo tecnológico lo dañan con virus, por lo que el podcast ha demostrado ser útil y una herramienta confiable en el área de comunicación, pero sin embargo afectó mucho a la televisión, radio, entre otros medios.

En definitiva, un podcast es un archivo RSS o una serie de registros sonoros, se recomienda a los usuarios que dan uso de esta aplicación que antes de descargar un archivo deben suscribirse a esta herramienta, porque de este modo podrán obtener una experiencia placentera sin que se produzcan fallas o errores.

Al tomar en cuenta el rol del periodista, se sugiere que, pese a que el podcast sea un método práctico, sin límites de tiempo y espacio, no caer en la desinformación y se lo utilice con responsabilidad, puesto que es importante que antes de emitir un contenido con sus usuarios se

asegure que su información haya sido bien investigada, indagada o revisada y se mantenga en orden antes de ser publicada.

V. REFERENCIAS

Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. *La factoría*, 14(15), 1-13.

(Analfatecnicos.net), .. (2017). *google academico*. Obtenido de EL PODCAST COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN Y CONTENIDO DIGITAL: http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4352/1/EL%20PODCAST%20COMO%20HERRAMIENTA%20DE%20COMUNICACION%20Y%20CONTENIDO%20DIGITAL%20EN%20EL%20AULA%20VIRTUAL%20DE%20UNEMI%20PARA%20.pdf?fbclid=IwAR0n_Kdw199MHB85deTJnbnJJ47V_mnSJX1QTd14rY8zln8N

ACEVEDO, A. F. (2020). *EL PROCESO DE LA ENTREVISTA*. MEXICO: LIMUSA, S.S DE C.V.

Banchero, L. (agosto de 2020). *google academico*. Obtenido de EL PODCAST Y EL DESAFÍO DE REPENSAR LO RADIOFÓNICO: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/104525/Documento_completo.%202,%20no.%2066.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cangialosi. (2018). *google academico*. Obtenido de EL USO DE PODCAST Y WIKIS COMO HERRAMIENTAS DE GENERACIÓN Y GESTIÓN DE CONOCIMIENTO: <https://www.redalyc.org/pdf/181/18153270007.pdf>

Cebrián. (2019). *google acadmico*. Obtenido de EL PODCAST COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN Y CONTENIDO DIGITAL: <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4352/1/EL%20PODCAST%20COMO%20HERRAMIENTA%20DE%20COMUNICACION%20Y%20CONTENIDO%20DIGITAL%20EN%20EL%20AULA%20VIRTUAL%20DE%20UNEMI%20PARA%20.pdf>

Cevallos, P. (2018). *canal tecnologico*. Obtenido de ¿Qué ocurre con el Podcast en Ecuador?: <http://www.canal-tecnologico.com/ique-ocurre-con-el-podcast-en-ecuador/>

Espada, A. (agosto de 2020). *google academico*. Obtenido de Claves que identifican al podcast de la radio: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/104525/Documento_completo.%202,%20No.%2066.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Espinosa. (13 de mayo de 2021). *LABORATORIO DE PERIODISMO INNOVADOR*. Obtenido de El pódcast, un formato en apogeo que los periodistas pueden aprovechar: <https://fundaciongabo.org/es/blog/laboratorios-periodismo-innovador/el-podcast-un-formato-en-apogeo-que-los-periodistas-pueden>

ESPLORAUNAB. (07 de 02 de 2022). Obtenido de Qué es un Podcast y la narrativa periodística en este formato: <https://explora.unab.cl/que-es-un-podcast-y-la-narrativa-periodistica-en-este-formato/>

Flores, F. (agosto de 2020). *google academico*. Obtenido de Claves que identifican al podcast: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/104525/Documento_completo.%202,%20No.%2066.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fonseca, M. d. (2020). *google academico* . Obtenido de comunicacion: <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

Garcia, F. C. (2019). *google academico*. Obtenido de EL USO DE PODCAST Y WIKIS COMO HERRAMIENTAS DE DE GENERACIÓN Y GESTIÓN DE CONOCIMIENTO: https://www.redalyc.org/pdf/181/18153270007.pdf?fbclid=IwAR2ZaanNW2usB_7H-9nGPcu8ag01e16Bsdt816km6UgwYEAThXZpoT6tt98

Hammersly. (diciembre de 2019). *google academico*. Obtenido de : EL PODCAST COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN Y CONTENIDO DIGITAL:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4352/1/EL%20PODCAST%20COMO%20HERRAMIENTA%20DE%20COMUNICACION%20Y%20CONTENIDO%20DIGITAL%20EN%20EL%20AULA%20VIRTUAL%20DE%20UNEMI%20PARA%20.pdf>

KERLY, A. Y. (2019). *Análisis de contenidos de noticias de femicidios en los medios digitales del cantón Babahoyo provincia de Los Ríos en el año 2017*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6366/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000142.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Marquez, P. (2016). *google academico*. Obtenido de Características del podcaster, podcast y podespectador.: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7154/1/T-UCSG-POS-MES-57.pdf>

Pascual. (2019). *google academico*. Obtenido de Medios y comunicación en tiempos de posverdad: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/106475/1/Medios%20y%20comunicacion%20en%20tiempos%20de%20posverdad-385-397.pdf?sequence=1>

Riaño. (2016). *google academico* . Obtenido de monetizacion del podcast: <http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/312/SAMPEDRO%20CABRERA%20SAMANTHA%20SALOME.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tenorio. (2019). *google academico*. Obtenido de El uso del podcast y el periodismo: <http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/199/Flores-Gonsales%20-Alicia-Anali%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Velázquez, M. R. (2019). *Similitudes y diferencias entre la radio y los podcasts*. Obtenido de <https://medium.com/@MelvinRiveraV/similitudes-y-diferencias-entre-la-radio-y-los-podcasts-906ccf977d38>

Yuni, J., & Urbano, C. (s.f.). *Técnicas para investigar*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=XWIkBfrJ9SoC&pg=PA39&dq=t%C3%A9cnica>

+de+observaci%C3%B3n&hl=es-
419&sa=X&ved=2ahUKEwj1rN3OsfbuAhVnGbkGHWj1A8wQ6AEwAHoECAMQAg
#v=onepage&q&f=false

ANEXOS

ANEXO 1



Link. <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/podcast-mas-personas-buscan-la-dosis-de-refuerzo-nota/>

ANEXO 2

Reseña personal de los Entrevistados

Lcdo. Nilo Josué Domínguez Álvarez de 29 años de edad, oriundo de la ciudad de Babahoyo. Estudió en la universidad técnica de Babahoyo la carrera de comunicación social, trabajó en diario la hora, actualmente es corresponsal de TC Televisión. Además, tiene su propio medio digital “ND Noticias”.

Periodista Jonathan Carrera Andrade, oriundo de la ciudad de Quito tiene 30 años en el periodismo. Es considerado contador de historias dentro de medios de comunicación, ha trabajado en Diario Extra, TC Televisión, Canela Televisión, RTS, Radio América, RTU, Radio Heat. Además de dos medios digitales: Tiempo Real, La Nueva TV, en unos como reportero en otros como director de noticias. Hace podcast por medio de la APP SPOTIF de nombre: Crónica Oscura.

Lcdo. Enrique Armendáriz Cevallos, tiene 46 años de edad, es oriundo de la ciudad de Babahoyo. Estudió en el Instituto Superior de Televisión (ITV), estudió la profesión de Productor y Penalizador de Cine en Televisión, ese es su título, trabajó en los mayores canales nacionales como lo son: Teleamazonas, Gama visión, Ecuavisa, RTS, TC Televisión. Es docente de la Universidad Técnica de Babahoyo durante 7 años más o menos, es Asesor de medios de comunicación, Asesor Técnico, Asesor de Producción de Radio Libre lo que tiene que ver con programación, producción y estrategias de comunicación.

Anexo #3- Entrevistas

ANÁLISIS DEL PODCAST COMO HERRAMIENTA PERIODÍSTICA EN EL ECUADOR

PREGUNTA S DE LA ENTREVISTA	ENTREVISTADOS		
A	Lcdo. Nilo Josué Domínguez Álvarez	Periodista Jonathan Carrera Andrade	Lcdo. Enrique Armendáriz Cevallos
1. De qué manera ha influido el Podcast en el Ecuador?	<p>Puedo mencionar que de lo que conozco, no ha sido explotada a nivel nacional, todavía estamos por debajo de la media Internacional en torno al uso de esta herramienta que sin duda alguna cada vez está ganando muchísimo terreno al nivel Internacional, por todas las bondades que tiene, por el tema de poder generar contenido de una manera distinta, económica, súper práctica. Basta poder descargar una aplicación desde el que nos permita crear y editar videos y audios, colocar imágenes para los títulos de portada, en la actualidad se puede registrarse desde correo o Facebook. Esta aplicación permite insertar musicalización y algunos detalles que terminan siendo atractivos para poder generar contenidos a través del cual lo puedas subir y promocionar de forma gratuita a través de aplicativos como spotify, que es el principal y en el que ciento de miles de personas a realizan contenidos y generan recursos económicos a quienes entienden la temática y hacen un negocio propio o</p>	<p>De manera muy subjetiva y personal, reemplazar de por sí, pues no, está sectorizado el tema de los medios de comunicación, hay preferencias sobre lo digital, televisión, prensa escrita y otros tipos de contenido como los blogs, etc. Reemplazar no creo, que termine de algún manera generando un impacto de menos incidencia sobre la radio, es decir, el uso de los podcast puedan llevar a un menor consumo de la radio como medio comunicación, sí, pero reemplazarla o desaparecerla, no precisamente, si bien es cierto la mayoría de los jóvenes muy poco consumen radio, pero hay también algunas generaciones que se mantienen y que van inculcando de alguna forma preferencia en el tema periodístico, hay estudiantes, profesionales que aman la radio y van transmitiendo esto. Siempre estos medios van a tener su importancia tal vez reducida o limitada sí. La radio también es muy diversa no es simplemente es encender la música y escuchar un noticiero, también tiene sus bondades en sus enlaces, la</p>	<p>En el Ecuador es un movimiento naciente-reciente, o sea, el podcast aquí en el Ecuador es una herramienta que a diferencia de la comunicación tradicional no tiene unas reglas bien definidas y eso hace que la gente que se mete a ser podcasts no necesariamente tiene que ser comunicador, pero si dependen de la comunicación como tal, yo ahora mismo que estoy en el CANU les explico a los jóvenes que van entrar a la carrera de comunicación que esta se está extendiendo tanto que todo mundo ahora necesita de la comunicación en pequeña o gran parte, abogados, arquitectos y ahí es que está por ejemplo el podcast como herramienta, entonces tú vas a ver en los podcast gente que nada tiene que ver con la comunicación, pero se dan cuenta que necesitan de aquella, cómo hablar mejor, cómo armar un libreto, cómo redactar; entonces aquí en el Ecuador el podcast recién está comenzando hacer una herramienta para comunicar diferentes tópicos, se podría decir y yo podría atreverme a decir que el podcast es una herramienta que las nuevas generaciones están utilizando para tocar tópicos que no se tocan en la comunicación tradicional, yo sí lo veo como</p>

produciéndoles a otras personas, instituciones, políticos, etc.

diversificación de las parrillas, la radio siempre tendrá su espacio pequeño tal vez con el tiempo, pero estará presente.

un aporte muy bueno aquí en el Ecuador, como te digo desde mi punto de vista y desde mi experiencia que tengo ahora mismo que estoy asesorando a dos influencers en la provincia de los Ríos, uno de ellos es Luis Arana, vamos a decir que es mi pupilo, recién comenzó su podcast con el hermano se les ocurrió a ellos la idea de hacer un podcast de hermanos y contar diferentes tipos de experiencias que han tenido a su corta edad. Si la comunicación tradicional como la conocemos no hace esa adaptación inmediata puede desplazar a la comunicación como la vemos, incluso muchas de las cosas que se aprende hoy en día en la carrera de comunicación pueden desaparecer no por culpa, sino por esto de cambiar a un nuevo formato, ya te digo el podcast es para mí un nuevo formato que no te pone reglas definidas, lo hace cualquiera cuando quieras, con tal de brindar un contenido que le sirva a otra persona, ese es mi punto de vista.

2. ¿Alguna vez ha experimentado el uso del podcast como herramienta para el periodismo? ¿Podría indicar cuál ha sido su

A modo de consulta, un par de ocasiones y de manera superficial para poder conocer de forma distinta algunos temas puntuales de los que tenía interés por saber. La experiencia es que es súper práctico, puedo escuchar lo que yo quiero, la parte que me interesa, incluso en el término de la búsqueda, es que van saliendo contenidos que se van actualizando en tiempo real, a través de las

Es bastante interesante, cuando me lo propusieron, yo decía: “qué vamos a hacer, como funciona”, en la comunicación todo tiene su por qué, cómo musicalizas, cómo haces, cómo empiezas a crear un ambiente para solamente lo que es el audio, porque el podcast es únicamente audio. Hay teorías que entre más elementos pones ensucias la historia, tiene que ser la historia lo más simplificada narrada; el cerebro humano

Personalmente no, he tenido la idea con mi hermano de hacer un podcast y le gusta mucho el fútbol, sabe mucho de estadística sobre fútbol, entonces dije un día, voy a aprovechar que mi hermano sabe mucho de esto y lo podemos fusionar con las leyes, con la parte creativa, infografía, yo también entré con mi parte de la producción y hablar sobre tópicos de contenido y podría salir temas muy interesantes fusionando todos estos temas, pero se quedó en una simple idea, porque tanto él, como yo

experiencia?

notificaciones puedes tener mayor conocimiento; reitero es súper práctico, permite acceder concretamente lo que tú necesitas aprender, creo que en una sociedad donde nuestro tiempo termina siendo mucha más apretado, ansioso, carente en algunos casos por la cantidad de ocupaciones que algunos tenemos y la necesidad de informarnos de manera rápida y el poco tiempo que se tiene, sin importar el lugar o el tiempo, la experiencia es muy accesible, incluso los contenidos que son de audios consumen pocos datos, no es necesario descargarlo, antes se descargaba, ahora desde un clic desde tu de celular, puedes acceder de forma gratuita, si hablamos de suscripciones eso genera un rubro adicional.

escucha únicamente tres o cuatro sonidos, si colocas muchos efectos y sonidos en cambio el cerebro tiende a distraerse en este último, estas son algunas de las teorías que hay en comunicación auditiva.

Hay otras teorías que quieren poner y que le ponen cierto nivel de efecto sobre todo cuando haces radioteatro, en esta ocasión es una narración, un monólogo narrativo en la cual voy contando lo sucedido lo que me acuerdo de cada uno de los hechos y eso se va poniendo junto con música, tema, la producción también me ha resultado interesante yo decía: “vamos a chequear qué tal sale” y pues al parecer hay gente que le gusta, para todo público hay, no soy el único que hace podcast de esta naturaleza. Hay podcasts de México, de Argentina, de Chile, de algunos países donde los narradores cuentan las historias que son vivencias ocurridas en cada una sus países.

somos personas que el tiempo lo tenemos casi como medidos, esa es otra cosa que hay que tener en cuenta en los podcasts, la gente que se mete hacer esto realmente más allá de verlo como un instrumento, ya sería como medio de comunicación.

yo no he estado haciendo, pero sí creando o produciendo podcasts dando capacitaciones, porque normalmente la gente es de escasos conocimientos, para mí es muy satisfactorio compartir lo que yo sé y asesorar muy bien a quien me contrata para este tipo de cosas.

3. ¿Cuál cree usted que es el nivel de acogida de esta herramienta podcast en medios locales, nacionales como en medios

A modo de consulta, un par de ocasiones y de manera superficial para poder conocer de forma distinta algunos temas puntuales de los que tenía interés por saber. La experiencia es que es súper práctico, puedo escuchar lo que yo quiero, la parte que me interesa, incluso en el término de la búsqueda, es que van saliendo

Bueno, a nivel internacional hay más, o sea, definitivamente los podcasts en Spotify han sido más utilizados o han incursionado por compañeros periodistas o personas que quieren contar historias en Argentina, sobre todo, en México con Fausto. Actores específicos de doblaje y auditivo se dedican específicamente a crear estas historias porque

De manera internacional hace muchos años atrás ya se venía haciendo, los podcasts no se reducen solamente a que tiene que ser transmitido como video o solamente de audio, por ejemplo: en plataformas como Spotify tú ves a artistas, escritores, periodistas, si quieres escuchar lo que ellos suben están ahí dentro de esa plataforma, hay otras plataformas audiovisuales

internacionales?

contenidos que se van actualizando en tiempo real, a través de las notificaciones puedes tener mayor conocimiento; reitero es súper práctico, permite acceder concretamente lo que tú necesitas aprender, creo que en una sociedad donde nuestro tiempo termina siendo mucha más apretado, ansioso, carente en algunos casos por la cantidad de ocupaciones que algunos tenemos y la necesidad de informarnos de manera rápida y el poco tiempo que se tiene, sin importar el lugar o el tiempo, la experiencia es muy accesible, incluso los contenidos que son de audios consumen pocos datos, no es necesario descargarlo, antes se descargaba, ahora desde un clic desde tu de celular, puedes acceder de forma gratuita, si hablamos de suscripciones eso genera un rubro adicional.

es un estilo narrativo diferente, cada quién narra a su manera, hacen inflexiones para corroborar la historia en el momento que estas narrando, de pronto a la gente le gusta cómo yo narro las historias, voy a ser extremadamente sincero, sé que a la gente le gusta el Spotify porque me escriben por Twitter, por Facebook y me dicen: “que fue que no saca la nueva temporada” hemos hecho ya dos temporadas y me piden la tercera, estamos buscando los capítulos necesarios para hacer una temporada completa de 14 a 15 capítulos más o menos como se hicieron la primera y segunda para lanzar completamente.

como YouTube o Facebook que son con imágenes y audios, pero esta herramienta a nivel internacional existió hace algunos años por no ser exagerado tal vez unos 10 años atrás ya había la posibilidad, se le dio ese término de “podcast”, porque realmente tenías que diferenciar de que no era un producto de comunicación como tal, pero aquí en el Ecuador a nivel local, recién estoy viendo que aparecen gente con podcast tomándolo como alternativa, es un problema cultural no solamente en el Ecuador sino en gran parte de Latinoamérica en Europa la gente es un poco más abierta y en Estados Unidos de la misma manera, o sea, tenemos que aceptar que el nivel de educación es mucho más superior en otros lugares donde presentan la posibilidad de tu expresar tus ideas y te enseñan a expresarlas, el problema es que cuando tú tienes mucho conocimiento pero no sabes expresarte caes. Al mismo nivel del que no es inteligente y sabio solamente por el hecho de que no sabes cómo expresar tus ideas, entonces el podcast en Latinoamérica tiene ese problema que hay mucha gente que no sabe cómo decirlo como enfrentarse a un micrófono en una cabina, porque hasta en eso sobrepasa los límites el podcast que tú pues estar sentado en una mesa de tu casa de tu comedor y pones dos micrófonos o simplemente un micrófono de cabina y haces el podcast no te pide requerimiento técnicos, como una radio. un canal de televisión, pero hay gente que es muy cohibida no le gusta hablar por micrófono, no le

gusta enfrentarse a una cámara, no se siente capacitado y por eso se ha quedado el tema del podcast un poco atrás, ya la tendencia en el podcast viene de parte de gente que trabaja en medios de comunicación o influencias que ya se han enfrentado a la cámara, tú ves ahora a gente que antes hacía programas de televisión haciendo esto, porque ellos estaban acostumbrados, pero sigue siendo un tema que no todo mundo lo quiere manejar por esa falta de preparación de cómo expresar sus propias ideas.

Los latinos que viven en Norteamérica tienen una infinidad de podcast de todos los temas y es por esto, por problemas culturales, de educación que no hay tanta acogida en el Ecuador, la audiencia no tiene mucho que ver, porque hay una cosa que hay que analizar hoy en día, al estar en un mundo mediático la información nos llega inmediatamente, ejemplo: lo que está pasando entre Rusia y Ucrania, prácticamente la guerra en vivo y en directo, así para otras cosas que están pasando entonces como tienes tanta información por todos lados tú necesitas saber por qué esto, por qué lo de acá, viene la gente que hace podcast y habla un tema en específico sobre muchas cosas que tu necesitabas saber, pero de una manera más entretenida, porque no de una regla, no hay regla de tiempo como un medio tradicional que tiene que hacer bloques de los temas que hasta ahora se sigue viendo hay gente de televisión que hace podcast, pero no se sale de esa

4. Desde su percepción profesional, ¿cuál es la importancia del podcast como herramienta para el periodismo? ¿Por qué?

Es muy importante por la inmediatez, en una comunicación totalmente digitalizada y que cada vez va avanzando a esa premisa, entendemos pues que la comunicación 2.0 (el periodismo digital), te lleva a eso a poder usar mecanismos como estos, para producir e informar casi en tiempo real, pero más conciso y preciso, porque te permite incluso en el tema del periodismo hacer entrevistas, acceder a un grado de información con personas que conozcan del tema que se está abordando, por esa parte tiro una incidencia y una importancia bastante significativa entre la inmediatez y la calidad

Claro que sí para el periodismo sí, depende de la cantidad de gente a la que le llegue, todos estos medios dependen del nivel de audiencia que puede tener, como todo medio de comunicación, si nos vamos a una televisora, a una radio, todo depende de cuánta gente te pueda escuchar, si llegas a más gente periódicamente hablando tienes un mayor nivel de audiencia e influencia en la opinión pública que pueda generar una respuesta en las demás personas, entonces al ser una alternativa diferente, al escuchar las noticias de manera diferente, podría ser algo válido, pero hay que recordar algo, esta noticia se va a quedar ahí, esta noticia no es que es inmediata. Hay otro tipo de redes sociales

configuración de televisión que lo hacen por bloques, en el podcast original no hay bloques, tú comienzas hablando es una conversación normal, estas conversando sobre un tema y así sucesivamente, el podcast puede durar 10 minutos, 15 minutos, una hora, he visto hasta de 3 horas seguidas y la verdad que no se vuelve aburrido, porque como conversan, entonces lo que si tiene que ahorita caí en cuenta es que es inversivo, que quiere decir esto, que mientras dos personas están conversando en un medio digital, uno siente como que está a lado de ellos, lo que no pasa como medio de comunicación normal, esa es la ventaja sobre la comunicación.

Por supuesto más que todo porque hoy en día por las mismas redes sociales lo que menos hace la gente es comunicarse o sea parece inaudito, parece sorprendente, pero la gente hoy en día no se comunica. Un amigo, un pariente que está hasta a veces en otro país y se les hace más fácil comunicarse con ellos que con el que tiene al frente entonces ahí es cuando te digo que la comunicación está amenazada, los podcasts llegan para reafirmar el hecho de comunicarse, porque el podcast como te dije anteriormente en una conversación le estas enseñando a la gente que tienes que conversar y no solo ¿cómo estás? ¿cómo está el bebé?, se puede conversar de muchos temas, tú puedes en un solo día hablar de tres temas.

Cuando uno expande su conocimiento tiene más

que se puede brindar a los consumidores.

A no más de uno o dos años con la globalización y tecnología que estamos viviendo y la tendencia a la que esto apunta, será una herramienta para el periodismo alternativo e independiente, sin dejar el profesionalismo, la esencia de poder contar y construir elementos que eduquen, informen y entretengan, pues bueno va a ser importante para el periodismo y para diversificar los canales en que podemos acceder a la información, para así comunicar hechos de relevancia que tengamos conocimiento y podamos compartir con quienes lo requieran.

que son más inmediatas (para utilizar un término) es más inmediato el Twitter, Facebook; el Spotify, le falta todavía esa característica de inmediatez, la gente dice: “bueno escucharé a determinada persona sobre un hecho noticioso”, pero ese hecho noticioso a lo mejor ya pasó hace 4 o 5 días, ya perdería el nivel de inmediatez porque ya lo sacaron todos los medios tradicionales.

¿Por qué te tendrían que buscar en Spotify?, esto tendrían que preguntarse las personas que quieren hacer un podcast sobre determinados hechos noticiosos van a perder la inmediatez a no ser que la ganen de acuerdo al nivel de audiencia que están escuchando inmediatamente hablando, es decir, en este rato se me unieron 1.000, 2.000, 3.000 personas, después se me unieron 50.000, 200.000, eso funciona sobre todo en Argentina, hay personas que hacen radio, que hacen noticias, los podcasts que suben son de sus programas radiales y del programa lo suben, y determinado programa empieza a tener mayor cantidad de gente que lo sigue, ahí es cuando sube el nivel de audiencia, son noticias que a lo mejor no son inmediatas, pero que son temas que siempre salen en la palestra: violencia de género, feminismo, etc. Gente que tiene mayores seguidores sobre todo en Argentina.

herramientas para enfrentarse a la vida, con responsabilidad, porque no es lo mismo una persona preparada que una que no tiene el conocimiento para aquello, sin entrar en discriminación.

5. Cree usted que el podcast llegaría a reemplazar a la radio como medio de comunicación?

De manera muy subjetiva y personal, reemplazar de por sí, pues no, está sectorizado el tema de los medios de comunicación, hay preferencias sobre lo digital, televisión, prensa escrita y otros tipos de contenido como los blogs, etc. Reemplazar no creo, que termine de algún manera generando un impacto de menos incidencia sobre la radio, es decir, el uso de los podcast puedan llevar a un menor consumo de la radio como medio de comunicación, sí, pero reemplazarla o desaparecerla, no precisamente, si bien es cierto la mayoría de los jóvenes muy poco consumen radio, pero hay también algunas generaciones que se mantienen y que van inculcando de alguna forma preferencia en el tema periodístico, hay estudiantes, profesionales que aman la radio y van transmitiendo esto. Siempre estos medios van a tener su importancia tal vez reducida o limitada sí. La radio también es muy diversa no es simplemente es encender la música y escuchar un noticiero, también tiene sus bondades en sus enlaces, la diversificación de las parrillas, la radio siempre tendrá su espacio pequeño tal vez con el tiempo, pero estará presente.

Creo que todavía no, por la inmediatez de la información, la radio tiene otras características, la radio se hace en vivo, el podcast puede quedar grabado para siempre, pero, por ejemplo: un programa de entretenimiento radial, para que saco escuchando un programa radial de hace cinco o seis días que no tiene nada interesante que ofrecerme sino el mismo formato diario, las fiestas, el baile, la canción y no hay nada que perdure. El problema es la durabilidad y la perdurabilidad del hecho, del tema que se pueda tratar en Spotify para que sostenga y se sostenga suficiente tiempo, para que siga siendo escuchado una historia sobre un determinado hecho delictivo va a seguir siendo escuchado hoy, mañana, pasado después de 5 días 15, 20 días, la noticia del fallecimiento de alguien por un accidente de tránsito ocurrido hoy a lo mejor después cinco días ya no es noticia, tiene que buscar un nivel de perdurabilidad en los hechos noticiosos que se revelen para que esa noticia dure o quede 15 días más y que la gente pueda ver que resulta interesante volver a escuchar el tema, me refiero yo un hecho investigativo, vamos a hablar de casos nuevos, caso arroz verde, caso especulados en contraloría contra determinado funcionario público ¿Por qué llamaría la atención para que se quede colgado en un sitio donde la gente puede volver a

Esta pregunta es bastante interesante y al mismo tiempo difícil de entender yo he venido defendido una teoría hace mucho tiempo atrás que de los tres medios tradicionales que son los más utilizados la televisión, la radio y la prensa escrita he dicho siempre que la radio es la única que va a seguir como tal, porque la radio está halando la parte de la televisión, porque hay en radios que transmiten imágenes o sea tú ves los programas de radio ya en audios y a su vez los mismos programas de radio tienen un blog en sus redes sociales donde escriben, qué es lo que halan de la prensa escrita, sus noticias aparte que se ven y se escuchan también las puedes leer, entonces si tú te das cuenta la radio como que está absorbiendo la televisión y está absorbiendo a la prensa escrita y va a quedar como la reina de los medios, pero porque te digo que se me hace difícil contestar sí que realmente van a desaparecer, es ahora con el tema del podcast, porque si tú ves a la gente que está haciendo podcast como que estuviéramos en la radio, inclusive ahora se ve en los podcasts el bracito del micrófono, no hay diez cámaras como en los canales sino una sola cámara.

Pero todo esto es como un futuro de la radio y el podcast es como el futuro de todo o sea yo creo que muchas radios van a terminar adoptando el podcast como herramienta de trabajo, pero no va a quedar como la radio sino como un medio de comunicación que tendrá otro nombre, hoy en día se han

escuchar 1, 2, 3, 4, 5 veces el mismo podcasts?, tiene que tener suficientemente elementos de perdurabilidad para que la gente se interese en escucharlo, caso contrario no le interesa porque ya lo ha escuchado en la televisión, la radio y otra vez volver a escucharlo en Spotify, ¿Para qué? es la pregunta, para revelarnos detalles, de pronto sí, porque hay esa posibilidad de lanzar una Spotify que dura 45 minutos, 30 minutos o el tiempo que tú lo quieres hacer que no es el mismo tiempo que le dedicas al mismo tema en radio, televisión, periódico, tomando cuenta que en televisión tiene un minuto y medio para una nota, cuando es buena te ponen dos minutos, en la radio no pasa de 5, 10 minutos o 15, exagerando entrevista, en el periódico hablamos de 1.500 a 2.000 caracteres con dos fotografías de primera plana, entonces no tienes todo el tiempo para poner toda la información en un solo momento, en cambio en un podcast por medio de Spotify sí, pero tienes que hacer toda esa labor de hacer que la gente escuche todas las historias completas, esto como lo logras?, publicidad, vendiéndole a las personas una idea, promocionando el producto que tienes, sino lo haces, nadie lo escucha, lo compra y ni lo ve; es así de simple.

hecho muy común la palabra streaming antes era una palabra muy desconocida y solo se reducía al grupo de la tecnología y ahora mucho se está metiendo en streaming, las redes sociales, instituciones públicas y privadas transmiten sus eventos a través del internet.

FICHAS DE OBSERVACIÓN - ANEXO #4

NOMBRE DEL MEDIO	PODCAST Y RADIO	
CASO 1	CATEGORÍA DE ANÁLISIS	MEDIO DE COMUNICACIÓN N° 1
FECHA DE INICIO DEL PROGRAMA:	NOMBRE DEL PODCAST	Conversaciones con David Jiménez
	LINK DEL PODCAST	https://www.podcastyradio.com.mx/podcast/conversaciones-con-david-jimenez/
	PRODUCIDO POR	David Jiménez
	CREADOR(ES) DEL CONTENIDO	David Jiménez
	DESCRIPCIÓN DEL PODCAST	Es un programa de entrevistas en el que convoca a personajes de primerísima talla. Juntos, sostendrán conversaciones tan profundas como interesantes e íntimas. En cada episodio, el anfitrión y el invitado devanarán las más diversas cuestiones, desde una perspectiva personal y sin posturas.
	TIPO DE GÉNERO	Sociedad y Cultura
21/02/202	FORMA DEL PODCAST	
FECHA DEL ULTIMO EPISODIO:	EXTENSIÓN EN CARACTERES	3 Episodios
	CRITERIO DE SELECCIÓN DEL PODCAST	Internacional
	VALORACIÓN EN APPLE PODCASTS	5
	RATINGS	65
	FRECUENCIA	Semanal
	LENGUA	Español
	DURACION APROXIMADA	50 Minutos por episodio
	PERSONAS QUE LO ESCUCHARON	24
	VIDEOPRESENCIA /AUSENCIA	Ausencia
	AUDIO PRESENCIA /AUSENCIA	Presencia
07/03/2021		

ANEXO #5

NOMBRE DEL MEDIO	PODCAST	
CASO 2	CATEGORÍA DE ANÁLISIS	MEDIO DE COMUNICACIÓN N° 1
FECHA DE INICIO DEL PROGRAMA:	NOMBRE DEL PODCAST	Historias Perdidas
	LINK DEL PODCAST	https://podcast.app/the-hollywood-godfather-podcast-p676403/?utm_source=and&utm_medium=share
	PRODUCIDO POR	León Krauze
	CREADOR(ES) DEL CONTENIDO	León Krauze
	DESCRIPCIÓN DEL PODCAST	Es narrada, y basada en su libros y relatos radiofónicos, Historias perdidas es un recorrido por los grandes enigmas del mundo.
	TIPO DE GÉNERO	Educación, Historia, Sociedad y Cultura
	FORMA DEL PODCAST	
	EXTENSIÓN EN CARACTERES	66 Episodios
	CRITERIO DE SELECCIÓN DEL PODCAST	Internacional
	VALORACIÓN EN APPLE PODCASTS	4.8
	RATINGS	640
	FRECUENCIA	Mensual
	LENGUA	Español
FECHA DEL ULTIMO EPISODIO:	DURACION APROXIMADA	20 Minutos por episodio
	PERSONAS QUE LO ESCUCHARON	510 Personas
	VIDEO PRESENCIA /AUSENCIA	Ausencia
	AUDIO PRESENCIA /AUSENCIA	Presencia
	19/04/2021	

ANEXO #6

NOMBRE DEL MEDIO	PODCAST (IVOOX)		
CASO 3	CATEGORÍA DE ANÁLISIS	MEDIO DE COMUNICACIÓN N° 1	
FECHA DE INICIO DEL PROGRAMA:	NOMBRE DEL PODCAST	Hablando con la muerte	
	LINK DEL PODCAST	https://www.ivoox.com/cap-50-8220-hablando-muerte-8221-cronica-roja-audios-mp3_rf_76620733_1.html	
	PRODUCIDO POR		
	CREADOR(ES) DEL CONTENIDO	Jonathan Carrera	
	DESCRIPCIÓN DEL PODCAST	Vivencias desde sus primeros pasos en el mundo periodístico hasta sus más crudas anécdotas y experiencias contadas con su lírica y estilo único del periodista Jonathan Carrera.	
	TIPO DE GÉNERO	Crónica roja	
	FORMA DEL PODCAST		
	EXTENSIÓN EN CARACTERES	Capítulo 50 seleccionado de “Donde vive el miedo”	
	CRITERIO DE SELECCIÓN DEL PODCAST	Nacional	
	VALORACIÓN EN APPLE PODCASTS	3	
	RATINGS	<ul style="list-style-type: none"> ● ○ <p style="text-align: center;">10</p>	
	FECHA DEL ULTIMO EPISODIO:	FRECUENCIA	Mensual
		LENGUA	Español
		DURACION APROXIMADA	1 hora 10 minutos
		PERSONAS QUE LO ESCUCHARON	370 Personas
11/10/2021	VIDEO	Ausencia	
	PRESENCIA /AUSENCIA		
	AUDIO	Presencia	
	PRESENCIA /AUSENCIA		