



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN PERIODISMO**

**TEMA**

**ESTILOS NARRATIVOS EN PODCASTS**

**TITULO**

**ESTUDIO COMPARATIVO DE ESTILOS NARRATIVOS EN  
PODCAST DENTRO DE LA PLATAFORMA SPOTIFY Y SU  
INCIDENCIA EN LOS JOVENES. CASOS DE ESTUDIO: EL  
UNIVERSO Y RADIO VISIÓN**

**AUTORES**

**EDUARDO ANTONIO GONZÁLEZ CASTRO**

**ERICKA PRISCILA LÓPEZ CEDEÑO**

**TUTOR**

**LCDA. ROCIO PIZARRO MSC.**

**GUAYAQUIL**

**2022**

**REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:**

Estudio Comparativo de los Estilos Narrativos de Podcast en las Plataformas Digitales

**AUTOR/ES:**

González Castro Eduardo Antonio  
Ericka Priscila López Cedeño

**REVISORES O TUTORES:**

MGS. Alba Rocio Pizarro Matamoros

**INSTITUCIÓN:**

**Universidad Laica Vicente  
Rocafuerte de Guayaquil**

**Grado obtenido:**

Licenciado en periodismo

**FACULTAD:**

Comunicación

**CARRERA:**

Periodismo

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

2022

**N. DE PAGS:**

88

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Periodismo e Información.

**PALABRAS CLAVE:** Enseñanza multimedia, Tecnología educacional, brecha digital, producción, radio, podcast.

**RESUMEN:** El presente proyecto de investigación se trata de realizar un análisis comparativo de estilos narrativos de dos podcasts de dos medios de comunicación (El Universo y Radio Visión) con el tema crisis carcelaria dentro de la plataforma Spotify y además también se busca saber que estilo llama más la atención y como incide en los jóvenes universitarios. Este proyecto es de enfoque metodológico mixto porque se indagó, recopiló, adquirió e integró una investigación cualitativa como cuantitativa, es decir se buscó datos por medio de estadísticas y además de percepción sobre las cualidades que poseen ambos casos de estudio. Además, se aplicó varias técnicas de instrumento como la entrevista, realizada a dos expertas con gran trayectoria en el mundo del podcasts, una encuesta a jóvenes universitarios de la FACSO del último semestre de la carrera de comunicación y un análisis profundo de contenido de podcast el cual va a determinar muchos elementos entre ellos que podcasts tiene mejor estilo, producción, guión, manejo de entrevistas, estructura, duración, locución, enganche con la audiencia y demás factores que son importantes y necesarios dentro de la preproducción, producción y postproducción de un contenido.

<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> González Castro Eduardo Antonio Lopez Cedeño Ericka Priscila	<b>Teléfono:</b> 0996106116 0993434383	<b>E-mail:</b> egonzalezca@ulvr.edu.ec <b>c</b> elopezc@ulvr.edu.ec
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	Lcda. Diana Almeida Aguilera, Msc. <b>Teléfono:</b> (04) 2596500 Ext.249 <b>E-mail:</b> dalmeidaa@ulvr.edu.ec Lcdo. José Omar Villavicencio, Msc. <b>Teléfono:</b> (04 ) 2596500 Ext. 300 <b>E-mail:</b> jvilavicencio@ulvr.edu.ec	

**CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA**

# ESTILOS NARRATIVOS EN PODCASTS

*por* Eduardo Antonio González Castro Y Ericka Priscila López Cedeño

---

Fecha de entrega: 03-ago-2022 02:05p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1878502489

Nombre del archivo: TESIS\_GONZALEZ\_LOPEZ\_ESTILOS\_NARRATIVOS\_EN\_PODCASTS.docx (3.54M)

Total de palabras: 16964

Total de caracteres: 91591



# ESTILOS NARRATIVOS EN PODCASTS



## INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://dspace.ucuenca.edu.ec">dspace.ucuenca.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="https://radiococoa.com">radiococoa.com</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="https://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="https://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="https://fundaciongabo.org">fundaciongabo.org</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="https://repositorio.unibe.edu.ec">repositorio.unibe.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE Trabajo del estudiante	<1%

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

El (Los) estudiante(s) egresado(s) EDUARDO ANTONIO GONZÁLEZ CASTRO, ERICKA PRISCILA LOPEZ CEDEÑO, declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Estudio comparativo de estilos narrativos en podcast dentro de la plataforma Spotify y su incidencia en los jóvenes, corresponde totalmente a el(los) suscrito(s) y me (nos) responsabilizo (amos) con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo (emos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)



Firma

EDUARDO ANTONIO GONZÁLEZ CASTRO

C.I. 0952406882



Firma

ERICKA PRISCILA LÓPEZ CEDEÑO

C.I.0950401224

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación (Estudio comparativo de estilos narrativos en podcast dentro de la plataforma Spotify y su incidencia en los jóvenes), designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Estudio comparativo de estilos narrativos en podcast dentro de la plataforma Spotify y su incidencia en los jóvenes, presentado por los estudiantes EDUARDO ANTONIO GONZÁLEZ CASTRO Y ERICKA PRISCILA LÓPEZ CEDEÑO como requisito previo, para optar al Título de Licenciado en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Alba del Rocío Pizarro Matamoros

C.C. 0920516838

## **AGRADECIMIENTO**

Este logro va dedicado primero a Dios porque él es nuestro padre quien nos permite estar vivos para cumplir cada uno de nuestros sueños. Gracias por bendecirme todos los días, el resultado de este fin de proyecto es gracias a él porque no me dejó caer pese a cada obstáculo presentado en este camino. También le agradezco a mis padres y a mis hermanos por su apoyo incondicional. Agradecer en general a toda mi familia porque pese que se encuentran lejos me daban ánimos y me deseaban lo mejor siempre.

También a mis docentes quienes me han visto crecer y formarme en esta carrera y en especial a mi tutora por su ayuda y paciencia. A mis amigos de toda la vida, también les doy las gracias por acompañarme y apoyare a si sea con un pequeño mensaje, a mis compañeros de curso que más que compañeros nos convertimos en grandes amigos sobre todo a mi amigo y colega de Tesis Eduardo González quien siempre estuvo dispuesto en ayudarme, gracias por brindarle tiempo y dedicación a este trabajo, gracias por estar ahí cada vez que necesité un consejo, y además gracias por enseñarme con tu ejemplo que la vida no es de miedos y que mientras uno crea en su capacidad y se tenga confianza se puede llegar muy lejos.

Sinceramente

Ericka Priscila López Cedeño



## **AGRADECIMIENTO**

Antes que nada, quiero agradecer a mi padre que me ha dado todo lo posible para poder llegar a donde estoy hoy, a mi madre por las lecciones que he aprendido diariamente, a mis hermanos por su apoyo, a los docentes que poco a poco me dieron las pautas y direcciones para poder pulir mis defectos, aunque tengo mucho más que aprender, a mi compañera de tesis por ayudarme a ser mejor persona a lo largo de toda la carrera y a mí mismo por nunca dudar de mí y mis habilidades.

Sinceramente

Eduardo Antonio González Castro

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar esta tesis a las personas que me aman primero a mi familia, que han dado todo lo hermoso que un ser humano necesita, valores gracias a ellos es lo que soy hoy en día como persona, a amigos por apoyarme cuando más los he necesitado, por cada palabra de aliento en momentos difíciles por cada sonrisa en momentos amenos. Dedico este proyecto también a personas muy buenas, pero sobre todo especiales que Dios cruzó en mi camino, con algún propósito, gracias por darme su mano y apoyo siempre. Cada uno de ustedes son importante en mi vida y por eso dedico esta tesis porque tanto ustedes como yo han sido parte de este proceso.

Sinceramente

Ericka Priscila López Cedeño

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de tesis se lo dedico a cada una de las personas que confiaron en mí y también a quienes no confiaron, gracias a eso pude tener la motivación de demostrar de lo que soy capaz y lo que lograré a futuro en la carrera de periodismo, a mis amigos que me acompañaron en este proceso, compañeros de universidad por ayudarme a ver mis debilidades para mejorarlas y destacando las virtudes en los trabajos como equipo, a mi compañera de tesis Ericka por su apoyo incondicional en los momentos que necesitaba de su ayuda y por todos los consejos que me dio para mejorar y darme cuenta de mis errores, gracias a ella podemos presentar este proyecto y a su paciencia, le deseo lo mejor a ella y a todos mis compañeros.

Sinceramente

Eduardo Antonio González Castro

## INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO .....	VIII
AGRADECIMIENTO .....	IX
DEDICATORIA .....	X
DEDICATORIA .....	XI
INDICE GENERAL .....	XII
INDICE DE TABLAS .....	XV
INDICE DE IMÁGENES .....	XVI
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	2
Guía referencial del capítulo I.....	2
1.1. Tema: .....	2
1.2. Planteamiento del Problema:.....	2
1.3. Formulación del Problema: .....	5
1.4. Objetivo General.....	5
1.5. Objetivos Específicos.....	5
1.6. Idea a Defender (investigaciones cualitativas o mixtas) / Hipótesis (investigaciones cuantitativas) .....	5
1.7. Línea de Investigación Institucional/Facultad.....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. El Podcast.....	6
2.1.1 Origen del Podcast .....	6
2.1.2 Importancia del Podcast .....	11
2.2. Estilos Narrativos en Podcast. ....	12
2.2.1. Estilo de No Ficción .....	12
2.3. Estilo de Crónica.....	13

2.4.	Producción de Contenidos.....	16
2.5.	Públicos .....	18
2.6.1	Tipos de Públicos.....	18
2.6.1.1	Podcast de Información, .....	19
2.6.1.2	Podcast de Entrevistas, .....	19
2.6.1.3	Podcast Grupal, .....	19
2.6.1.4	El podcast Diario, .....	19
2.6.1.5	Podcast de Ficción.....	19
2.6.1.6	Podcast Periodístico o de Investigación, .....	19
2.6.	Podcasts más escuchados mundialmente .....	20
2.7.	Los Podcasts en Pandemia .....	24
2.8.	Podcasts en Ecuador .....	25
2.9.	Plataformas de Podcast .....	28
2.9.1	Spotify .....	28
2.9.2	Anchor.....	28
2.9.3	iVoox.....	28
2.9.4	Apple Podcast.....	29
2.9.5	Google Podcast.....	29
2.9.6	iTunes.....	29
	MARCO LEGAL.....	29
	CAPÍTULO III .....	32
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	32
	Guía referencial del capítulo 3 .....	32
3.1	Enfoque de la investigación: (cuantitativo, cualitativo o mixto).....	32
3.2	Alcance de la investigación: (Exploratorio, descriptivo o correlacional) .....	32
3.3	Técnica e instrumentos para obtener los datos: .....	32
3.4	Población y muestra.....	32

3.5	Presentación y análisis de resultados .....	33
3.5.1	Análisis de encuesta.....	33
3.5.2	Análisis de las respuestas de los estudiantes en la encuesta .....	39
3.5.3	Entrevista a la Periodista Gladys Ríos .....	39
3.5.3.1	Periodista Gladys Ríos (panameña) .....	39
3.5.3.2	Entrevista a la Periodista Mercy Narea Arellano.....	42
3.5.4	Análisis y resultados del contenido de podcasts.....	48
3.5.5.1	El Universo Podcast .....	48
3.5.5.2	Radio Visión .....	50
	CONCLUSIONES .....	53
	RECOMENDACIONES .....	54
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
	ANEXOS.....	64
	Anexo 1 Modelo de formulario para los estudiantes de 8vo semestre de la universidad (FACSO).....	64
	Anexo 2.- Modelo de Entrevista realizado a las periodistas Mercy Narea y Gladys Ríos.....	66
	Anexo 3.- Entrevista a la periodista Gladys Rios .....	67
	Anexo 4.- Entrevista a la periodista Mercy Narea .....	68
	Anexo 5.- Encuesta a los estudiantes de la (FACSO) .....	69
	Anexo: 6.- Petición de datos para ambas radios .....	70

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Constitución de la república del Ecuador, Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008 - Comunicación e Información. ....	29
Tabla 2 Ley Orgánica de Comunicación Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.- 2013.....	30
<b>Tabla 3</b> Pregunta 1 .....	33
<b>Tabla 4</b> Pregunta 2 .....	33
Tabla 5 Pregunta 3 .....	34
<b>Tabla 6</b> Pregunta 4 .....	35
<b>Tabla 7</b> Pregunta 5 .....	35
<b>Tabla 8</b> Pregunta 6 .....	36
<b>Tabla 9</b> Pregunta 7 .....	37
<b>Tabla 10</b> Pregunta 8 .....	37
<b>Tabla 11</b> Pregunta 9 .....	38
<b>Tabla 12</b> Entrevista a la periodista Gladys Ríos .....	40
<b>Tabla 13</b> Entrevista a la periodista Mercy Narea.....	43
<b>Tabla 14</b> Análisis comparativo de El Universo podcast y Radio Visión .....	51

## INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Podcast .....	14
Imagen 2 Podcast, Nadie sabe Nada .....	20
Imagen 3 Podcast, Entiende tu mente .....	21
Imagen 4 Podcast Estirando Chicle .....	22
Imagen 5 Podcast La Meditada .....	22
Imagen 6 Podcast La Vida Moderna.....	23
Imagen 7 Podcast El Hilo.....	23
Imagen 8 Podcast El universo .....	26
Imagen 9 Podcast Radio Visión Ecuador.....	26
Imagen 10 Podcast El Comercio.....	27
Imagen 11 Podcast Hechos Ecuador.....	27
Imagen 12 Usted Escucha Podcast actualmente.....	33
Imagen 13 Podcast, mejor forma de enfoque al caso de estudio .....	34
Imagen 14 Elaboración y producción de podcast .....	34
Imagen 15 Enganche comunicativo .....	35
Imagen 16 Locución .....	36
Imagen 17 Enfoque dinámico.....	36
Imagen 18 Recursos Dinámicos .....	37
Imagen 19 Preguntas Relevantes .....	38
Imagen 20 Competencia Digital .....	38
Imagen 21 Foto de Gladys Ríos .....	39
Imagen 22 Mercy Narea.....	42
Imagen 23 Podcast El Universo.....	49
Imagen 24 Podcast Radio Visión.....	50
Imagen 25 Modelo de Formulario 1_1 .....	64
Imagen 26 Modelo de Formulario 1-2.....	65



Imagen 27 Entrevista a la Periodista Gladys Ríos 2 .....	67
Imagen 28 Entrevista a la periodista Gladys Ríos 1 .....	67
Imagen 29 Entrevista a la Periodista Mercy Narea.....	68
Imagen 30 Entrevista a la Periodista Mercy Narea.....	68
Imagen 31 Encuesta a Estudiante de la FACSO.....	69
Imagen 32 Encuesta a Estudiantes de la FACSO .....	69
Imagen 33 Petición para entrevista Podcast El Eniverso .....	70
Imagen 34 Petición Entrevista Potcast Radio Visión .....	71

## INTRODUCCIÓN

Dentro de la presente investigación se hablará de tres estilos narrativos (no ficción, crónica y entrevista). Existen muchos estilos, pero se considera estos estilos son los más relevantes dentro del manejo comunicativo de un poscasts. Los podcasts han marcado un antes y un después en el mundo gracias a la tecnología, internet y recursos sonoros que han sido un impulso inmenso debido no solo a su inmediatez sino por su posicionamiento que está al alcance de todos. Para que un podcast sea exitoso independientemente del tipo de contenido que se presente ya sea entretenimiento, noticias, comedia, historia, etc. se debe tener en cuenta que se necesita un buen manejo de estilo y producción esto permite que el podcast enganche y el oyente no deje de escucharlo y quiera volver después por otro episodio, es importante conocer al público para saber qué es lo que se quiere oír.

Este trabajo se enfoca netamente en contenidos de noticias, se ha comparado estilos narrativos de dos podcasts El Universo Podcasts y Radio Visión con el fin de saber que estilo ha sido el más utilizado de los ya mencionados y a su vez conocer que podcasts llama más la atención en los oyentes, en este caso el estudio se lo realizó a los estudiantes de octavo semestre comunicación de la FACS ( Universidad de Guayaquil) porque se consideró que sus conocimientos y análisis crítico es profesional, responsable y ético los cuales ayudarían mucho en nuestro trabajo investigativo.

Este trabajo es de carácter mixto (cuantitativo-cualitativo) los instrumentos que se aplicaron fueron: encuesta, entrevista y un análisis de contenido de los dos casos de estudio, se realizó nueve preguntas para la encuesta, que fue realizada a los estudiantes de la universidad de Guayaquil por otro lado, la entrevista fue realizada a dos expertas del mundo del podcast, una de ellas es de nacionalidad panameña y la otra de nacionalidad ecuatoriana ambas con una trayectoria extensa. Con ellas se buscó aquí ver dos perspectivas de análisis, por un lado un enfoque nacional y por otro internacional, aplicando las mismas preguntas. Adicionalmente, se realizó un análisis de contenido en los podcasts con el fin de observar desde otra perspectiva personal como fue el manejo, producción y estilo, en ambos casos de estudio.

*Palabras clave:* Enseñanza multimedia, Tecnología educacional, brecha digital, producción, radio, podcast.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### Guía referencial del capítulo I

#### 1.1. Título:

Estudio comparativo de estilos narrativos en podcast dentro de la plataforma Spotify y su incidencia en los jóvenes. Casos de estudio: El Universo y Radio Visión.

#### 1.2. Planteamiento del Problema:

La creación del podcast fue en el año 2004. Durante este tiempo hubo apogeo en la revolución tecnológica, esta permitía que los programas de radio difundan sus contenidos de manera diferida. Otro beneficio de esta metodología se basaba en un programa radial que se escuche en vivo sin estar presente y conservando el producto radiofónico. También existían facilidades para descargar los programas, escucharlos en cualquier momento del día a cualquier hora y sin ningún problema o publicidad de por medio. “I Tunes” cuenta 700.000 podcasts disponibles, convirtiéndose así en la mayor plataforma de estos productos.

Estudios que datan del apogeo que tuvo esta herramienta en la comunidad de internet son los realizados por Rodero, quien en 2008 efectuó un levantamiento de información a 120.000 usuarios de internet de España y América Latina estableciendo 4 categorías de consumo más prominentes tales como: “entretenimiento, fuentes de información, fondo ambiental y establecer contactos”.

En el 2006, dos años después de la creación y difusión del podcast FeedBurner logra identificar un porcentaje mayor de número de podcast, superior al de emisoras de radios en el mundo. Dando “un total de 44.000 podcasts contabilizados a marzo de 2006, cuando en noviembre de 2005 se contabilizaban 505 podcasts” (Blanco, 2006).

Una de las creadoras de los mejores podcasts es Sarah Koenig, quien revolucionó la industria por incorporar su propio estilo narrativo. Su trabajo tenía como nombre “Podcast Serial” en el que ofrecía a los oyentes un relato sobre una secuencia investigaciones independientes sobre la muerte de He Min Lee, una estudiante de secundaria quien fue asesinada en Baltimore (E.E.U.U.), en el año 1999. Además de innovar en el podcast, Sarah encontró una nueva forma de aprovechar la voz y su poder. El estilo aplicado “Serial” no tenía ningún parecido con otro estilo usado hasta ese momento en las radios. La galardonada periodista se dirigía a sus oyentes como si se tratara de un grupo de colaboradores en la

búsqueda de la verdad. El premio lo ocasionó muchos debates en las redes sociales y generó muchas hipótesis.

En este tipo de podcast se encuentra “Nadie Sabe Nada”, programa español de la cadena “Ser”. El producto cuenta con un gran número de oyentes. Como todo trabajo, lograron ingresar a YouTube en el año 2013. Actualmente, sigue siendo transmitido por la misma cadena y en sus redes sociales, implementando diferentes secciones para las personas que están en vivo escuchando el programa, creando un ambiente más cercano, mayor interacción del público y proyectar realismo al momento de locutar.

La repercusión de los podcasts es tan relevante que se han convertido en una nueva fuente de inspiración para la TV, ya que muchos shows están siendo basados en libros y hoy existen muchos shows basados en podcasts, algunos podcasts los convierten en series, además existen muchas plataformas donde pueden subirse los podcasts donde ofrecen diferentes facilidades, como Pandora, TuneIn o Deezer, quienes permiten a los usuarios que escuchen sus programas favoritos mientras conducen.

La tecnología le da un impulso inmenso a los podcasts debido a su facilidad de llegada a todo el mundo y su distribución gratuita en diferentes plataformas, debido a su fácil descarga a cualquier dispositivo, el renacer del fenómeno del audio digital ayuda a que la gente retome su interés por programas netamente auditivos, su facilidad de escuchar dando fidelidad al oyente con su programa, debido a que en internet tienen una gama de podcasts pero el usuario busca específicamente a un programa por el estilo que utiliza el programa en específico.

Debido a lo lejos que llegan las plataformas y su gran avance en los medios, los podcasts están adaptándose a el público actual debido a que todos están acostumbrados a ver las cosas que gusten cuando quieren en el momento y las veces que quieran como Netflix, Spotify, YouTube y otras plataformas más.

En España el Podcasting es un éxito rotundo con una gran cantidad de audiencia que se caracteriza por la apuesta de grupos de comunicación por contenidos de ficción y su producción de esta, manteniendo un contenido bien guionizado y con un audio cuidando todos los detalles, por lo que Cazalla en su artículo afirma que:

Uno de los podcasts que predominó dentro del mundo del mercado europeo fue El Pódium Podcast que en el 2016 junto a CosmCore (empresa encargada de ofrecer datos marketing y audiencias) obtenían los siguientes resultados en números de usuarios, destacando iTunes

con 735.000, seguido de Ivoox con 470.000 usuarios y TuneIn con 79.000. (Cazalla, 2017, pág. 343) (Cazalla, 2017, pág. 343).

La relevancia de los podcasts en el periodismo es inmensa debido a su gran demanda y su expansión por medio de las redes sociales, las cuales permiten a los periodistas crear sus programas y expandir la comunicación por todo el mundo, gracias al internet.

Sin embargo, no todo programa creado para podcast está correctamente estructurado; los estilos narrativos, a veces, son mal empleados. La demanda entorpece el trabajo de algunas propuestas y esto puede ocasionar confusión al oyente o poco interés a la temática abordada, por ejemplo, el podcast “Hora de un Café” de la creadora de contenido, Daniela Saldaña, con la temática “Como amarse a uno mismo” en el cual no cuentan con una buena estructura debido al logotipo y su nombre que no van de la mano creando confusión al público.

En Ecuador el podcast ha ido creciendo y transformando su contenido durante años, en el 2012 el país no se sentía atraído por la nueva forma de comunicar programas, para ese tiempo se contaba con pocos podcasts, de los cuales existían: WILDCAST, PODCAST.EC, ELTRIPCAST, los cuales fueron los primeros podcasts en el Ecuador, entre otros que buscaban un espacio y traer este nuevo método de comunicación para llegar a un público nacional y sobre todo global.

Patricio Cevallos de PODCAST.EC, comenta que el consumo de podcast durante esos años era bajo, y aunque todos contaban con internet y las facilidades para consumir estos programas no se sentían atraídos o enganchados con los contenidos de esos años. Los podcasts han dado un giro en su popularidad desde el 2020 debido a la pandemia la cual hizo que la industria crezca exitosamente y además gracias a la facilidad de las diversas plataformas que otorgaban diferentes tipos de contenido.

Ecuador en ese mismo año tomó fuerza y creció en tendencia dentro de podcast con programas culturales, turísticos, entretenimiento e informativos marcando un antes y un después. Los periodistas buscan producir contenidos innovadores y de calidad para que su mensaje sea interesante y llame la atención en los oyentes.

La aceptación del público sobre un podcast dependerá mucho de la manera en cómo quieren llegar, si el objetivo es distinto el resultado marcará diferencia El periodista debe enfocarse en poder llegar a su público y su estilo narrativo dependerá mucho de su aceptación. Los detalles hacen diferente a los podcasts tales como: musicalización, efectos, naturalidad, locución, entre otros.

Es importante saber reconocer y pulir elementos fundamentales que sirven a la hora de crear un estilo narrativo dentro de un podcast porque de esa manera si el podcast es bueno la respuesta por parte de la audiencia será favorable de lo contrario no tendrá recepción.

Por esa razón, nuestra investigación se enfoca en un análisis comparativo sobre los estilos narrativos dentro de los podcasts “El Universo” y “Radio Visión” por medio de la plataforma Spotify, ambos podcasts informativos, con esto se quiere demostrar las preferencias de los radioyentes; en este caso serán los estudiantes de octavo semestre debido a su alto análisis crítico del tema aprendido durante su carrera universitaria. Este proyecto se basará en información relacionada con la inseguridad en Guayaquil “Crisis Carcelaria” que empezó a partir de enero del 2021.

### **1.3. Formulación del Problema:**

¿Cuál es el estilo narrativo, en contenidos noticiosos, que llama más la atención a la audiencia juvenil que consume podcast entre los podcasts “El Universo” y “Radio Visión”?

### **1.4. Objetivo General**

Comparar los estilos narrativos de los podcasts “El Universo” y “Radio Visión” en la plataforma Spotify y su incidencia en los jóvenes universitarios.

### **1.5. Objetivos Específicos**

1. Determinar el nivel de producción que emplean los canales de podcast en Ecuador.
2. Identificar los estilos narrativos que se emplean en los podcasts de El Universo y Radio Visión.
3. Presentar los contenidos producidos por los podcasts El Universo y Radio Visión.
4. Analizar la opinión de los jóvenes con respecto a la producción y narrativa periodística de los canales de estudio.

### **1.6. Idea a Defender (investigaciones cualitativas o mixtas) / Hipótesis (investigaciones cuantitativas)**

El uso de diferentes estilos narrativos permite que los podcasts llamen la atención a los oyentes por su contenido y por su veracidad al momento de transmitir una propuesta noticiosa.

### **1.7. Línea de Investigación Institucional/Facultad.**

Sociedad Civil, derechos humanos y gestión de la comunicación/Gestión de la comunicación, nueva tecnologías y análisis del discurso.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. El Podcast**

La palabra pódcast es un anglicismo que no tiene un equivalente en español. Se usa para nombrar a un archivo de sonido portable, descargable, al que se pueden suscribir los usuarios (Gallego, 2010).

El término del podcast se deriva a la unión de las palabras ipod y broadcasting, así al unir estas 2 palabras se crea el podcast.

También puede utilizarse para compartir conocimiento y formación en formato de audio, este medio puede ayudar a que millones de personas puedan innovar y expresarse como por ejemplo dar clases o contar experiencias vividas, este contenido se lo puede obtener a través de un archivo o por Streaming, gracias a la tecnología y su difusión en diferentes plataformas han logrado posicionarse poco a poco en algo fácil y rápido de consumir.

Es importante no confundir podcast con episodio; la diferencia entre ambos estiba en que el podcast es “un programa, compuesto por sucesivas ediciones, que se pueden syndicar para no tener que bajar aquellas que ya se han oído” (Ramos García & Caurcel Cara, 2017).

El podcast es como la radio, pero cuenta con la ventaja de que su contenido es bajo demanda y puede escucharse cuando el oyente quiera las veces que desee, este formato a lo largo de los años aumentó altamente la potencia de comunicación, dejando total libertad creativa para un programa radial.

Los usuarios pueden suscribirse a estos canales y así semana a semana el teléfono les informará cuando se haya subido un nuevo episodio, puede ser descargado y reproducido en cualquier momento que el cliente quiera.

##### **2.1.1 Origen del Podcast**

El podcast se creó en el año 2004 en Estados Unidos este es un medio que se enfoca en programas netamente de audio y subidos de manera digital para la facilidad de los usuarios. Su similitud con la radio es un mensaje claro de que es una evolución de la radio misma, este nuevo medio de comunicación tiene su propia identidad y está abriéndose paso con mucha fuerza.

Desde hace unos años atrás la radio ha gobernado a el medio de comunicación auditivo penetrándose en grandes cadenas y en todos lados por medio de lo novedoso que era en su momento siendo solicitado por todas las personas en su momento.

Las características que hacen al podcast diferente a muchos otros medios de comunicación ayudaron a que puedan destacarse por su infinidad de programas y estilos que los usuarios pueden buscar y escoger a su preferencia, la digitalización ofrece un gran abanico de posibilidades y de variedades.

El estilo que quieran implementar cada podcast es ilimitado y esto proporciona que muchos usuarios puedan unirse a este nuevo medio de comunicación, el creador del mismo podcast tiene la facilidad de dirigir, escoger y presentar su podcast en el momento que quiera de la manera que desee, este libertinaje ayuda a que todos puedan empezar este formato sin problemas.

La función de un podcast como herramienta de comunicación es aquel que se enfoca en la creación de contenidos para ser escuchado en el momento que los usuarios decidan o puedan tener tiempo libre de escuchar los podcasts, solamente necesitan de un celular y de internet para poder escuchar su podcast preferido.

En el año 2005, el término fue formalizado. “iTunes comenzó listando y ofreciendo podcasts en junio de ese año, y el podcast fue incluso nombrada la palabra del año del New Oxford American Dictionary. En su mayor parte, el “podcasting” era todavía muy especializado.

Su creación fue un antes y un después en la era de la comunicación sonora tanto así que fue la palabra del año causando un revuelo en el mundo y llamando la atención de todos por ser innovador y creó un nuevo estilo de comunicación para las personas con muchas facilidades nunca vistas.

Nacido en Estados Unidos en 2004, el Podcasting es un medio de comunicación que provee objetos sonoros digitalizados alojados en Internet que ofrecen la posibilidad de suscripción y descarga automática de contenidos mediante motores de sindicación. Su naturaleza sonora lo coloca en clara conexión con la radio, el gran medio sonoro del siglo XX, con la que mantiene una relación de discontinuidad que hace de los podcasts un fenómeno comunicativo independiente y con identidad propia, como justificaremos posteriormente (Garcia, 2019).

El podcast renueva y le da un aire fresco a la radio y la potencia de manera actualizada con las redes sociales y de manera digital otorgando facilidades y beneficios al público para mantenerse en sintonía y renovando todos sus puntos débiles en los que la TV y la prensa escrita, mantenían su ventaja y les quitaba terreno a las emisoras poco a poco debido a sus actualizaciones.

Desde un primer periodo predigital gobernado por la radio exclusivamente hertziana, la comunicación vía audio llega a la Red con la penetración de las grandes cadenas de radio que



utilizan Internet como punto de acceso diferenciado a la misma programación que ya se emitía vía analógica. En este punto, la Web funciona como repetidor digital de los contenidos de las emisoras (García, 2019).

La web evoluciona esta forma de dar contenido debido a las facilidades que le ofrece a las personas, debido a que no existe un horario para escuchar los programas y puedes descargarlos para escucharlos en cualquier momento del día, otro punto a favor es su libertad de ser escuchada en todo el mundo debido a su globalización por medio del internet.

Según Marín (2018) en su artículo indica que “El paso decisivo en la aparición del Podcasting es la introducción de los mecanismos de sindicación que permiten la suscripción a los contenidos y, por tanto, su descarga automática” (García, 2019).

El podcast al brindarnos información especial y especializada sobre una temática determinada se veía la idea de inmiscuirla en el Podcasting y que las coberturas sean completas y dirigidas hacia un público objetivo. Con esta premisa iba tomando forma lo que podía ser un audio-blogging, el mismo que fue apareciendo en un artículo del diario “The Guardian”, por primera vez- en 2004, Adam Curry y Dave Winer (2006) aseguraron que: La idea tomó la forma primitiva de lo que se convertiría en entretenimiento de audio bajo demanda, utilizando fuentes RSS para automatizar la descarga de archivos de sonido de la web.

El trabajo requería de maquinarias y de trabajo constante para completar una buena transmisión de contenidos sonoros. Los oyentes prevalecían consumiendo este tipo de contenido con las nuevas tecnologías que estos productos iban empleando. La radio tradicional, desde siempre, ha permitido reinar en el público por ser rápida, al instante y dinámica. El cambio retumbó en los jóvenes y los intereses aparecían instantáneamente Las producciones se veían a simple son y el nicho se extendía; los aparatos tecnológicos aportaron a la evolución de la radio.

Dentro del Podcasting aparecen características fundamentales que engloban nuevas funciones al escuchar un producto sonoro. Las opciones son múltiples como volver a escuchar, acelerar, pausar y editar sin perder la noción o el trabajo inicial que llegó a la audiencia.

Las características novedosas del Podcasting, tal como las describen Spinelli y Dann (2019) en su libro Podcasting: The Audio Media Revolution como 11 'características principales de los podcasts', contribuyeron en gran medida a su rápido aumento de popularidad. Además de la capacidad de tener un control total sobre el tipo de programa que se puede escuchar, la posibilidad de "cambiar de tiempo" y "cambiar de lugar" (Jemily Escarcha, 2022).

Desde el 2021 los podcasts en Apple son gratuitos, aunque se podría monetizar por ser un trabajo con producción, investigación y de carácter informativo; el contenido de valor para toda la audiencia es un punto clave. Con el paso del tiempo aparecen nuevos espacios destinados para estos trabajos y sobre todo con la participación de profesionales o amateur que manejan conocimientos.

Las características novedosas del Podcasting, tal como las describen Spinelli y Dann (2019) en su libro *Podcasting: The Audio Media Revolution* como “características principales de los podcasts”, contribuyeron en gran medida a su rápido aumento de popularidad. Además de la capacidad de tener un control total sobre el tipo de programa que se puede escuchar, la posibilidad de "cambiar de tiempo" y "cambiar de lugar" (Jemily Escarcha, 2022).

La continuidad en el que los podcasts tienen cabida es parte del contenido más simplificado y específico que estos pueden transmitir. Hay temas que son más para crónicas, criminales, de ficción, entrevistas, motivacionales, entre otros. El público se segmenta y condicionan sus intereses. No todos son afines a ciertas temáticas o forma de producir un trabajo. Lo primordial es la manera en que se busca y consigue trasladar a la vida real al público.

Esta segunda tensión es en parte la razón por la que los podcasts se han descrito como “dirigidos por programas” en los que una persona está completamente a cargo de elegir su contenido, a diferencia de los 'dirigidos por formato', en los que una persona solo puede elegir cuando para sintonizar contenido programado siguiendo formatos estrictos, como la radio. (Jemily Escarcha, 2022).

La popularidad del podcast permite abrir el abanico de posibilidades de concebir trabajos auténticos y prioritarios en los usuarios. Para lograr esta premisa es indispensable formar parte de otros servicios que cumplen con los mismos requerimientos que la principal. Es más, todas permiten abarcar a la gran parte de usuarios y agrupar en su base de datos toda clase de podcast según su categoría. Las nuevas voces permiten diversificar el proceso y resultar más vistosa a los oídos de la audiencia que buscan estas clases de propuestas.

Para que un medio que trabaja con podcast sea exitoso depende de la periodicidad con la que se publique nuevo material. La periodicidad es la frecuencia con la que subes, interactúas o entregas proyectos al público. Los trabajos pueden variar en presentación y enfoque; así mismo se puede jugar con el tiempo de duración. Los trabajos que tiene poca duración suelen ser más atractivos y aceptados por los usuarios porque su información está sintetizada, detallada, dinámica y precisa al tema abordado.

Hay podcast que manejan una mayor duración sea por el tema investigado o el trabajo periodístico que se desea plasmar. Un producto extenso sobrecarga al público por lo que su periodicidad debe ser controlada y agendada en diferentes días para que sea del aceptado favorablemente. Está confirmado que el éxito de un podcast depende del tiempo y de las veces que renueva el contenido. No obstante, los podcasts con investigación o especializado, también, son recibidos por un grupo específico y en días, horarios específicos por temas de trabajo.

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).

La producción del podcast teje sus bases en transmitir ideas y conocimientos que no aparece en el mundo digital. La creatividad es carta de presentación en la elaboración y post producción. Mientras más se maneje los detalles y los puntos, el producto llegará con facilidad a la audiencia. Es indispensable que al final de estos trabajos el creador firme para que el consumidor tenga idea de la persona y el medio con el objetivo de crear referencias y mayor visualización al momento de compartir o relacionarlo con otros grupos.

En la lista de quienes producen y consumen podcast se pueden destacar, comunicadores sociales, periodistas, músicos, productores, diseñadores y profesionales afines, entre otros. Quienes, con poco presupuesto, han logrado difundir sus ideas a través de este medio (Tecnologico, 2018).

Los audios preparados para crear contenido periodístico están abarcando la palestra de oportunidades en el área laboral, pero también reviviendo este medio y el periodismo con nuevos nichos que son aceptados por las personas. El periodismo sonoro mantiene su gusto a pesar de que lo digital y lo audiovisual no se quedan atrás reinventando sus procedimientos y propuestas.

La llegada de los players de las grandes tecnológicas de alguna manera está azuzando el mercado de una manera que antes no había sucedido y creo que el periodismo se puede aprovechar creando contenido (Gabo, 2021).

Los expertos aseguran que cambiar los géneros de contenidos resulta versátil para los creadores de podcast y para los players que se interesan por nuevas informaciones. Lo repetitivo cansa y es obsoleto en un mundo digital que cada segundo sube a la red contenido

de calidad. Sin embargo, los podcasts cuentan con la serialidad que llaman la atención de quienes son seguidores de estos proyectos sonoros.

El periodismo ha hallado en el pódcast una forma de darle un nuevo significado al periodismo narrativo. De acuerdo con Espinosa, los formatos más potentes de pódcast de no ficción actualmente son el documental sonoro, las piezas de investigación y los llamados daily podcast (Gabo, 2021).

### **2.1.2 Importancia del Podcast**

El podcast es un archivo multimedia importante que utilizándolo como estrategia de contenido ayuda a que un producto o servicio pueda posicionarse tener una excelente imagen y conectividad con el público, sin contar que en la actualidad se lo está utilizando en todas partes del mundo y está en su apogeo con todas las facilidades que otorga para que todos puedan realizar sus programas con el estilo y estructura que quieran aplicar, teniendo un público que se inclinan a los mismos gustos del creador de contenido, por ello algunos de los factores importantes son:

- **Publicidad cercana y poco intrusiva.** Debido a la gran variedad de formas de crear contenido para los usuarios de internet, es necesario ver la manera de ir más lejos al momento de vender un servicio o un producto, ya no solo se trata de satisfacer las necesidades de los clientes consumidores de este medio de comunicación, también se busca crear un buen engagement para así poder llegar a potenciales futuros clientes, gracias a esto el podcast es una manera adecuada de llegar a ese tipo de audiencia que necesitan los oyentes.
- **3 en 1: posicionamiento de marca, entretenimiento e información.** Otra gran ventaja con la que cuenta el podcast es que tiene un vínculo directo entre las marcas publicitarias con el público oyente que vayan a la par el contenido publicitario con el contenido del programa, sin contar que si tiene el privilegio de que si el podcast tiene éxito puede promocionar uno mismo su propia marca sin problemas.
- **Poco Gasto y Fácil Creación.** La creación y producción de estos programas tiene la ventaja de que es ajustable a todo tipo de presupuestos dependiendo de los creadores de este, solo es necesario contar con una habitación y el equipo adecuado que proporcione un buen sonido para empezar con los programas, sin contar que pueden subirse de manera gratuita en diferentes aplicaciones otorgando diferentes puntos de difusión para poder darse a conocer.

- **Infinidad de estilos para los actuales estilos de Vida.** El podcast no solo puede entretener o divertir al consumidor, también tiene la capacidad de dar a los usuarios la facilidad de aprender muchas cosas y profundizar en diferentes temas para obtener todo tipo de conocimientos de cualquier temática que quiera aprenderse volviendo al podcast en un medio no solo comunicativo, sino también educativo, dando enseñanzas de manera cómoda cuando y donde quieran aprender.
- **Espacio para “Networking”.** Al tener un canal de podcast propio puede servir de ayuda a las compañías para ampliar sus contactos y darse a conocer con muchos patrocinadores y partners ya que al contar con expertos en este ámbito se puede ganar confianza por parte de los oyentes y sobre todo otorga credibilidad, algo importante y primordial para cualquier medio de comunicación (Icesi, 2022).

## **2.2. Estilos Narrativos en Podcast.**

En cuanto a los estilos narrativos podemos encontrar 3 de los muchos tipos de estilos que existen los cuales son: narrativa de no ficción, entrevistas, panel de discusión, crónica, pero cabe recalcar que para crear un programa no existe un estilo como tal y cada persona le da su propia esencia a la hora de crear o elaborar un programa, basándonos en contenido, edición, musicalización, etc.

### **2.2.1. Estilo de No Ficción**

Para el estilo de no ficción comprendemos que se refiere a la narración, descripción de manera realista, siendo fiel a lo ocurrido en la historia con la finalidad de informar sobre el tema del que se está tratando en ese momento, el enfoque también depende del que quiera dar el autor, los autores que se apegan a esta filosofía de estilo consideran que la veracidad de este estilo en el momento de su composición, basándose en presentarlo al público como hechos empíricos, el género de no ficción también busca ser informativa y entretenida, al mismo tiempo que busca ser precisa.

En el ámbito de la creación literaria existen dos grandes campos: Los géneros de ficción y los de no ficción. Mientras que la literatura de ficción se enfoca en narrar las historias creadas por los escritores, los escritos de no ficción también se caracterizan por contar historias con la diferencia de que las mismas son verídicas (Ramírez, 2019).

Como Ramírez afirma la no ficción es netamente sucesos reales del día a día, son hechos palpables y del que podemos tener absoluta confianza del mismo por no agregar o restar palabras los sucesos son apegados a la realidad otorgando hasta alguna identificación con quien

está leyendo o escuchando este estilo, la no ficción es de los estilos más utilizados en cuestión de información y en su caso, noticieros y programas donde se necesiten datos.

### **2.3. Estilo de Crónica**

Por otro lado, el estilo narrativo “crónica” se encarga de narrar en orden los hechos ocurridos, normalmente dicho por personas que observaron el hecho, la crónica hace énfasis a los detalles, existen 2 tipos de crónica la crónica general y la crónica particular, la crónica particular tiene este nombre debido a que solamente narraban de manera cronológica lo ocurrido por la persona en cuestión es la protagonista de dicha noticia o acontecimiento, y la crónica general se especializa más en narrar todo lo ocurrido cuidando cada detalle, sentimiento, objeto, vestimenta, lugar y personas relacionadas al hecho en cuestión, contando todo a lujo de detalle dando un contexto más amplio para que sea más claro entender todo hasta el punto de poder visualizar el hecho mientras este mismo está siendo narrado por el locutor para sus oyentes.

La crónica también cuenta con varios subgéneros como lo son la “Crónica Histórica o Crónica Informativa” la cual se basaba en entregar información detallada sobre viajes que se realizaban a diferentes países, este mismo se liga con el de no ficción debido a que se contaba todo sin exagerar los datos, muchos viajeros utilizaban este estilo ya que contaban hechos históricos reales a lujo de detalles, a lo largo del tiempo este tipo de crónica ha dejado de utilizarse con frecuencia y es más seguro encontrarlas en pequeños artículos o textos cortos.

Crónica Periodística o de Opinión tiene la variedad de que el autor es el testigo principal y la fuente primordial y presencial, sin contar que se basa también en documentales fiables, el narrador siempre se mantiene objetivo en la narración, pero también por momentos da su punto de vista y opina al respecto de lo sucedido, igualmente su objetivo es informar a las personas.

El factor primordial es el tocar temas de actualidad y que produzcan impacto y sobre todo interés al oyente, otro factor importante es la recopilación de información previa realizando un trabajo de campo con documentación y entrevistas para tener argumentos sólidos con sustentos que respaldan lo dicho, otro factor a tomar en cuenta es el estilo en cómo se narra la historia o noticia, el autor es el dueño y puede dar su versión en el estilo que quiera y de la forma que él quiera, esto le da total libertad para incluir la marca personal, dicho en palabras de María Angulo en su libro “Crónica y mirada”:

Son muchas las estrategias narrativas para crear esas subjetividades, para lograr un yo narrador, un sujeto medianamente original, desde el que se enuncia el relato. La crónica

toma de la literatura, más que del periodismo, ese afán por conseguir un estilo autorial reconocible. Una marca, un sello de autor (Egea, 2014).

Un claro ejemplo de la mezcla entre una buena crónica y la no ficción es el podcast creado por Daniela Dávila y Julianna Zambrano las creadoras del podcast “Crónicas al Borde” el cual se basa en utilizar sonidos representativos para poder ponerse en situación mientras la historia va siendo narrada y proyectada por medio de dibujos que grafican la historia para poder sentirse parte de la historia.



*Imagen 1 Podcast  
Fuente: página web Radio Cocoa  
Elaborado por: González & López (2022)*

Este proyecto de podcast tiene su propio estilo para presentar en su primera temporada toda una historia de manera crónica el tema es la migración y a lo largo de cada podcast se va contando una historia basada en hechos reales y contados de manera original implementando su propio estilo, dicho por Daniela, “el proyecto termina siendo un espacio de escucha para nosotras”, explica Daniela y aclara, “más allá de contarles una historia, se trata de nosotros sentarnos a escuchar las historias y los sonidos que acompañan a estos relatos” (Jaramillo, 2021).

Ellas toman el podcast como algo suyo y le dan su respectivo cuidado para que los oyentes se teletransportan a la historia por medio de una voz dulce y sonidos que ayudan a situarse en el lugar, dando ese toque mágico y único para diferenciarse de los millones de podcasts ya existentes en la plataforma Spotify.

En otras palabras, las creadoras de este podcast detallan el objetivo de este trabajo para las personas que van a conocer respecto al podcast y puedan familiarizarse más con el contenido

“Es una reflexión sobre las narraciones: cómo se narra, desde dónde se narra y cómo se escucha esta narración”, explica Giulianna. En cuanto al porqué se lanzaron a hacer este proyecto, no duda, la tiene clara: “cuando escucho todas esas historias y la gente llevándonos por su trayecto, su viaje personal, aprendo un montón sobre la defensa de esa vida, de la potencia vital, de ese deseo como movilizador. Creo que eso se logra con una escucha calmada, íntima, tierna, y creo que el por qué es porque nos hace falta” (Jaramillo, 2021).

Esta forma de crear su podcast deja claro que la plataforma te da una infinidad de libertades para poder imponer tu propio estilo, las herramientas están a la mano y todo depende de cómo quieran ser utilizadas por cada creador de contenido, ya sea con sonidos característicos o con imponer formas de realizar estos mismos por medio de formatos o la combinación adecuada de estilos narrativos y nuevas ideas para dar un aire fresco en medio de tanta demanda por parte de los oyentes.

### **2.2.3 Estilo de Entrevista**

Como uno de estos casos tenemos el podcast “serial” creado por la periodista Sara Koenig y su equipo, los cuales crearon esta forma de hacer podcast en el cual cada semana analiza los detalles del asesinato de la adolescente Hae Min Lee, de origen surcoreano, ocurrido en enero de 1999 en Maltimore. No todo programa creado para podcast está correctamente estructurado; los estilos narrativos, a veces, son mal empleados. La demanda entorpece el trabajo de algunas propuestas y esto puede ocasionar confusión al oyente o poco interés a la temática abordada.

Debido a lo lejos que llegan las plataformas y su gran avance en los medios, los podcasts están adaptándose a el público actual debido a que todos están acostumbrados a ver las cosas que gusten cuando quieren en el momento y las veces que quieran como Netflix, Spotify, YouTube y otras plataformas más.

“La radio es un animal evolutivo, uno que se ha adaptado al mundo que lo rodea. A medida que las tecnologías y los patrones de consumo cambian, la radio ha demostrado que puede adaptarse. En este contexto, parecería justo y lógico considerar el podcasting como una extensión de la radio”. (Tobar, 2021)

Con esta cita se entiende que la radio tiene una forma inteligente de desarrollarse a lo largo del tiempo para mantener su vigencia y no perder audiencia, con los años ha recuperado a muchos oyentes que se alejaron por su antigüedad y poca facilidad para ser escuchados a ciertas horas específicas por su público debido a algún inconveniente o diferencias de horarios



sacándole ventaja otorgando la facilidad de escuchar el programa a cualquier hora cuando la persona quiera en cualquier momento que desee.

En España el Podcasting es un éxito rotundo con una gran cantidad de audiencia que se caracteriza por la apuesta de grupos de comunicación por contenidos de ficción y su producción de esta, manteniendo un contenido bien guionizado y con un audio cuidando todos los detalles.

El Podcasting tiene apenas 15 años como medio y práctica; sin embargo, ya ha marcado el comienzo de una explosión de producción cultural amateur y profesional. Ahora hay más de 525,000 transmisiones de podcast y cerca de 18.5 millones de episodios individuales en más de 100 idiomas. (Vásquez G. , 2019).

La relevancia de los podcasts en el periodismo es inmensa debido a su gran demanda y su expansión por medio de las redes sociales, las cuales permiten a los periodistas crear sus programas y expandir la comunicación por todo el mundo, gracias al internet. Sin embargo, no todo programa creado para podcast está correctamente estructurado; los estilos narrativos, a veces, son mal empleados.

La demanda entorpece el trabajo de algunas propuestas y esto puede ocasionar confusión al oyente o poco interés a la temática abordada. Brinda la facilidad de ser escuchado donde sea, en algunos casos va a nichos específicos el cual hace que los oyentes se inclinen por temas de interés personal ofreciendo así una infinidad de contenidos para todo tipo de personas logrando así que el público se sienta atraído por la forma en la que los programas presentaban su contenido.

#### **2.4. Producción de Contenidos**

La producción de un podcast como cualquier contenido audiovisual requiere de tiempo y de muchos recursos, incluso una producción más económica, elaborada desde un dispositivo móvil.

Conseguir oyentes para un podcast no es fácil, por eso es importante que se requiera de elementos que sumen positivamente a la hora de la elaboración de un contenido como, por ejemplo: elegir bien el tema, portada, equipo apropiado, musicalización, efectos, buena locución, además el podcast debe tener una buena introducción, el cuerpo del contenido debe explicar y detallar todo el acontecimiento del tema a tratar y dentro de la conclusión se busca dejar un mensaje memorable en el oyente, existen cuatro pasos dentro de la elaboración de un podcast:

- **Preproducción:** documentación, guiones, invitación a expertos, selección música y efectos sonoros.

- **Producción:** grabación del podcast.
- **Postproducción:** la edición del audio (podcasts)
- **Promoción:** la publicación en las diferentes redes sociales

Dentro del equipo de grabación de un podcast debe estar un computador, teléfono, micrófono, auriculares en algunas ocasiones interfaz, mezclador de audio, amplificador de auriculares etc. Existen muchos equipos de podcast, pero eso no significa que se deba trabajar con todos eso dependerá siempre del grado de producción y de los equipos que estén al alcance del bolsillo.

Un aspecto importante dentro de Latinoamérica es utilizar equipo adecuado para la realización de un programa excelente, para lograrlo se necesita de una buena productora y Latinoamérica cuenta con alguna de ellas, México cuenta con la productora Dixo, la primera red productora de podcasts, hasta el momento ha publicado más de 5 mil producciones, incluyendo muchos géneros desde el cine hasta la nutrición, algunos de los podcast actuales podemos encontrar al programa, Fuera de la Caja, el cual cuenta con 4.9 de calificación, una puntuación casi perfecta, este podcast está dedicado a analizar lo que pasa en México y el resto del mundo, su transmisión se realiza por medio de la plataforma de Apple Podcast, cuenta con 232 episodios y se mantiene vigente.

Por otro lado, en Argentina también se presentan otras productoras como lo es Posta, desde Buenos Aires esta productora produce a algunos podcasts en español más escuchados, algunas de ellas son Porro, Humanos y Filósofos, entre otros más.

Otra productora desde Colombia es Podway, la cual crea, diseña y monetiza sus propios contenidos de manera original y novedosa en formato audio, trabajan con el mejor equipo de publicistas, guionistas y comunicadores, Podway en el 2020 obtuvo cuatro Latin Podcast Awards, dejando en claro su profesionalismo al momento de realizar estos trabajos de podcasts, uno de esos premios fue el de “el podcast más popular de Latinoamérica”

Otra productora de Colombia y que aplica uno de los estudios de esta tesis es “La No Ficción” y esta productora se enfoca netamente como su nombre lo dice en realizar podcasts narrativos y de entrevistas con el estilo de no ficción, conformada por reconocidos periodistas que buscan personajes que sorprendan al público y realizan investigaciones fascinantes.

En Ecuador contamos con pocas productoras que aportan a los podcasts en Ecuador y se deben impulsar más con mucho apoyo en el ámbito de producción y equipos de alta gama, la productora Haiku es una de ellas, quienes cuentan con un estudio móvil, dando la facilidad de

poder grabar los podcasts en cualquier lugar ofreciendo algo innovador para el Ecuador, ofreciendo un servicio con musicalización, edición y efectos de sonido, esta productora está ofreciendo sus servicios desde el 2016, en el Ecuador existen pocas productoras que apoyen a estos programas y es un punto a tomar en cuenta en el país.

## **2.5. Públicos**

Para tener un podcast también se necesita de un público que preste atención y esta nueva forma de presentar a la radio tiene la facilidad de tener todo tipo de podcasts y géneros para todos los gustos, según Abigail Orús afirma en la página web “Statista” que:

A cierre de 2020, aproximadamente 533 millones de personas escuchaban podcasts en el mundo. Esta cifra, que supuso un incremento de 125 millones con respecto al año previo, supone el mantenimiento de la tendencia positiva que este formato viene experimentado recientemente. Además, según las previsiones, el número de oyentes continuará en aumento en el próximo quinquenio hasta aproximarse a los 975 millones en 2026 (Orús, 2022).

La cifra de oyentes en medio de la etapa del Covid-19 fueron de 533 millones de personas dejando claro cómo ha revolucionado al mundo digital el podcast, estas cifras son altas y cada vez crece más y más, el podcast es un fenómeno que ya no se va a detener y en los próximos años continuará siendo un nuevo medio de comunicación en crecimiento que perdurará por años, gracias a la infinidad de programas y estilos puede obtenerse un mayor número de oyentes para que se unan a este nuevo medio.

### **2.6.1 Tipos de Públicos**

El público es un conjunto de personas con características en común, es decir preferencia en algo específico. Gracias a la acogida del público se puede entender el motivo por el cual un podcast tenga tantos seguidores y para eso se necesita saber cuál es el público objetivo, esta audiencia es un grupo de personas que los creadores de contenido deben seleccionar como oyentes fieles. Para crear un público se debe saber hacia dónde se quiere llegar, si el mensaje que se quiere transmitir les servirá o no al oyente y para eso se debe tomar en cuenta algunos datos por ejemplo: la edad, el género, ubicación, clase social, hábitos costumbres, necesidades de los futuros oyentes para poder identificarlos y definir el nicho de personas que escucharán el podcast.

Un punto importante también para poder reconocer cual es el tipo de tema que desea escuchar un público por eso se debe realizar un estudio de campo, analizar a la competencia

que llama y que no llama la atención. A continuación, se mostrará algunos tipos de temas que pueden jugar un papel importante a la hora de realizar un podcast.

El podcast de Entretenimiento, el cual se basa en un contenido cómico y divertido, donde se comparten anécdotas del día a día, sirve para distracción de problemas y divertir al oyente, es de los más consumidos por el público.

#### **2.6.1.1 Podcast de Información,**

Estos sirven como su nombre lo indica a otorgar información noticiosa, y su objetivo primordial es aportar información o novedades en el país de origen y noticias de carácter mundial, otro tipo de podcast consumido por la mayoría de los oyentes debido a las noticias de actualidad. El podcast de formación, estos programas son dedicados a temas específicos y se centran a resolver inquietudes de un tema determinado, estos se limitan a un público en específico.

#### **2.6.1.2 Podcast de Entrevistas,**

Se enfoca en realizar entrevistas a cierta persona para dar detalles o más información sobre la persona entrevistada, para hacer este tipo de contenidos se debe tener clara la idea, saber información sobre el entrevistado haciendo investigaciones y tener preparadas las preguntas, en este caso el tipo de públicos va variando, dependiendo sus invitados.

#### **2.6.1.3 Podcast Grupal,**

Es un tipo de programa clásico donde cierto grupo de personas se reúnen y dialogan sobre un tema y lo van desarrollando conforme la plática avanza, este tipo de podcast es consumido por muchos oyentes y es un clásico que se mantiene a lo largo de los años.

#### **2.6.1.4 El podcast Diario,**

Es un estilo que requiere de mucha constancia por ser un estilo que se debe manejar de manera ordenada y planificada, se necesita de un buen ritmo y de mantener a los oyentes entretenidos día a día, este podcast es de los que permite crear mayor comunidad, pero son de los más exigentes.

#### **2.6.1.5 Podcast de Ficción**

Este se lleva muchos oyentes debido a la libertad de historias y creatividad que tienen sus creadores, todo lo que hacen es complementar todas esas características, las voces con la musicalización y efectos de sonido para crear todo tipo de historias que atrapen a sus oyentes.

#### **2.6.1.6 Podcast Periodístico o de Investigación,**

Este tipo de podcast es auténtico y necesario para los oyentes gracias a sus trabajos periodísticos o investigaciones, que en la mayoría de las veces no cuentan con mucho público

y peor aún con un espacio en los medios debido a su larga duración, la cual es necesaria para desarrollar el tema a investigarse y pueda darse todo el contexto para que pueda respetarse la estructura de esta, dándole un inicio, desarrollo y su fin.

## 2.6. Podcasts más escuchados mundialmente

Existen variedad de gustos en podcasts esto dependerá de la personalidad, situación actual o necesidad que tenga el oyente. Los temas dentro de un podcast son variados se puede encontrar algunos como: chistes, humor, historias, cuentos, educación, agricultura psicología, sexología, violencia, corrupción, amor racismo, tecnología, muertes, historias, etc. Por esta razón hay diferentes temas interesantes dentro de los podcasts más escuchados mundialmente.

Dentro de los podcasts escuchados está “Nadie sabe nada”, un programa de humor e improvisación dirigido por los comediantes catalanes Andreu Buenafuente y Berto Romero, estrellas de televisión en España muy populares también en YouTube. Nadie sabe nada empezó su emisión en 2013 y actualmente se encuentra en la octava temporada.

El estilo de los dos personajes es único ya que se expresen como ellos deseen poniéndole humor lo cual llama la atención a sus oyentes.



*Imagen 2 Podcast, Nadie sabe Nada*

*Fuente: Spotify*

*Elaborado por: González & López (2022)*

Por otro lado, está “Entiende tu Mente” un espacio de psicología y bienestar presentado por Molo Cebrián, Luis Muiño y Mónica González que de forma amena explican cómo funciona la mente en los seres humanos. Cuentan con varios programas con temas muy interesantes como: la depresión, ansiedad, estrés, emociones, pánico, entre otros.

Este podcast fue tan famoso que se utilizó para compararlo con otros programas más escuchados de salud en otras plataformas como Spotify e Ivoox.



*Imagen 3 Podcast, Entiende tu mente*

*Fuente: Spotify*

*Elaborado por: González & López (2022)*

“Estirando el chicle”, es otro de los podcasts más escuchados, es un podcast español que empezó en mayo de 2020 siendo uno de los grandes que ha revolucionado el mundo del humor que se emite semanalmente por Pódium Podcast, y posteriormente en Spotify, Apple Podcast e Ivoox, también está disponible en YouTube y está presentado por los humoristas Carolina Iglesias y Victoria Marín.



*Imagen 4 Podcast Estirando Chicle*

*Fuente: Spotify*

*Elaborado por: González & López (2022)*

La “Meditada” es un podcast muy escuchado ya que dentro de sus programas explican las formas de disfrutar de la meditación. Este podcast invita a evadir situaciones y relajarse un momento gracias a ejercicios de meditación. Estos programas salen cada martes y viernes.



*Imagen 5 Podcast La Meditada*

*Fuente: Spotify*

*Elaborado por: González & López (2022)*

La “Vida moderna” es otro podcast que ocupa la lista de los más escuchados siendo un programa emitido por las noches con David Broncano, Ignatius Farray y Quequé como protagonistas. Este programa presenta un humor satírico e irónico, que se emite de lunes a jueves a las 4 de la madrugada. También se transmite en YouTube.



Imagen 6 Podcast La Vida Moderna

Fuente: Spotify

Elaborado por: González & López (2022)

El “El Hilo” es presentado por Silvia Viñas y Eliezer Budasoff, con la dirección editorial de Daniel Alarcon, este programa se transmite de manera semanal el cual puede verse para toda América Latina y los latinos en estados unidos gracias a Radio Ambulante Estudios quienes



Imagen 7 Podcast El Hilo

Fuente: Spotify

Elaborado por: González & López (2022)

coproducen el programa junto a Vice News.

El hecho de que tengan como nombre “El Hilo” se debe a que normalmente todos en las redes sociales en algún momento compartieron un hilo para poder profundizar sobre un tema en cuestión. Entonces debido a este nombre nos hacen saber que dentro del mismo



encontraremos análisis, contexto, historia y más, cada viernes estos presentadores invitan a periodistas, colaboradores de la misma radio, o a periodistas para poder compartir diferentes ideas y contenidos de actualidad.

## **2.7. Los Podcasts en Pandemia**

Poco a poco a lo largo del tiempo la inteligencia y los avances tecnológicos sirvieron de gran ayuda para mejorar las formas de comunicarnos entre las personas de manera global ayudando a eliminar y romper con los estereotipos.

Tener un micrófono es sinónimo de tener poder, y ahora en mi bolsillo y en el tuyo hay un aparato que nos da la posibilidad de construir una emisora propia como las de radio, y un canal propio como los de televisión; y podemos ganarnos a pulso algunas audiencias con el contenido hablado que logremos crear a partir de nuestras habilidades y no sobre la base de un acceso exclusivo a los medios. **Fuente especificada no válida.**

La pandemia ha realizado un cambio en todo el mundo, limitándonos a permanecer en confinamiento cuando se desató el 23 de enero en China y luego provocó que el virus se disperse por todo el mundo y cambiando todo desde ese momento, cerrando todos los lugares y trabajos impidiendo que podamos continuar con los labores del día a día como el ir a trabajar o ir a estudiar, debido a esto muchas personas optaron por diferentes plataformas para informarse, trabajar y educarse, como es el caso de unos estudiantes de urología quienes realizaron una encuesta online a 58 de 30 ítems.

La cual la distribuyeron por medio de la plataforma Twitter para saber y evaluar la perspectiva de sus compañeros y si era útil utilizar videos pregrabados, las redes sociales, seminarios web, Podcasts y otros métodos digitales para saber si los nuevos resultados de aprendizaje virtual ayudaban al entendimiento de los estudiantes promediados entre el 1 y el 100% obteniendo resultados como el 78,4, 78,2, 56,9 y 51,9% consideraron los videos pregrabados, seminarios webs interactivos, podcasts y RRSS, respectivamente, como modalidades de aprendizaje inteligente muy útiles. Los contenidos considerados como muy útiles por la mayor proporción de residentes fueron las actualizaciones de guías clínicas (84,8%) y videos quirúrgicos (81,0%). Además, más de la mitad de los residentes consideraron los seminarios de liderazgo y los de habilidades no técnicas (58,9 y 56,5%, respectivamente) como contenidos útiles para el aprendizaje inteligente. **Fuente especificada no válida.**

Gracias a este estudio podemos comprender que se están implementando de manera correcta las diferentes técnicas y fórmulas para obtener el conocimiento en cada una de las carreras en las que se e especializando cada estudiante y todas las nombradas anteriormente están

verificadas por medio de este estudio y encuesta online, si bien no es lo mismo una clase virtual que una clase presencial podemos entender que el realizar diferentes estudios podemos comprender que poco a pocos nos adaptamos y complementamos más la digitalización en las diferentes carreras de estudios buscando mejorar el entendimiento de las mismas.

## **2.8. Podcasts en Ecuador**

Comenzando a implementarse en el 2009 y 2010 con diferentes podcasts como lo fueron EL TRIPCAST el cual lo realizaba Jorge Cruz con otro compañero de su universidad, el PODCAST.EC creado por Patricio Cevallos entre otros, Patricio Cevallos, creador de los primeros podcasts en el Ecuador afirma que a partir de una experiencia de comunicación, nos concentramos con un par de colegas comunicadores en esas épocas adoptantes tempranos de las tecnologías para plantearnos la posibilidad de empezar a trabajar en algo que ninguno de los tres conocía del todo.

Se llamaba El Podcast.ec en esas épocas estaba creciendo la web social en el Ecuador, no había tantas personas volcadas a las plataformas sociales de interacción y lo que queríamos era conversar sobre esos temas que resultaban novedosos para algunas personas en ese instante. El podcast.ec tuvo excelente acogida. Estuvimos produciendo aproximadamente desde el 2009 hasta el 2010 con regularidad, 2011 fue más esporádico y 2012 se hizo el último programa. (Tamayo, 2016)

Estas palabras confirman que los podcasts tienen mucho tiempo en el país y ya mantuvieron un éxito moderado antes de esta nueva oleada de apogeo que está obteniendo gracias a la pandemia, obviamente en sus inicios estos podcasts no contaban con mucha audiencia debido a la novedad de la plataforma, pero poco a poco se ganaron la atención de los ecuatorianos y expandiéndose de manera leve por otros países, pero dejando los primeros indicios de lo que sería el podcast para años posteriores.

Existen varios podcasts de noticias en Ecuador entre los cuales tenemos:

### **El Universo Podcast**

El Universo es un diario ecuatoriano, publicado en la ciudad de Guayaquil. El objetivo de este medio es presentar los temas que suceden en Ecuador y el mundo en sus diferentes redes sociales sobre todo en podcast, que con sus resúmenes semanales mantienen al día a su audiencia.



Imagen 8 Podcast El universo

Fuente: Spotify

Elaborado por: González & López (2022)

## Radio Visión

Es un medio de comunicación con reconocimiento en Ecuador que busca ofrecer un periodismo abierto al diálogo, su objetivo es brindarle a la audiencia diferentes criterios sobre temas de actualidad



Imagen 9 Podcast Radio Visión Ecuador

Fuente: Spotify

Elaborado por: González & López (2022)

## Podcast de El Comercio



*Imagen 10 Podcast El Comercio*

*Fuente: Spotify*

*Elaborado por: González & López (2022)*

El podcast del Comercio es un podcast ecuatoriano que nuestro un espacio informativo con los temas de coyuntura a nivel nacional e internacional con el fin de que los oyentes se mantengan informados de todos los hechos que se viven a diario.

El podcast de noticias es una presentación informativa y a su vez narrativa, cada episodio cuenta un hecho donde se puede incluir entrevistas. Es de publicación diaria con los acontecimientos más relevantes, y tiene una duración entre 20 a 25 minutos.

## Podcast Hechos Ecuador



*Imagen 11 Podcast Hechos Ecuador*

*Fuente: Spotify*

*Elaborado por: González & López (2022)*

El podcast Hechos Ecuador es un medio de comunicación que nace en Chone, para contarle al país y al mundo entero la verdad de las noticias. Su creador es el periodista Richard Macías García, quien fundó este medio en el año 2000 siendo uno de los canales digitales con mayor audiencia en el territorio ecuatoriano. Actualmente llevo su canal al mundo del podcast donde muestra contenido informativo, orientativo y de opinión de forma resumida.

Los podcasts ya mencionados tratan de temas noticiosos a medida ha pasado el tiempo se crean cada vez más podcast de noticias que en su mayoría son producidos por medios de comunicación que realizan noticieros estos nacionales e internacionales y como existe la evolución digital, en la actualidad ahora se lanzan en el mundo del podcast. Dentro de estos podcasts se abordan temas de política, debate, violencia, femicidio, asesinatos, corrupción y economía.

## **2.9. Plataformas de Podcast**

Las plataformas digitales notaron la evolución que estaba causando el podcast en el momento en que empezó la pandemia y optaron por darles la facilidad a los creadores de contenidos para que utilicen como herramienta sus plataformas y así obtener seguidores y contenido para sus páginas, algunas de estas plataformas son:

### **2.9.1 Spotify**

La plataforma Spotify cuenta con muchos beneficios que puede otorgar a sus usuarios y más aún las herramientas que dan facilidad como por ejemplo pueden ofrecer un servicio de Streaming de calidad sin publicidad, puedes escuchar canciones sin límites en caso de cancelar el servicio premium y así mismo disfrutar de todos los podcasts existentes. Spotify cuenta con unos 100 millones de usuarios alrededor de todo el mundo.

### **2.9.2 Anchor**

La plataforma Anchor te permite elaborar, repartir, grabar y monetizar podcast desde cualquier lugar del mundo a través de un dispositivo de forma totalmente gratis, además les da la oportunidad a los usuarios de publicar, difundir, oír, compartir y descargar podcasts de su interés personal. Su principal objetivo es brindarles a sus oyentes una herramienta fácil de Podcasting que sea rápida y efectiva para todos.

### **2.9.3 iVoox**

Es un servicio de podcast online que se puede usar a través de la web o por medio de una aplicación. iVoox es uno de los sitios más escuchados a nivel mundial y además mantiene una gran variedad de episodios de todo tipo como: deportes, comedia, historia, noticias, entretenimiento que los puedes escuchar y subir totalmente gratis.

### 2.9.4 Apple Podcast

Apple Podcast es un servicio de Podcasting de la empresa Apple, posee una variedad de programas, tienes la opción de descubrir, suscribirte, reproducir, guardar, visualizar y descargar todo tipo de podcasts para así escucharlos en cualquier lado con o sin conexión a internet. Apple Podcast es una herramienta fácil y muy utilizada para los creadores de contenido porque pueden ser escuchados los usuarios que consumen algún producto de la línea de Apple.

### 2.9.5 Google Podcast

Google Podcast es una aplicación de podcasts desarrollada por Google, esta herramienta es muy utilizada porque se puede reproducir los episodios más recientes de tus podcasts favoritos. Dentro de esta aplicación se puede recomendar tu actividad y explorar recomendaciones personalizadas

### 2.9.6 iTunes

Tunes es una aplicación de reproducción de medios contenidos multimedia con el fin de reproducir, elaborar, organizar música o videos en diferentes dispositivos también es una tienda que sirve para navegar y entretenerse.

## MARCO LEGAL

*Tabla 1 Constitución de la república del Ecuador, Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008 - Comunicación e Información.*

<b>Marcos Legales</b>	<b>Artículo</b>	<b>Justificación</b>	<b>Año</b>
Constitución de la República del Ecuador	<b>Art. 16.-</b> Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:  3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. (Ecuador C. d.,	Mediante esta normativa todas las personas pueden y tienen el derecho de crear su propio programa ya sea de manera radial, televisiva o por medio de las redes sociales.	2008

	Constitución de la República del Ecuador, 2008)		
Constitución de la República del Ecuador	<b>Art. 18.-</b> Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. (Ecuador C. d., 2008)	El público tiene derecho a informarse de manera segura y verificada y a su vez difundir esta misma información por medio de cualquier medio de comunicación, incluyendo las redes sociales que dan la libertad de censura.	<b>2008</b>

*Elaborado por: González & López (2022)*

*Tabla 2 Ley Orgánica de Comunicación Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.-2013*

Ley Orgánica de Comunicación	Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo. <b>(Ley Organica de Comunicación, 2013)</b>	La justificación del porque existen tantos programas y tan variados es debido a la infinita rama de posibilidades que ofrecen las plataformas, no todas las personas tienen la oportunidad de aparecer en programas profesionales y debido a esto las redes sociales brindan una plataforma gratuita para darse a conocer y obtenerlas.	<b>2013</b>
------------------------------	---	---	-------------

<b>Ley Orgánica de Comunicación</b>	<p><b>Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación.</b> - Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social.</p> <p>Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.</p> <p>Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior.</p> <p>En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)</p>	<p>El periodismo es una responsabilidad y debemos tratarlo como tal manejando siempre con responsabilidad para mantener la credibilidad de lo que presentamos como medio, debemos acoplarnos a cada público que nos vamos a dirigir para transmitir un mensaje claro y veraz.</p>	<b>2013</b>
-------------------------------------	--	---	-------------



## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **Guía referencial del capítulo 3**

##### **3.1 Enfoque de la investigación: (cuantitativo, cualitativo o mixto)**

El enfoque de este proyecto de investigación es mixto porque se considera que, por medio de encuestas, entrevistas y un análisis profundo de contenido de los podcasts en estudio, se va a recopilar información a través de datos cualitativos y cuantitativos, estos indicarán que podcast es considerado el mejor, dicha respuesta la presentarán los estudiantes universitarios de la FACSO, además se definirá con un análisis personal que estilo utiliza cada podcast con los estilos presentados y analizados en esta investigación.

##### **3.2 Alcance de la investigación: (Exploratorio, descriptivo o correlacional)**

El alcance de la presente investigación se enmarca a lo descriptivo porque se basa en explicar o representar detalladamente las características de los casos en estudio y por medio de las encuestas, entrevistas y análisis se aplica dicho concepto, además es correlacional porque se maneja un mismo tema, pero con dos enfoques distintos y exploratorio porque tiene interés de examinar su problemática no muy bien analizada.

##### **3.3 Técnica e instrumentos para obtener los datos:**

Entre las técnicas que se aplicarán en este estudio tenemos a la entrevista, dentro de la misma se realizará un cuestionario para que expertos relacionados al tema puedan aportar información que ayude a nuestra investigación.

La encuesta, dentro de la misma se realizará un cuestionario de nueve preguntas, las cuales jóvenes estudiantes de periodismo podrán contestar y de esa forma se hará un análisis comparativo de ambos medios.

Análisis de contenido en podcast, dentro del mismo se realizará un análisis profundo por medio de la observación, de esa forma se identificarán sus características.

##### **3.4 Población y muestra**

El presente proyecto busca analizar y comparar estilos narrativos dentro de los dos casos de estudio. Por medio de una encuesta que será aplicada a los jóvenes que estudian comunicación en la universidad de Guayaquil en la Facultad de comunicación (FACSO) se busca encontrar un resultado que indique que podcast llama más la atención. El número de la población es de 18 personas la muestra a encuestar es de 14 por lo tanto, no se puede generar

fórmula de muestra, es una muestra no probabilista e intencional porque es menor a 100 es decir se la considerada finita.

### 3.5 Presentación y análisis de resultados

#### 3.5.1 Análisis de encuesta

**Pregunta 1:** ¿Usted escucha podcast actualmente?

Tabla 3 Pregunta 1

Descripción	Votos	Porcentajes
Si	3	21,4%
No	5	35,7%
A veces	6	42,9%
Total	14	100%

Elaborado por: González & López (2022)

14 respuestas

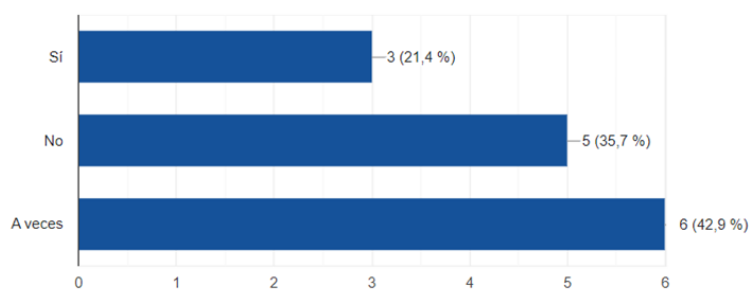


Imagen 12 Usted Escucha Podcast actualmente

Fuente: Encuesta

Elaborado por: González & López (2022)

La encuesta revela que un 21,4% de los encuestados escuchan podcasts, el 35,7 no escuchan podcast y un 42,9% a veces escucha, lo que significa que no todas las personas escuchan podcasts con frecuencia.

**Pregunta 2:** ¿Qué podcast usted cree que está dirigido de mejor forma su enfoque al tema en discusión?

Tabla 4 Pregunta 2

Descripción	Votos	Porcentajes
El Universo Podcasts	4	30,8%
Radio Visión	9	69,2%
Total	13	100%

Elaborado por: González & López (2022)

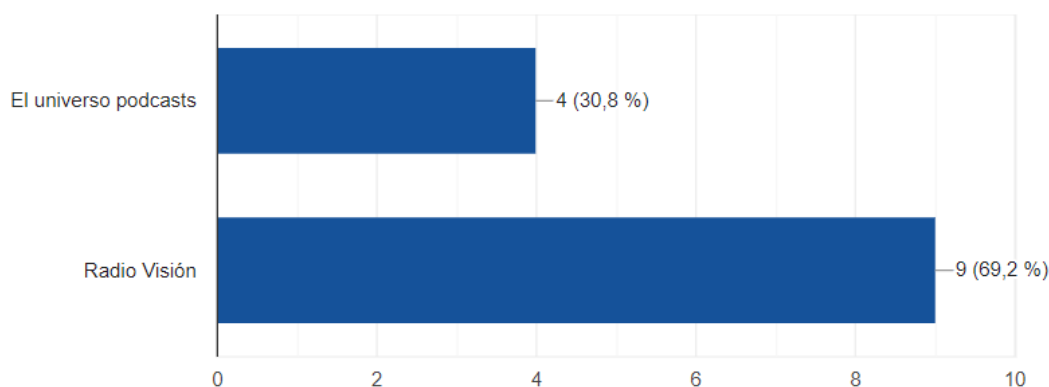


Imagen 13 Podcast, mejor forma de enfoque al caso de estudio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: González & López (2022)

La imagen 13 muestra que Radio Visión tiene una mejor forma de enfocar el caso de estudio con un total del 69,2% a diferencia del Universo Podcasts con un 30,8%.

**Pregunta 3:** ¿Cuál podcast usted cree que tiene mejor elaboración y producción?

Tabla 5 Pregunta 3

Descripción	Votos	Porcentajes
El Universo Podcasts	6	42,9%
Radio Visión	8	57,1%
Total	14	100%

Elaborado por: González & López (2022)

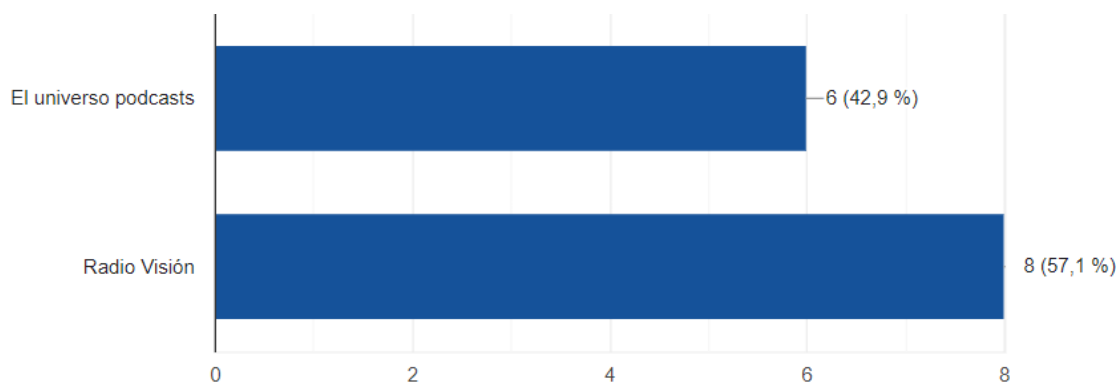


Imagen 14 Elaboración y producción de podcast

Fuente: Encuesta

Elaborado por: González & López (2022)

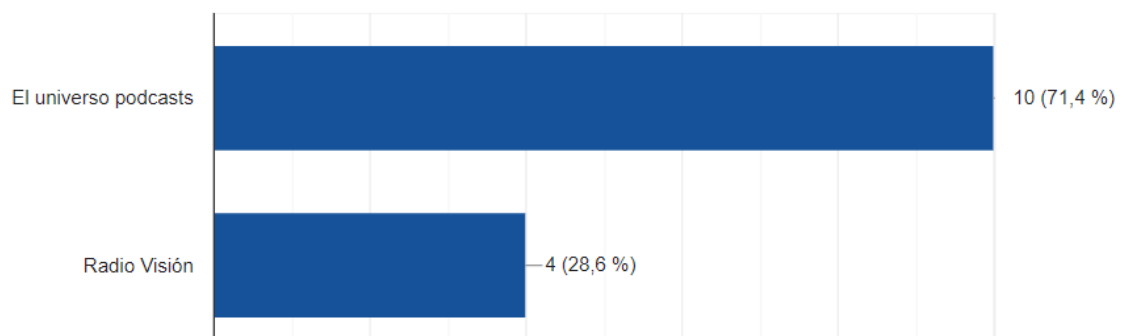
Según las respuestas de los encuestados mejor elaboración y producción tiene Radio Visión con un 57,1 % a diferencia de El Universo Podcasts con un 42,9%. Estos resultados confirman que desde su punto de vista en producción de creación de contenido gana Radio Visión.

**Pregunta 4:** ¿Cuál de los dos podcasts usted cree que tiene un mejor enganche comunicativo?

*Tabla 6 Pregunta 4*

<b>Descripción</b>	<b>Votos</b>	<b>Porcentajes</b>
El Universo Podcasts	10	71,4%
Radio Visión	4	28,6%
Total	14	100%

*Elaborado por: González & López (2022)*



*Imagen 15 Enganche comunicativo*

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: González & López (2022)*

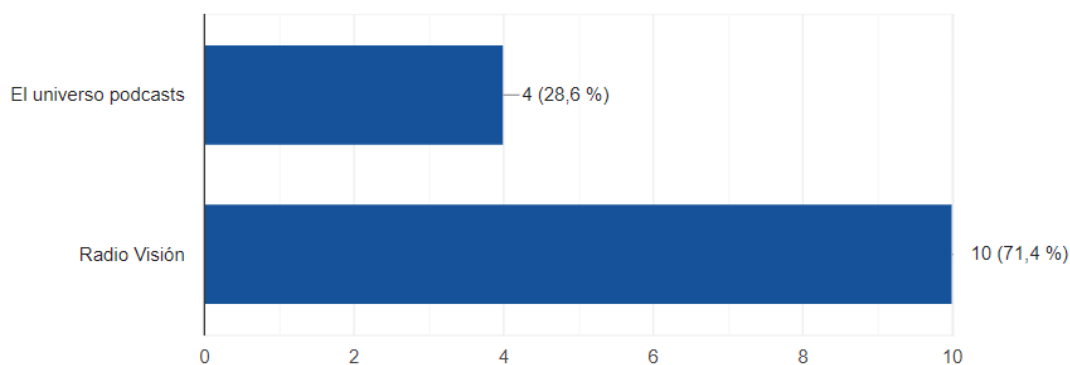
Con un 71,4 % se demuestra que el mejor enganche comunicativo le pertenece al El Universo Podcast dejando en segundo lugar a Radio Visión con un 28,6%.

**Pregunta 5:** ¿Cuál de los dos podcasts usted cree que tiene mejor locución?

*Tabla 7 Pregunta 5*

<b>Descripción</b>	<b>Votos</b>	<b>Porcentajes</b>
El Universo Podcasts	4	28,6%
Radio Visión	10	71,4%
Total	14	100%

*Elaborado por: González & López (2022)*



*Imagen 16 Locución*  
**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** González & López (2022)

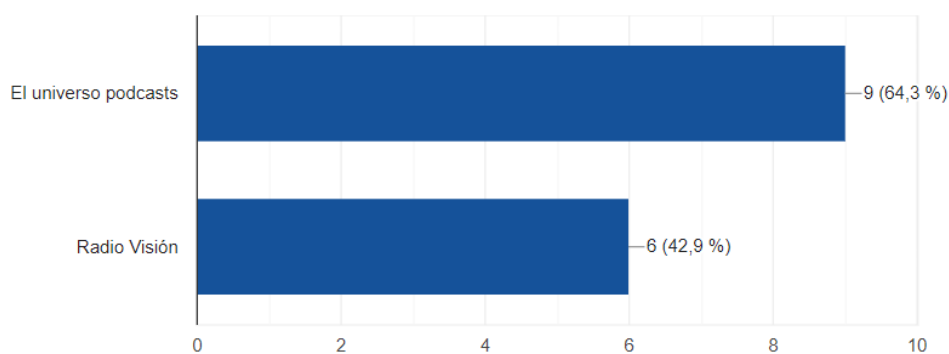
Con una diferencia considerable podemos notar que El Universo Podcasts obtuvo solamente un 28,6% de los votos en cuestión de locución, por su parte Radio Visión obtuvo la mayoría de los votos logrando un 71,4%, siendo este último el preferido por los jóvenes.

**Pregunta 6:** ¿Qué podcast considera que ofrece al oyente un enfoque más dinámico de la entrevista?

*Tabla 8 Pregunta 6*

Descripción	Votos	Porcentajes
El Universo Podcasts	9	64,3%
Radio Visión	6	42,9%
Total	14	100%

*Elaborado por:* González & López (2022)



*Imagen 17 Enfoque dinámico*  
**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** González & López (2022)

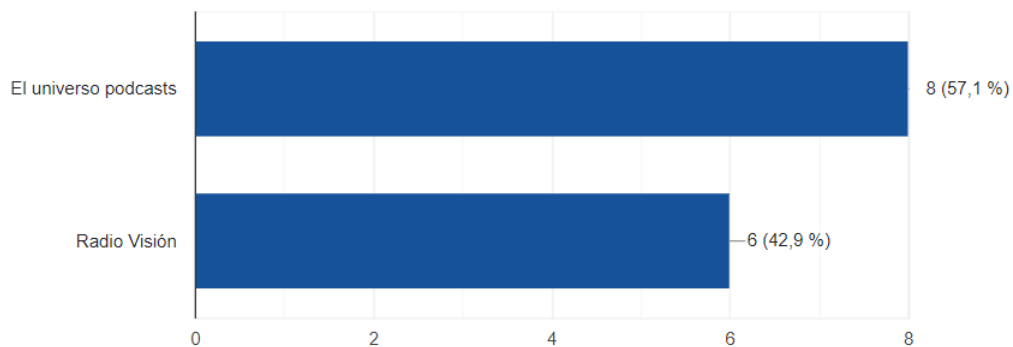
En esta pregunta se puede ver que los universitarios optaron por Radio Visión con el 42,9% de los votos por otro lado, El Universo Podcasts obtuvo el 64,3% siendo el más escogido por los encuestados debido al dinamismo ofrecido.

**Pregunta 7:** ¿Qué medio considera usted que utiliza recursos dinámicos en el manejo de la información?

*Tabla 9 Pregunta 7*

Descripción	Votos	Porcentajes
El Universo Podcasts	8	57,1%
Radio Visión	6	42,9%
Total	14	100%

*Elaborado por: González & López (2022)*



*Imagen 18 Recursos Dinámicos*

**Fuente:** Encuesta

*Elaborado por: González & López (2022)*

Se puede decir que en cuestión de recursos dinámicos Radio Visión solo logró 42,9% mientras que El Universo podcasts un 57,1% dando así una votación muy ajustada entre los universitarios.

**Pregunta 8:** ¿Cuáles del podcast considera usted que realiza preguntas relevantes al caso de estudio?

*Tabla 10 Pregunta 8*

Descripción	Votos	Porcentajes
El Universo Podcasts	4	28,6%
Radio Visión	10	71,4%
Total	14	100%

*Elaborado por: González & López (2022)*

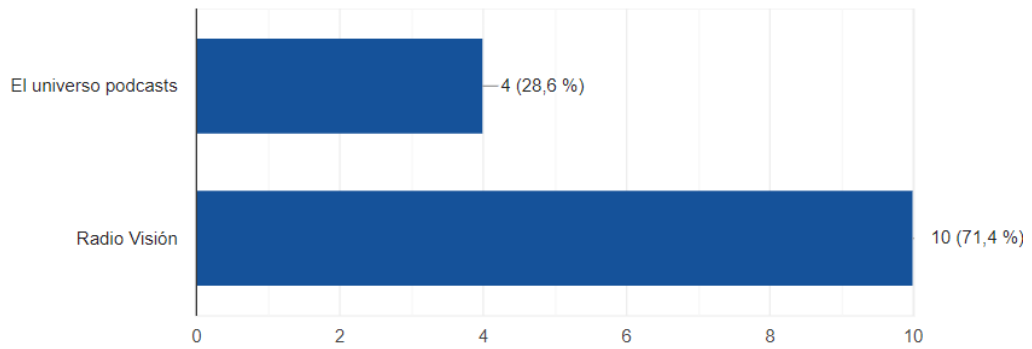


Imagen 19 Preguntas Relevantes

Fuente: Encuesta

Elaborado por: González & López (2022)

En cuestión del manejo de preguntas relevantes podemos observar que El Universo Podcasts ha obtenido el 28,6% de los votos y Radio Visión se ha lleva el 71,4 logrando una diferencia grande frente a El Universo podcast.

**Pregunta 9:** ¿Cuál de los dos podcasts cree usted que puede ser más competitivo en el mundo digital?

Tabla 11 Pregunta 9

Descripción	Votos	Porcentajes
El Universo Podcasts	10	71,4%
Radio Visión	4	28,6%
Total	14	100%

Elaborado por: González & López (2022)

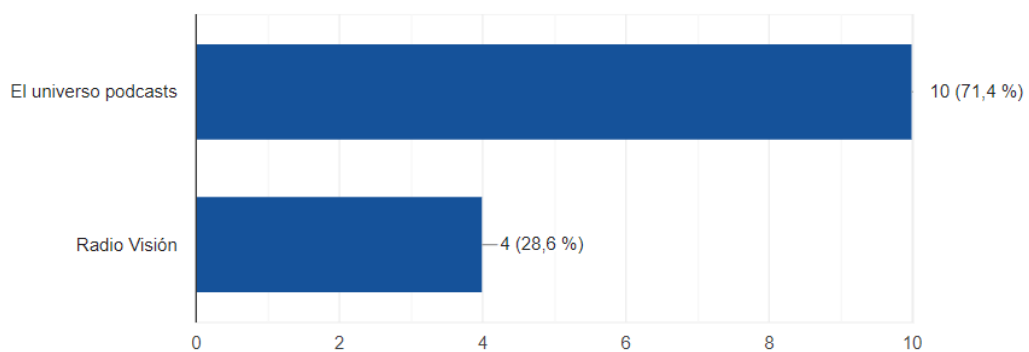


Imagen 20 Competencia Digital

Fuente: Encuesta

Elaborado por: González & López (2022)

Los universitarios consideran que, en cuestión de proyección digital frente a otros medios de comunicación, Radio Visión con un 28,6% no tendría oportunidad de disputarse contra otros

medios por otra parte, tenemos a El Universo Podcasts el cual obtuvo el 71,4% siendo el mejor opcionado de parte de los universitarios.

### **3.5.2 Análisis de las respuestas de los estudiantes en la encuesta**

El Universo Podcasts tiene el Mejor enganche comunicativo, enfoque dinámico de la entrevista, mejores recursos dinámicos en manejo de información, competitividad en el mundo digital.

Radio Visión en cambio tiene mejor enfoque, elaboración, producción, locución de podcast, mejores preguntas relevantes en las entrevistas.

Según lo analizado por medio de los estudiantes el podcast que más llama la atención es El Universo Podcasts porque reúne más elementos que forman parte de su conocimiento en el periodismo, por ese motivo es el que tiene mayor interés, sin embargo, cabe recalcar que Radio Visión también acumuló factores importantes por lo que no hubo mucha diferencia en su resultado. La decisión fue reñida, solo una pregunta dio el veredicto.

### **3.5.3 Entrevista a la Periodista Gladys Ríos**

#### **3.5.3.1 Periodista Gladys Ríos (panameña)**



*Imagen 21 Foto de Gladys Ríos*

*Fuente: Pagina Web Latinol*

*Elaborado por: González & López (2022)*

Creadora de contenido, promotora artística, locutora comercial trabajó en Antena 8 y Radio Disney Panamá, escritora egresada del Programa de Formación de Escritores de Panamá y actriz de doblaje y podcaster. Fue dominada dos veces al Premio Lavat (México) como: "Mejor locutora de radio" en 2021 y "Mejor producción de podcast femenino" con el podcast Cuentos de Madre en 2020.



La locutora de radio en Antena 8, manifiesta que ve como algo acertado la evolución y adaptación de los medios impresos al podcast debido a la pandemia, dando así un paso hacia a la tecnología, dejando claro que es un compromiso de parte de los periodistas siempre estar informados y a la vanguardia de las aplicaciones actuales. Ella afirma que, una forma creativa de informar es dando la información lo más detallada y resumida posible, debido a que no siempre se tiene el tiempo para escuchar todo el contexto de alguna noticia o acontecimiento por el trabajo o alguna ocupación. Además, comenta que el tiempo es indiferente dependiendo del buen contenido que se dé en el programa, el reto es saber mantener a la audiencia interesada de lo que se está hablando.

Para Gladys la base de este y todos los podcasts es mantener el compromiso con los oyentes con seriedad, responsabilidad y un buen tratamiento de la información. Dentro de los estilos narrativos analizados en este proyecto de investigación (entrevista, no ficción y crónica) para la Locutora de Radio Antena 8 todos son importantes, relevantes en el mundo periodístico y además menciona que en ambos casos de estudio manejan los tres estilos, por un lado el Universo Podcasts va directo a la entrevista y en cambio Radio Visión realiza un preámbulo de la situación.

*Tabla 12 Entrevista a la periodista Gladys Ríos*

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
<b>1. ¿Cómo usted evalúa los diferentes estilos narrativos existentes en el contexto nacional para la creación de podcast? (entrevista, no ficción y crónica)</b>	La entrevista, la no ficción y la crónica son estilos que se pueden explotar dentro del periodismo y me parece muy acertado, sabemos con la pandemia lo que sufrieron los periódicos con las ediciones impresas. Me parece excelente que se hayan volcado a plataformas entre ese podcast, la maravilla del podcast es que no hay límite de tiempo. La desventaja de la televisión, los medios impresos y la radio es que son efímeros, si no escuchas en el momento te lo perdiste en cambio en el podcast no pasa eso. Los géneros como tal son relevantes, muy importantes. La humanidad tiene que estar informada y el compromiso está con los

---

periodistas, los comunicadores sociales en general, alguien tiene que decir las cosas.

**2. ¿Qué importancia tiene la creatividad para la generación de un podcast?**

Bueno va a depender del público a quien quieras llegar, quien produce el podcast puede que le interese el quedarse que hace con un público adulto, con una audiencia adulta que está muy familiarizado con un formato muy serio protocolar, pero si quieren de pronto quieren llegar a un público más joven que también se interese por el acontecer nacional e internacional ahí ya tocaría ponerse más creativos para llamar la atención de esa audiencia. Acá en Panamá sale en el segmento de noticias llamado Tas clarito y también tienen podcast, ellos resumen las noticias lo ponen de una manera muy coloquial que a uno le llama a atención; mastican las noticias para si no tienes tiempo ya sea para sentarte a entender, porque cuando tú vas a leer una noticia tienes que tratar de buscar qué hay detrás pero ellos lo explican todo muy bien y me parece una manera muy creativa de hacerlo.

**3. ¿Qué estilo narrativo considera usted utiliza realiza cada podcast? (entrevista, no ficción y crónica)**

Los tres estilos entran en ambos casos, el universo va directo a la entrevista y en cambio radio visión realiza un preámbulo de la situación.

En la parte técnica evaluando cómo se escuchaba, la entrevista del Universo Podcasts tiene más calidad está musicalizada, se escucha bien las intervenciones, en cambio el otro podcast me costaba entender al periodista, me costaba un poquito pero no fue impedimento, igual para entender la información el invitado contribuyó bien, supo entender bien y me supo ubicar. En cuanto al tiempo me parece no me aburrí, no se sintió como termínate rápido no sentí necesidad de adelantar, me parece que se manejan dentro de un tiempo prudente.

---

**4. ¿Cómo percibe usted que se están abordando los temas de violencia e inseguridad en los podcasts de los medios El Universo y Radio Visión?**

Me gustaría dar esta respuesta de manera más genérica tal vez de todos los medios de comunicación, porque con un podcast no puedo evaluar bien los medios que me citaron pero lo que escuché en ese episodio de cada uno es que está evidentemente el compromiso de cada uno de informar, me parece que lo hacen como lo exige el género con seriedad, sin especulaciones. Me parece que ambos cuentan con seriedad, responsabilidad y con un buen tratamiento de la información.

---

*Elaborado por: González & López (2022)*

**3.5.3.2 Entrevista a la Periodista Mercy Narea Arellano**

Periodista Mercy Narea Arellano Coordinadora del club de escucha de podcast Los Oyentes



*Imagen 22 Mercy Narea*

*Fuente: LinkedIn*

*Elaborado por: González & López (2022)*

Periodista, autora del libro Eloy Narea, el artista. Coordinadora del club de escucha de podcast Los Oyentes. Labora como coordinadora de Cancillería de la Universidad Casa Grande.

Para la periodista Mercy los tres estilos tanto la no ficción, crónica y entrevista son importantes a tomar en cuenta, pero que deben utilizarse de manera adecuada dependiendo del lugar donde son adaptados, ya que no es lo mismo una crónica escrita que una crónica radial, y algunos podcasts no entienden esto.

Cada estilo responde a un interés pero a criterio personal considera que lo más importante y quién le da sentido a él podcast es el entrevistado porque es quién va a dar la información y dependiendo de ella se deben manejar los entrevistadores, en el caso de la no ficción se trata

de contar una historia partiendo del suceso y ese suceso parte de un personaje. Afirma que la creatividad es un factor importante y básico para el podcast y para la comunicación en general, y da valor a los beneficios del podcast en Spotify los cuales son escuchar los programas el día y hora que la persona prefiera sin tener problemas.

En el tema de podcast es muy importante la creatividad porque las personas buscan un contenido en específico y si te creas tú propio estilo pues así mismo crearás tu propia audiencia y así como las personas te buscan pues así mismo dejarán de hacerlo, y El Universo Podcasts lo ha logrado dándole un rostro a su producción y provocando un sentimiento a los oyentes quienes no sólo están escuchando un relato, también lo están viviendo en su mente y sintiéndose parte de la historia, también considera que ambos manejan el estilo de entrevistas pero cada uno lo hace realizando un enfoque diferente sobre un mismo tema, agregando que el universo también aplica el estilo de la crónica por cómo cuenta el relato de la víctima en cuestión

*Tabla 13 Entrevista a la periodista Mercy Narea*

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
<p><b>1. ¿Cómo usted evalúa los diferentes estilos narrativos existentes en el contexto nacional para la creación de podcast? (entrevista, no ficción y crónica)</b></p>	<p>En general cada estilo responde a un interés particular, no sólo un interés del medio, sino también un interés noticioso y un interés de la audiencia, son tres elementos importantes que se toman en cuenta cuando se crea un producto periodístico mucho más si viene de un medio que tiene experiencia y conoce a su audiencia.</p> <p>La entrevista responde a lo noticioso porque es generalmente informativa, lo no ficción siento que es más bien contar una historia en función que te centras en un personaje y de ahí según los sucesos se van añadiendo más personajes por otro lado la crónica cuentas un hecho de todos los estilos es el se usa más elementos sonoros ( no en efectos sonidos literal ) se tiene que darle más importancia a esa parte porque si la crónica fuera escrita debes ser descriptiva en cambio como es</p>

---

radial tienes que hacer que se sienta esa diferencia de reportaje. Cada estilo responde un interés, me parece que a criterio mío con una evaluación personal estilos son válidos independiente de cómo sea la entrevista lo jugoso sería el entrevistado, el personaje que se sienta frente al micrófono a compartir su historia, anécdota o conocimiento cierto tema. Puede que el entrevistado haya estado presente en el hecho, puede que sea experta en cierto tema o puede ser alguien que tenga la solución a algún problema ya siento que ahí lo que hace que el podcast sea mejor es el entrevistado, es el protagonista de todo. En lo no ficción sería contar un hecho a partir de una historia ahí es la construcción de algo es el personaje y de ese personaje va haciendo también un contexto lo vas poniendo en medio hechos y por último la crónica tienes un producto que por la forma en cómo se elabora permite ciertas licencias y al oído es más rico de escuchar.

**2. ¿Qué importancia tiene la creatividad para la generación de un podcast?**

La creatividad es muy importante y básica no solo para el podcast sino para todo producto de comunicación, es mostrar algo y que ese algo debe ser consumido, la gente que no conoce de podcast cuando se le quiere decir ¿qué es un podcast ? la respuesta que escucho es que es como la radio o parecido a la radio pero en internet y ahí vienen las diferencias no tienes que estar a una hora específica para escuchar, puedes escuchar cuando tú quieras o donde tú quieras, puedes descargar el capítulo hoy y mañana escucharlo en la playa a diferencia en

---

radio que vas viendo que escuchar ya sea la música, lo que te gusta de algo que está en vivo y muchas veces hay silencios y eso es un muy mal visto porque cuando pasa te vas de largo y no quieres seguir escuchando. En el podcast tus buscas el programa, es muy importante el tema de buscar y de la creatividad porque así como la persona te busca puede dejar de escucharte. La creatividad es simplemente la forma, tú puedes hacer algo muy parecido pero tiene que tener un enfoque diferente, es saber como mostrar las cosas y marcar la diferencia

En Radio Visión veo que no se utiliza la creatividad de manera correcta, no solo en su información sino en su formato igual no hubo un contexto del tema, y su locutor no se le entendía, quizás por falta de dicción o quizás eran sus equipos. La musicalización no hubo, se pudo usar para captar la atención. La creatividad del universo está en como decido hablar sobre este hecho mediante entrevistas a sus familiares y de alguien que falleció, haciendo que el sonido no sea pulcro si no algo artesanal, radica también su creatividad en dejar el sonido como está sin ir a cabina de audio o con un micrófono profesional sino hacerlo más cercano a la persona y sobre todo la ciudadanía que es lo que se desea conseguir.

---

---

**3. ¿Qué estilo narrativo utiliza cada medio con los ya mencionados (entrevista, no ficción y crónica)**

Yo considero que los 2 podcasts manejan el estilo de entrevistas pero de cierta forma realizan enfoques diferentes en el momento de desarrollar la noticia, por su lado Radio Visión es más directo en cuestión de los temas y por su lado El Universo le da un rostro a la noticia y apela al sentimiento de las personas, por esa razón considero que El Universo Podcasts se inclina también a la crónica por la forma en cómo cuentan la historia de una persona y le dan más humanidad a la noticia.

**4. ¿Cómo percibe usted que se están abordando los temas de violencia e inseguridad en los podcasts de los medios El Universo y dio Visión?**

En Radio Visión siento que están abordados con una mirada analítica, muy general. Dentro de este episodio hay una crisis sin resolver donde el estado está haciendo las cosas mal, pero siento que caso de estudio le falta algo más, si terminas de escuchar la entrevista los 20 minutos no se termina de entender te quedas con que hay un problema, te quedas con que hay una crisis, te quedas con personas decapitadas pero eso ya lo sabías porque es el hecho pero ¿Cuál es el plus ? Sí me parece importante hablar datos duros hablar de lo grave que es esa crisis, pero hay que ir más allá en estos programas de análisis, a veces saben de hacer un panel y tener a varias personas para ver diferentes perspectivas y ahí se va defendiendo. La visión de Radio Visión fue muy informativa pero falta algo el que quede una reflexión que cambia en ti un accionar, ese periodismo impacta más.

En cambio en el Universo Podcast siento que pensaron más en el tema, ellos si pensaron en tocar las fibras más sensibles de los oyentes, es

---

decir vamos a hablar de la crisis de las cárceles pero desde un punto de vista muy pocas veces calificadas vamos a hablar sobre familiares, de las personas que fallecieron y si escuchas esto y dices chuta el pudo haberse salvado. No solamente es que abarcan los dos podcast un mismo tema desde puntos diferentes si no que cómo lo abordan desde dos puntos el impacto que llevan es diferente, si terminamos de escuchar el podcast del universo si te mueve algo y desea escuchar el siguiente capítulo, quedaría un enganche y se quisiera seguir escuchando más historias y como se quiere tocar las fibras de los oyentes se coloca una musicalización que es importante, porque en ambos de habla de muerte pero en este podcast la muerte tiene rostro es decir se habla de alguien que estamos conociendo y hay una cercanía. Por esa razón este podcast se maneja así, por eso se escucha más la voz de la periodista, y por eso las entrevistas son presentadas del lado humano, estoy segura que desde el inicio ellos pensaron manejar el podcast así y porque también el formato lo permite es algo que no se ve en medios tradicionales. El resultado que obtuvieron es diferente porque el objetivo fue diferente, el tema es el mismo pero el enfoque diferente a raíz de eso todas las decisiones que tomaron fueron diferentes tanto en el formato, música la persona entrevistada, la duración, todo. Un podcast quiere informar y el otro quiere dar a conocer una historia y mover sentimientos.



## **Análisis personal de las entrevistas**

**Gladys Ríos:** Entran los tres estilos en ambos casos

**Mercy Narea:** Entra el estilo de crónica y entrevista en Universo Podcasts, y solo entrevista en Radio Visión.

Dentro del presente trabajo de investigación se han enfocado tres estilos importantes: narrativa de no ficción, entrevista y crónica, según la respuesta de Gladys Ríos dentro de ambos casos de estudio entran los tres estilos estudiados en este proyecto investigativo a diferencia de Mercy Narea que cree dos estilos entran Universo Podcasts y solo uno en Radio Visión, como lo es la entrevista. Para poder comparar ambos casos, se ha enfocado solamente en la entrevista por el hecho de que las entrevistadas dentro de los tres estilos coinciden en un mismo estilo como lo es la entrevista.

Para Gladys Ríos Radio Visión se enfoca netamente en lo informativo mostrando un preámbulo de la situación, además no utiliza musicalización a diferencia del Universo Podcasts que va directo a la entrevista, tiene calidad, musicalización y apela a los sentimientos con un llamado a la acción.

Para Mercy Narea Radio Visión es más directo en cuestión de los temas, no muestra un contexto antes de las preguntas y su locutor carece de dicción en el momento de realizar la entrevista siendo un punto negativo en el podcast, dando prioridad a la relevancia del entrevistador en vez de darle prioridad a que la información sea concisa para los oyentes a diferencia del Universo Podcasts que se maneja distinto ellos cuenta una historia donde tocar las fibras más sensibles de los oyentes es su objetivo, poseen una musicalización que es muy importante que complementa su narrativa.

Según lo dicho en las entrevistas para ambas periodistas, el podcast más llamativo es el Universo Podcasts por todo su contenido, elaboración y producción periodística a la hora de crear ese podcast. Ellas destacan el empeño de su producción, y de la locutora por el manejo de la entrevista, además gracias a eso han logrado cautivar a la audiencia pese a ser un tema delicado el enfoque fue distinto cumpliendo el objetivo de un podcast llamar la atención.

### **3.5.4 Análisis y resultados del contenido de podcasts**

#### **3.5.5.1 El Universo Podcast**

**Análisis del medio en general:**

**Logo del medio:** azul con blanco (EU)

**Título:** El universo podcasts /eluniversocom /

**Presentación:** Los temas que suceden en Ecuador y el mundo ahora se conversan mediante podcasts

**Calificación de estrellas:** 4,2 \*

**Descripción del medio:** Todos los podcasts de este medio se presentan con una portada titulada El universo podcasts, que es el mismo logo del medio; sumado a la fecha del día de la publicación. Tienen un espacio o segmento titulado víctimas de masacres, donde presentan un logo diferente del medio, usan un fondo blanco, letras negras y en el centro una mancha roja que representa la sangre como lo muestra su titular.

**Caso de estudio:** Víctimas de masacres: ‘Trébol’ fue asesinado tras 103 días de haber cumplido su sentencia de ocho meses

**Publicación:** 27 de noviembre del 2021 (13 minutos de duración)



*Imagen 23 Podcast El Universo*

*Fuente: Spotify*

*Elaborado por: González & López (2022)*

**Descripción del episodio:** Si se realiza un escrito del tema del podcast a publicar

**Episodio del caso en estudio de “El universo” Podcasts:**

Una foto de su esposo en un estudio de grabación musical, un lazo negro, dos corazones rojos y un trébol verde junto a la frase ‘eternamente enamorados’. Vanessa Ávila Tello, de 28 años, tiene esta imagen como perfil de WhatsApp.

“Su nombre artístico era Trébol, aquí está con unos audífonos”, dice mientras mira la foto de Leonardo González Guerrero, un cantante de hip-hop, su compañero desde que ella tenía 15 años, a quien conoció cuando él daba un concierto en su colegio Manuel Córdova, de Bastión Popular, y con quien planeaba tener la niña que les faltaba, cuando saliera libre de la Penitenciaría del Litoral de Guayaquil, previsto para el 17 de junio.

### 3.5.5.2 Radio Visión

#### **Análisis del medio en general:**

**Logo del medio:** Azul y naranja con figura de un micrófono sumado a los números de emisora de la radio

**Título:** Radio Visión Ecuador

**Presentación:** (Tiene una introducción muy extensa)

Medio de comunicación con 48 años de trayectoria y reconocimiento en el Ecuador. Buscamos ofrecer un periodismo abierto al diálogo nacional y de la región, a nuevos actores y espacios, a cuestionamientos e investigación, a nuestros oyentes...

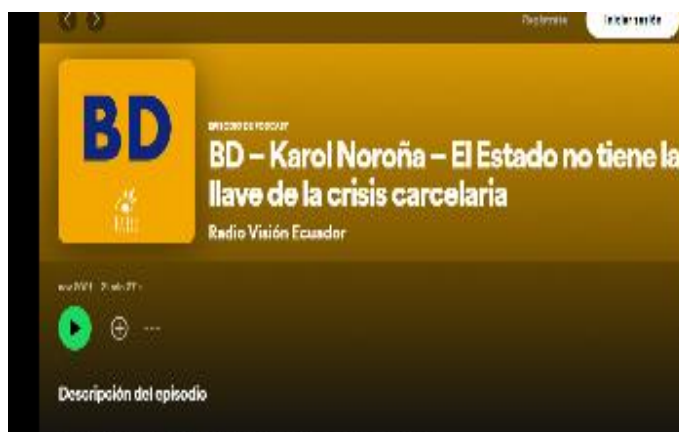
**Calificación de estrellas:** 5\*

**Descripción del medio:** Todos los podcasts de este medio se presentan con dos portadas uno en azul y el otro en naranja con letras del mismo color, varían según el color de su fondo.

**Caso de estudio:** BD- Karol Noroña- El Estado no tiene la llave de la crisis carcelaria

**Publicación:** 9 de noviembre del 2021 (21:27 minutos de duración)

**Descripción del episodio:** Si realizan un escrito del tema del podcast a publicar



*Imagen 24 Podcast Radio Visión*

*Fuente: Spotify*

*Elaborado por: González & López (2022)*

#### **Episodio del Radio Visión:**

Sigue la lucha del Gobierno contra las bandas delincuenciales que operan en las cárceles, pero no hay resultados concretos.

Invitado/a: Karol Noroña, periodista de investigación del Medio GKs.

#### **Parámetros para analizar:**

- Lenguaje
- Producción

- Estructura
- Duración
- Voz en off
- Entrevistas

*Tabla 14 Análisis comparativo de El Universo podcast y Radio Visión*

El Universo	Radio Visión
<p><b>Lenguaje:</b> La periodista utiliza un lenguaje coloquial no tan técnico. Tiene a una conversación muy empática con la entrevistada</p>	<p><b>Lenguaje:</b> Los presentadores y la periodista utilizan un lenguaje técnico. El tema para tratar se presta para utilizar un tono fuerte debido a la crisis.</p>
<p><b>Producción:</b> Hacen uso de la musicalización desde el primer momento, esto ayuda a que el oyente sienta más la historia, utilizan audios realizados a la esposa de la víctima para entender el contexto y apelar al sentimiento.</p>	<p><b>Producción:</b> Este podcast utiliza en todas sus ediciones una misma intro y luego empiezan con una pequeña introducción nombrando a sus invitados y al presentador, no utilizan musicalización para el podcast, pero si la colilla de cierre.</p>
<p><b>Duración:</b> Su duración fue la adecuada, directamente se da la entrevista y se entiende toda su historia, dando un cierre adecuado con la entrevistadora.</p>	<p><b>Duración:</b> Es medianamente normal, aunque sea de 21 minutos el contenido da mucho de qué hablar, pero se pudo reducir la duración para evitar la pérdida del interés.</p>

---

**Locución:**

**En este podcast no contamos con casi nada de locución, solo pequeños datos al inicio y al final de este, con una voz femenina y suave, transmitiendo serenidad y tristeza.**

**Locución:**

El podcast se desarrolla correctamente, pero el presentador carece de pronunciación en sus palabras ya que no son del todo comprensibles para todos debido a su procedencia.

**Entrevistas**

**La entrevista fue a una fuente directa que cuenta con mucho conocimiento aportando con datos, sentimientos, personalidad e historia de la víctima.**

**Entrevistas**

La periodista entrevistada se nota indignada y molesta con la situación, aporta con información clave y con muchos datos.

---

*Elaborado por: González & López (2022)*

**Análisis personal:**

Dentro del análisis de contenido se llega a la conclusión que el podcast que más nos llama la atención es El Universo Podcast por todo el alto manejo de producción, con sus elementos técnicos necesarios que hacen que ese episodio sea atractivo para el oído. Este podcast causa sensibilidad, te traslada al hecho, humaniza a la audiencia que lo escucha.

## CONCLUSIONES

En Ecuador, la cultura del podcast va ganando terreno paulatinamente. Dejar la radio tradicional y los programas habituales forma parte del cambio y del querer estar a la Vanguardia de las nuevas propuestas radiofónicas que revolucionan nichos y audiencias. No obstante, algunos medios de comunicación se encuentran en desventaja en relación a las tendencias mundiales. Sus temáticas son noticiosas y su apego a los jóvenes, por ejemplo, no está completamente desarrollado. Existe un grupo de personas interesados por este tipo de producto: rápido, fácil y cómodo. La gestión depende del tipo de contenido que se vaya a ofrecer.

Los estilos narrativos varían según el formato que maneje cada medio o persona de forma independiente. En los diarios utilizan el género de la crónica para contar historias de superación, de empoderamiento o de tragedia. Es un vaivén de emociones que pretenden transmitir y a su vez llamar la atención y enganchar a quien lo está escuchando. También, apuesta por las entrevistas sobre un tema determinado; su presentación es semiformal porque buscan recrear la vida de un personaje, aportar con datos interesantes sobre un momento coyuntural y contar anécdotas que simpaticen al oyente.

El podcast del diario el Universo propone contenidos de asesinatos, entrevistas y casos de la vida real. Su producción es más vistosa e incita a una reacción por parte del oyente. El podcast forma parte de un diario nacional por lo que sus propuestas tienen una estrecha relación a las noticias que presentan a su público. Por otra parte, el podcast de radio Visión apuesta por el tema carcelario y sus incidencias en el país. El trabajo es realizado por una periodista especializada en ese tema y el lenguaje empleado es técnico. No hay mucha producción que los diferencie del resto y que motive al público a engancharse a su canal.

Los podcasts estudiados son del agrado de los jóvenes de la FACSQ, sin embargo, consideran que el de diario el Universo trabaja más en la producción, locución y manejo de contenido. Ellos aseguran que estos productos permiten el análisis y el debate del tema. En el caso de Radio Visión, no la perciben de manera negativa, pero si creen que podría mejorar y no ser tan técnica, aunque el tema sea frontal y sin tapujos. Recalcan que el manejo de las entrevistas sean las preguntas y cómo aboradas al entrevistado junto a una buena elocuencia, son carta de presentación al momento de escuchar un problema nacional. Este grupo encuestado votan por este tipo de contenido.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los medios de comunicación busquen capacitar en temáticas de producción de radio al personal que está a cargo de la elaboración de podcasts, pues resulta necesario para captar la atención e interés de las nuevas audiencias. Adicional, es necesario contar con equipos y programas tecnológicos adecuados que permitan ganar una mejor calidad del producto.
- Es necesario abordar temas concretos cuyo lenguaje produzca sensibilidad y un llamado a la acción a los oyentes. Manejar tiempos específicos resultará de gran ayuda para captar la atención de la audiencia, más aún si no se cuenta con el conocimiento necesario en producción de audios. El podcast no puede ser ni tan largo ni tan corto, porque si es largo suele aburrir y más si es un tema que no llama la atención y si es corto suele quedar incompleta la intención del medio.
- Se recomienda a los periodistas o creadores de contenidos armar una mejor producción dentro del podcast, es decir, incluir elementos que generen una riqueza en el producto y que lo muestren diferente a una grabación o entrevista de radio común. Cortinas, ambientales, efectos sonoros adecuados serán un complemento ideal a la hora de su elaboración.
- Es importante que los medios de estudio conozcan mejor a su público, de esta manera va a ser mucho más fácil determinar el lenguaje y la narrativa que deben emplear para llegar a los mismos.
- Se recomienda que la creatividad se apodere de los creadores de podcasts ya que es una capacidad útil e importante porque permite, explorar e inventar nuevas cosas de elementos que ya existen, es decir innova y esa es clave para que un producto sea diferente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, P., Anaya, M., Laurencio, R., & Casco, J. (2013). *Disortografías juveniles: análisis del lenguaje textual en una red social*. México: (Corporación para el Desarrollo Educativo -CIDE-, Ed.) Revista de Investigación Silogismo. Obtenido de <http://www.cide.edu.co/ojs/index.php/silogismo>.
- Alabarces, P. (2012). *Crónicas del Aguante. Fútbol, violencia y política*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Alvarado, J. (30 de ABRIL de 2018). *el telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/la-jerga-tiene-sus-caracteristicas-entre-los-ecuatorianos>
- Alvarez, J. P. (2020). Análisis de la práctica profesional del periodismo deportivo en medios de Cuenca. *Tesis (Licenciatura en Comunicación social)*. Universidad de Cuenca, Cuenca.
- Berdasco, & Rubio. (2013).
- Blanco. (2006).
- Burbano, M., & Peralta, D. (2019). *Disortografía en el proceso lecto-escritura*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/43341>
- Burgos, C., & Salazar, J. (2022).
- Burgos, Salazar. (2022).
- Caizapanta, C., & Arias, R. (2021). *Trastorno de la disortografía en el proceso enseñanza-aprendizaje en los estudiantes de séptimo año de Educación General Básica en el área de Lengua y Literatura de la Unidad Educativa "Comandante General Atahualpa"*. Quito: Quito: UCE. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/24320>
- Cangialosi. (2018). El uso del podcast y wikis como herramientas de generación y gestión de conocimiento. *Nómadas*.



- Carranza, D. (2020). El rol del periodista deportivo y su influencia en la práctica del deporte en el sector del Pital I, ciudad de Quevedo. *Tesis (Licenciado en comunicación social)*. Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo.
- Catuto, M. Á. (Enero de 2013). *Repositorio UPS*. Obtenido de Repositorio UPS: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3793/1/UPSE-TCS-2013-0013.pdf>
- Cazalla, L. M. (18 de Junio de 2017). *REDALYC*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353751820012.pdf>
- chicle, E. e. (15 de Julio de 2022). *Spotify*. Obtenido de Spotify: <https://open.spotify.com/show/6V1DDzXVZg6wFXFo0SanY2>
- Comercio, E. (15 de Julio de 2022). *Spotify*. Obtenido de Spotify: <https://open.spotify.com/show/2vNApjX3s5TmLjYOVttC5>
- COMPETIZE. (02 de Junio de 2022). *Deportes/Fútbol*. Obtenido de Historia del futbol en resumen, Orígen, Torneo, Reglas: <https://www.competize.com/blog/historia-futbol-resumen-origen-torneos-reglas/#:~:text=La%20historia%20del%20f%C3%BAbol%20moderno%20se%20inicia%20en%201863%20con,un%20deporte%20en%20constante%20crecimiento.>
- Comunicación, L. O. (22 de Junio de 2013). *Ministerio de Telecomunicaciones* . Obtenido de Ministerio de Telecomunicaciones: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Costa, D. (19 de Diciembre de 2016). *Repositorio Digital USFQ*. Obtenido de Repositorio Digital USFQ: <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/6086>
- Dammert Guardia, M. (Septiembre de 2007). *Repositorio Flacso Andes*. Obtenido de Repositorio Flacso Andes: <http://hdl.handle.net/10469/2744>
- Dávalos, D. A. (19 de 12 de 2016). *Historia del periodismo deportivo en Ecuador*. Obtenido de Historia del periodismo deportivo en Ecuador : <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/6086/1/128824.pdf>
- De Piero, J. (2014). Comunidades lingüísticas y alfabetización digital: una propuesta de análisis del lenguaje en la web. *Comunidades lingüísticas y alfabetización digita*, 98-

110. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/9df6/4e52c9a5dc1e2b66f2ae225ec31fdc1e813b.pdf>
- Ecuador, C. d. (2008).
- Ecuador, C. D. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Ecuador, C. D. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Ecuador, C. d. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*.
- Ecuador, C. d. (20 de Octubre de 2008). *Ministerio de defensa* . Obtenido de Ministerio de defensa : [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Ecuador, H. (18 de Julio de 2022). *Spotify*. Obtenido de Spotify: <https://open.spotify.com/show/6TuSmo9HZylMo8snea7gW4>
- Editorial, E. (16 de 07 de 2021). *Etecé*. Obtenido de Redes Sociales : <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Egea, M. A. (2014). *Crónica y Mirada*. Madrid: Libros del K.O.
- Escobar, K. (11 de 07 de 2022). Participante del Focus Group .
- Gabo. (13 de Mayo de 2021). *Fudación Gabo*. Obtenido de <https://fundaciongabo.org/es/blog/laboratorios-periodismo-innovador/el-podcast-un-formato-en-apogeo-que-los-periodistas-pueden>
- Gallego. (2010). Aproximaciones al estudio del pódcast como documento sonoro de origen digital. *Aproximaciones al estudio del pódcast como documento sonoro de origen digital*.
- García, A. (13 de 07 de 2022). Guayaquil .
- García, A. y. (13 de 07 de 2022). Guayaquil .

- García, D. (Abril de 2019). La radio en pijama origen, evolución y ecosistema del podcasting en español. pág. 182.
- García, J. A. (13 de 07 de 2022). Guayaquil.
- Gómez, A. (2014). *La norma disortográfica en la escritura digital*. Sevilla: Didac. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11441/57840>
- Gonçalves, W. (1 de Septiembre de 2016). *facebook*. Obtenido de rockcontent.com: <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/>
- help twitter* . (s.f.). Obtenido de Twitter.com: <https://help.twitter.com/es/resources/new-user-faq#:~:text=Twitter%20es%20un%20servicio%20que,%2C%20videos%2C%20enlaces%20y%20texto>.
- Hilo, R. E. (14 de Julio de 2022). *Spotify*. Obtenido de Spotify: <https://open.spotify.com/show/3skDSKvB1twAxlH0645y>
- Icesi, M. (14 de Enero de 2022). *Marketing Zone*. Obtenido de <https://www.icesi.edu.co/marketingzone/la-importancia-de-los-podcasts-en-2022/#:~:text=El%20podcast%20ha%20ido%20ganando,manera%20cercana%20y%20poco%20intrusiva>.
- Jaramillo, J. S. (9 de Junio de 2021). *Radio Cocoa*. Obtenido de Radio Cocoa: <https://radiococoa.com/RC/cronicas-al-borde-el-podcast-que-necesitamos/>
- Jemily Escarcha, C. P. (2 de Junio de 2022). *Sage Journals*. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13548565221104444?icid=int.sj-abstract.citing-articles.1&>
- Lara, T. (2008). "La nueva esfera pública. Los medios de comunicación como redes sociales", *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*. . *Telos* , 31.
- Lemos, L. (1992). *Redacción y Estilos periodísticos*. Quito: Quipus.
- Lexis Finder*. (20 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Ley Organica de Comunicación*. (2013).

*Ley Orgánica de Comunicación.* (2013).

*Ley Organica De Comunicación.* (20 de Febrero de 2019). Obtenido de

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

López, A. L. (2015). Primeros apuntes de la historia del periodismo deportivo en Argentina . *Academia* , 52.

López-García, X., Silva-Rodríguez, A., Vizoso-García, Westlund, O., & Canavilhas, J.

(2019). Mobile journalism: Systematic literature review. [Periodismo móvil: Revisión sistemática de la producción científica]. *Comunicar*, 9-18. Obtenido de <https://doi.org/10.3916/C59-2019-01>

Macías, K. (11 de 07 de 2022).

Marck Prensky. (2010). *NUEVAS NARRATIVAS DEL PERIODISMO MÓVIL: ANÁLISIS DEL CANAL DE.* Quito:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13861/Nuevas%20Narrativas%20del%20Periodismo%20M%C3%B3vil%20An%C3%A1lisis%20del%20canal%20de%20Vice%20en%20Snapchat%20Discover.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Medina, C. A. (1980). *El rol del periodista.* Quito: Epoca .

Meditada. (15 de Julio de 2022). *Spotify.* Obtenido de Spotify:

<https://open.spotify.com/show/4TmUpG1YdJMa4aAnp9s21F>

Mente, E. t. (15 de Julio de 2022). *Spotify.* Obtenido de Spotify:

<https://open.spotify.com/show/0sGGLIDnnijRPLef7InlID>

Micó, J. (07 de 11 de 2019). *LA VANGUARDIA.* Obtenido de

<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20190221/46611834347/periodismo-movil-noticias-mojo.html>

Miranda, J. (2018). *Análisis comunicológico de los nuevos periodistas deportivos en la ciudad de Guayaquil Radio Dibu y su incidencia en la construcción cultural y social en los jóvenes de 18 a 22 años de la facultad de comunicación social de la Universidad de Guayaquil.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27320>

- Moderna, L. V. (15 de Julio de 2022). *Spotify*. Obtenido de Spotify:  
<https://open.spotify.com/show/2VQIKTlbrsuAYHD4RvICbS>
- Montenegro, P. (09 de 02 de 2020). *Amanecer Deportivo*. Obtenido de Amaecer deportivo:  
<https://amanecerdeportivoec.com/uncategorized/historia-del-futbol-ecuatoriano/>
- Morán, S. (31 de Agosto de 2015). *El auge de los medios nativos digitales* . Obtenido de El auge de los medios nativos digitales:  
<https://www.google.com/search?q=fundamedios+2015&oq=fundamedios+2015&aqs=chrome..69i57.13638j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Morejón, R., & Zamora, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *UCE*. Obtenido de  
<https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1752/1656>
- Nada, N. S. (15 de Julio de 2022). *Spotify*. Obtenido de Spotify:  
<https://open.spotify.com/artist/5SNFKSdcabu3WBIRyv6K9k>
- Negredo, Vara; Amoedo. (2018). La consolidación de los dispositivos móviles para el. *scielo*, 3.
- Negroponte, N. (1995). *Ser Digital*.
- Núñez, L. (2015). *Revistas USPCEU*. Obtenido de Revistas USPCEU:  
<https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/781>
- Orús, A. (4 de Marzo de 2022). *Statista*. Obtenido de  
<https://es.statista.com/estadisticas/626499/oyentes-de-podcast-a-nivel-mundial/>
- Palau, P. (09 de 02 de 2020). *Amanecer Deportivo* . Obtenido de Amanecer Deportivo :  
<https://amanecerdeportivoec.com/uncategorized/historia-del-futbol-ecuatoriano/>
- Palomo, N., & Segovia, T. (2017). *La disortografía*. Latacunga: LATACUNGA / UTC /2017. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/4072>
- Palomo, N., & Segovia, T. (2017). *La disortografía*. Latacunga: UTC. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/4072>
- Paredes, I. (2020). *Uso de las redes sociales: Facebook, WhatsApp, Instagram y su influencia en la ortografía de los estudiantes del quinto grado de secundaria del Colegio Unión*,

2020. Lima: Educación: Especialidad Lingüística e Inglés. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12840/4190>
- Patricio, T. S. (2011). El periodista deportivo y el rol que desempeña el periodista en el deporte. *Tesis (Licenciado en Comunicación Social)*. Universidad Católica de Cuenca, Cuenca.
- Pérez, I. (2009). El negocio del periodismo deportivo . *Razón y Palabra* , 7.
- Pérez, J., & Merino, M. (2022). *Definición.DE*. Obtenido de YOUTUBE: <https://definicion.de/youtube/>
- Pérez, M. V. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y Contextos*, 1-14.
- Pincay, J. A. (20 de Agosto de 2019). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45078>
- Quintero, S. (2016). El discurso directo en titulares deportivos de diarios mexicanos. *Logos: Revista de Lingüística, Filosofía y Literatura*, 64-81. doi:dx.doi.org/10.15443/RL2605
- Quintero, S., & Carvajal, P. (2017). Funciones sintáctico-textuales de tiempos verbales en notas deportivas. *Revista de Investigación Lingüística*, 221-242. Obtenido de <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/56670/1/316201-1081011-1-SM.pdf>
- Ramirez, O. C. (1 de Noviembre de 2019). *Abaut Español*. Obtenido de <https://www.aboutespanol.com/genero-de-no-ficcion-2879775>
- Ramos García, A. M., & Caurcel Cara, M. J. (2017). Los Podcast como herramienta de enseñanza-aprendizaje en la universidad. *Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 151-162.
- Ron, Á., & Núñez. (2013).
- Santis, A. D. (1 de Mayo de 2014). <https://www.researchgate.net/>. Obtenido de <https://www.researchgate.net/>: [https://www.researchgate.net/profile/Andrea-De-Santis-4/publication/315843603\\_Del\\_papel\\_a\\_la\\_web\\_exploracion\\_del\\_publico\\_de\\_la\\_revis](https://www.researchgate.net/profile/Andrea-De-Santis-4/publication/315843603_Del_papel_a_la_web_exploracion_del_publico_de_la_revis)

ta\_UTOPIA\_para\_la\_creacion\_de\_un\_medio\_digital/links/58eba264aca272bd2875e74b/Del-papel-a-la-web-exploracion-del-publico-de

- Sarauz, P. S. (1 de Diciembre de 2016). *academia.edu*. Obtenido de academia.edu:  
[https://www.academia.edu/36092721/BARRAS\\_BRAVAS\\_EN\\_ECUADOR\\_ESTUDIO\\_ICONOL%C3%93GICO\\_DE\\_LAS\\_SUBCULTURAS\\_DEL\\_F%C3%9ATBOL?pop\\_sutd=false](https://www.academia.edu/36092721/BARRAS_BRAVAS_EN_ECUADOR_ESTUDIO_ICONOL%C3%93GICO_DE_LAS_SUBCULTURAS_DEL_F%C3%9ATBOL?pop_sutd=false)
- Sierra, R. O. (2011). Analisis del periodismo deportivo en Quito. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Internacional del Ecuador, Quito.
- Sinaluisa, J. (2020). “*Análisis comunicacional de los nuevos códigos vulgos a partir del consumo de la página GUAYACO BATRACIO y su influencia en el léxico cultural de los estudiantes del 7mo semestre de la FACSO, Guayaquil 2020*”. Guayaquil: Universidad de Guayaquil: Facultad de Comunicación Social. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/53468>
- SIP, L. (22 de 09 de 2015). *Sociedad Interamericana De Prensa* . Obtenido de <https://www.sipiapa.org/notas/1200111-ley-prensa-argentina-nuevas-tecnologias>
- SIP, L. (22 de Septiembre de 2015). *Sociedad Interamericano De Prensa*. Obtenido de <https://www.sipiapa.org/notas/1200113-ley-prensa-bolivia-base-legal>
- Tamayo, S. (2016). *Los podcasts como tendencia radiofónica y herramienta periodística difusión y consumo en Ecuador*. Quito: Quito: USFQ, 2016.
- Tecnologico, C. (2018). *Canal Tecnologico*. Obtenido de <http://www.canal-tecnologico.com/ique-ocurre-con-el-podcast-en-ecuador/>
- Telefila, B. (11 de 07 de 2022).
- Tenelema, N. I. (12 de 11 de 2021). Periodismo deportivo. Una breve reseña. *Periodismo deportivo. Una breve reseña*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Tobar, V. (28 de Octubre de 2021). vLa revitalización de los podcast tras el confinamiento por Covid-19 en El Salvador. Estudio de casos a las revistas digitales Factum, GatoEncerrado y Disruptiva.
- Torrijos, J. L. (2014). *Deposito de Investigación Universidad de Sevilla*. Obtenido de Deposito de Investigación Universidad de Sevilla:

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68618/PeriodismoDeportivoNuevasTendenciasYPerspectivasDe-6068722%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

V, P. (6 de Octubre de 2014). *El nuevo periodismo ecuatoriano es digital*. Obtenido de El nuevo periodismo ecuatoriano es digital:

<https://www.planv.com.ec/culturas/tendencias/el-nuevo-periodismo-ecuatoriano-digital>

Vásquez, D. P. (2011). Análisis del periodismo deportivo en Quito. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Internacional del Ecuador, Quito.

Vásquez, G. (13 de Diciembre de 2019). Análisis del podcast Serial como principal.



## ANEXOS

### Anexo 1 Modelo de formulario para los estudiantes de 8vo semestre de la universidad (FACSO)

The image shows a survey form with a header banner and four questions. The banner includes logos for 'El Universo Podcasts' and 'Radio Visión Ecuador'. The form contains input fields for email and name, and four multiple-choice questions regarding podcast listening habits and preferences.

**El Universo Podcasts**  
eluniverso.com

**Radio Visión Ecuador**  
Radio Visión Ecuador

### Análisis comparativo de Radio Visión y El Universo podcast

Este formulario permitirá saber que podcasts llama mas la atención en los estudiantes de la FACSO.

egonzalezca@ulvr.edu.ec [Cambiar de cuenta](#)

**\*Obligatorio**

Correo \*

Tu dirección de correo electrónico

Nombre

Tu respuesta

1. ¿Usted escucha podcast actualmente?

Sí

No

A veces

2. ¿Qué podcast usted cree que está dirigido de mejor forma su enfoque al tema en discusión?

El universo podcasts

Radio Visión

3. ¿Cuál podcast usted cree que tiene mejor elaboración y producción?

El universo podcasts

Radio Visión

4. ¿Cuál de los dos podcasts usted cree que tiene un mejor enganche comunicativo?

El universo podcasts

*Imagen 25 Modelo de Formulario 1\_1*  
*Fuente: Google*  
*Elaborado por: González & López (2022)*

<p>5. ¿Cuál de los dos podcasts usted cree que tiene una mejor locución?</p> <p><input type="checkbox"/> El universo podcasts</p> <p><input type="checkbox"/> Radio Visión</p>	<p>8. ¿Cuáles del podcast considera usted que realiza preguntas relevantes al caso de estudio?</p> <p><input type="checkbox"/> El universo podcasts</p> <p><input type="checkbox"/> Radio Visión</p>
<p>6. ¿Qué podcast considera que ofrece al oyente un enfoque más dinámico de la entrevista?</p> <p><input type="checkbox"/> El universo podcasts</p> <p><input type="checkbox"/> Radio Visión</p>	<p>9. ¿Cuál de los dos podcasts cree usted que puede ser más competitivo en el mundo digital?</p> <p><input type="checkbox"/> El universo podcasts</p> <p><input type="checkbox"/> Radio Visión</p>
<p>7. ¿Qué medio considera usted que utiliza recursos dinámicos en el manejo de la información?</p> <p><input type="checkbox"/> El universo podcasts</p> <p><input type="checkbox"/> Radio Visión</p>	

Imagen 26 *Modelo de Formulario 1-2*  
Fuente: Google  
**Elaborado por:** González & López (2022)

## **Anexo 2.- Modelo de Entrevista realizado a las periodistas Mercy Narea y Gladys Ríos**

### **ENTREVISTA:**

1. ¿Cómo usted evalúa los diferentes estilos narrativos existentes en el contexto nacional para la creación de podcast? (entrevista, no ficción y crónica)
2. ¿Qué importancia tiene la creatividad para la generación de un podcast?
3. . ¿Qué estilo narrativo utiliza cada medio con los ya mencionados ( entrevista, no ficción y crónica )
4. ¿Cómo percibe usted que se están abordando los temas de violencia e inseguridad en los podcasts de los medios El Universo y dio Visión?

### Anexo 3.- Entrevista a la periodista Gladys Ríos

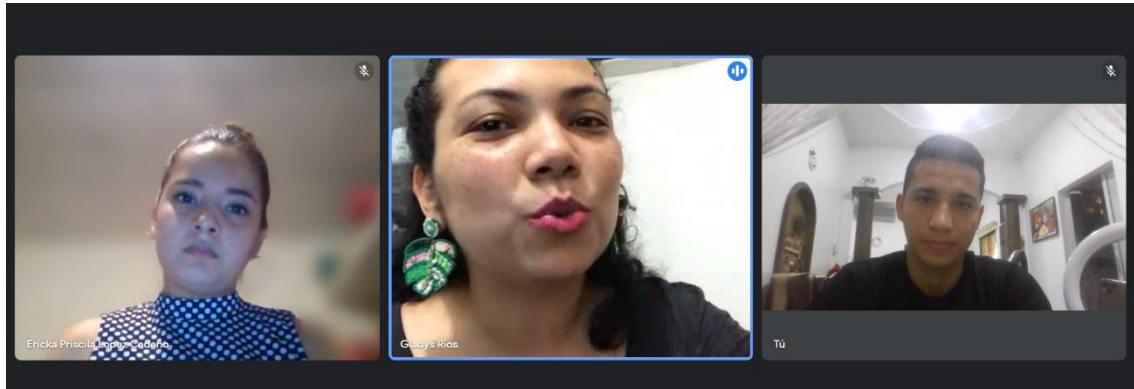


Imagen 28 Entrevista a la periodista Gladys Ríos 1  
Fuente: Skype  
Elaborado por: González & López (2022)

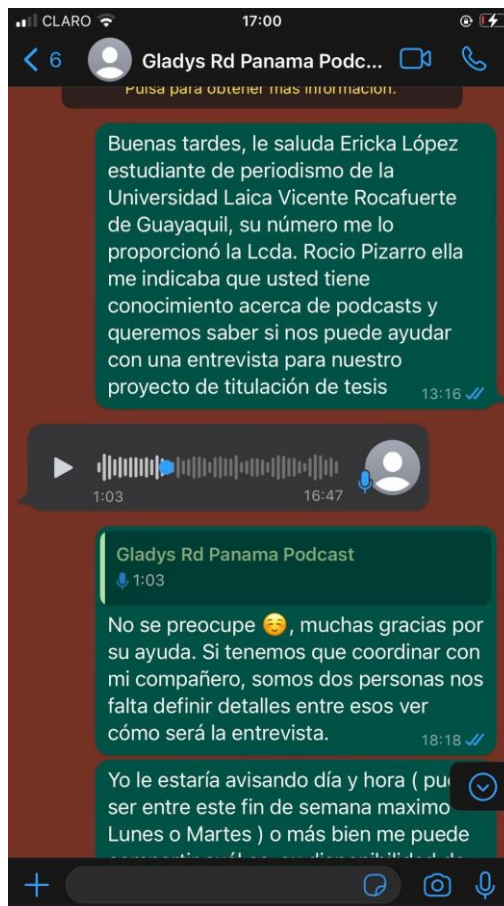


Imagen 27 Entrevista a la Periodista Gladys Ríos 2  
Fuente: WhatsApp  
Elaborado por: González & López (2022)

## Anexo 4.- Entrevista a la periodista Mercy Narea

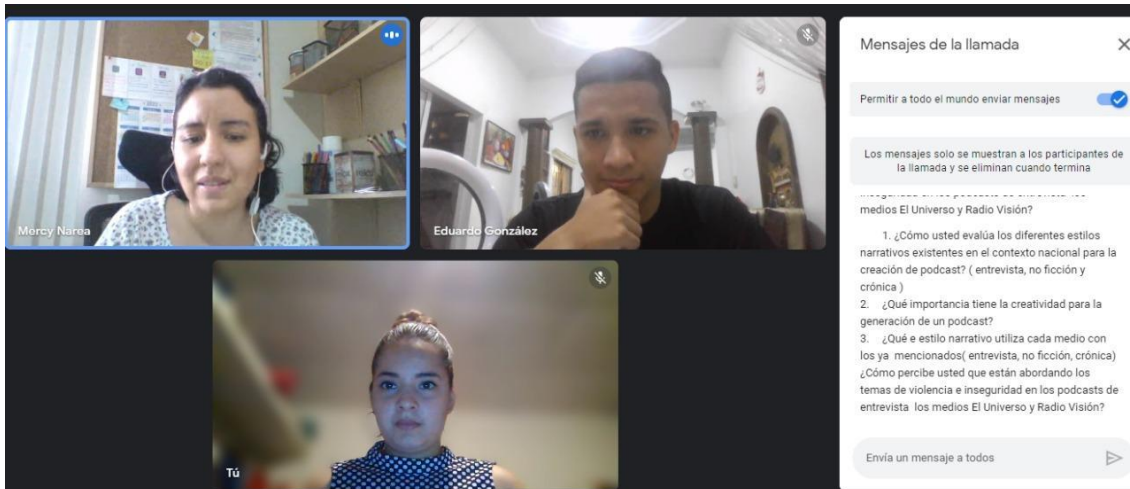


Imagen 29 Entrevista a la Periodista Mercy Narea

Fuente: Skype

Elaborado por: González & López (2022)

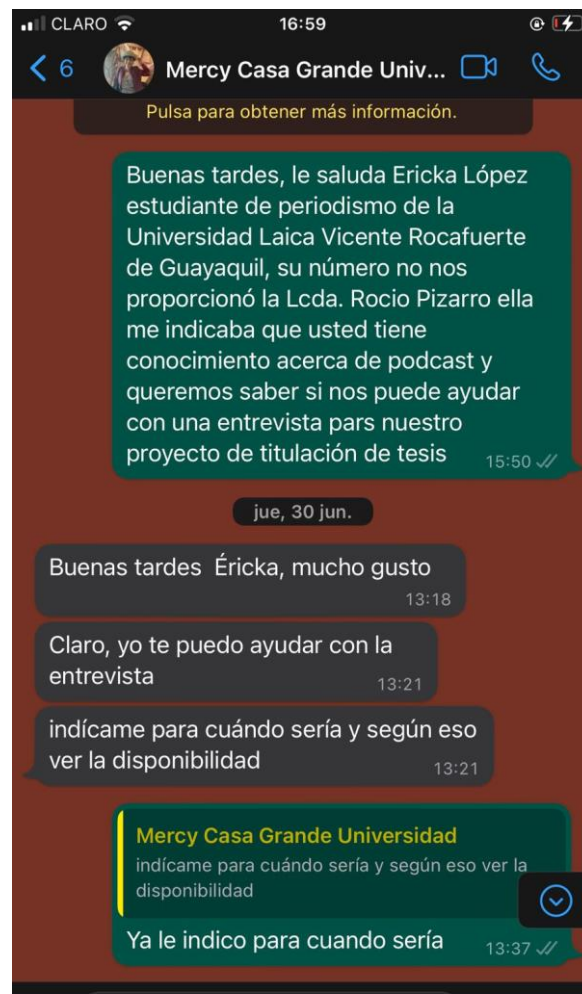


Imagen 30 Entrevista a la Periodista Mercy Narea

Fuente: WhatsApp

Elaborado por: González & López (2022)

## Anexo 5.- Encuesta a los estudiantes de la (FACSO)

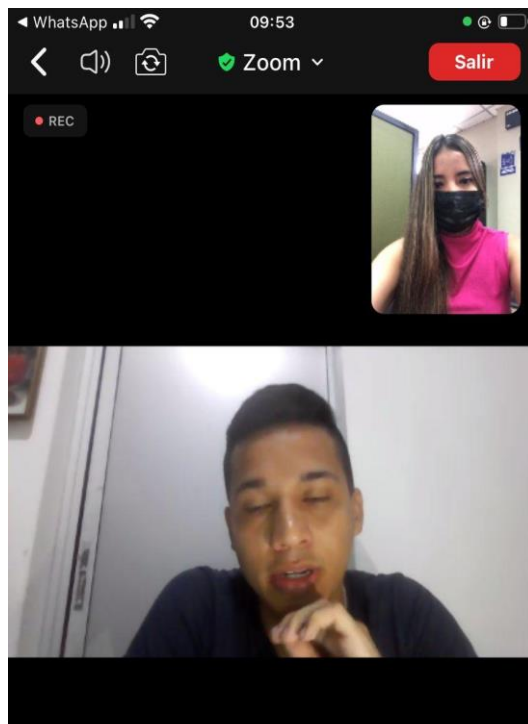


Imagen 31 Encuesta a Estudiante de la FACSO

Fuente: Zoom

Elaborado por: González & López (2022)

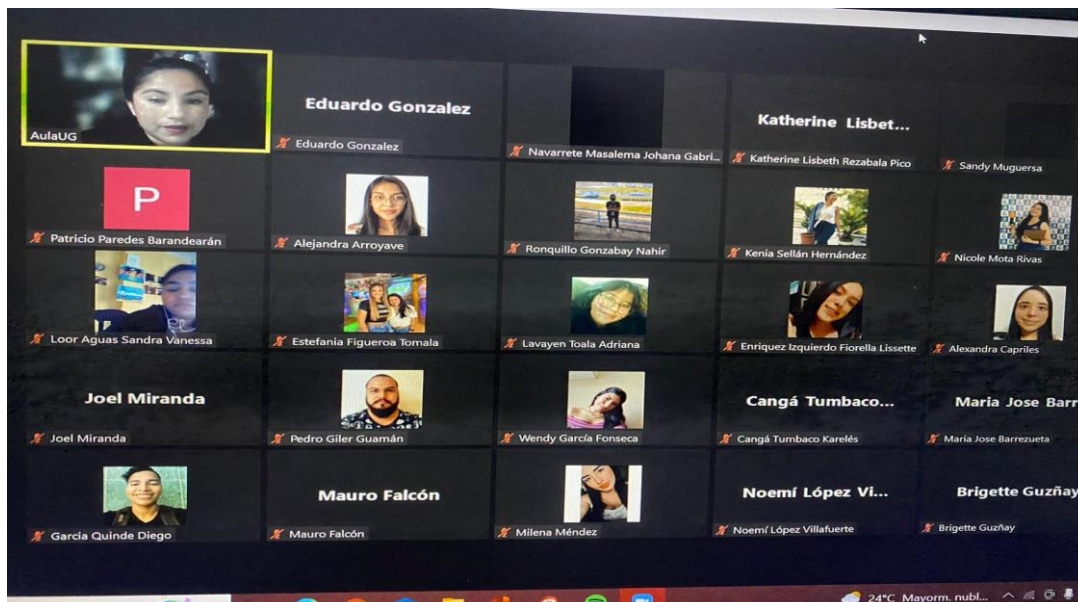
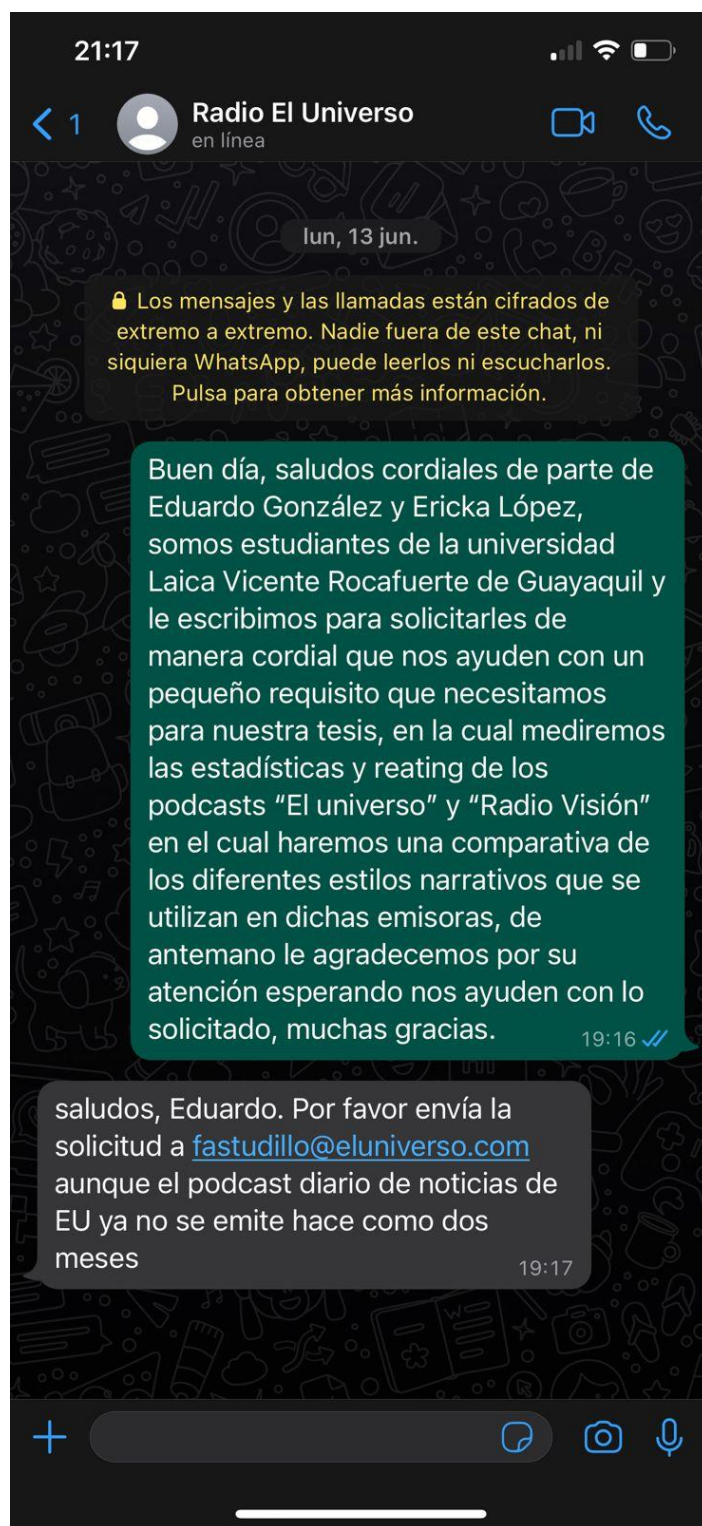


Imagen 32 Encuesta a Estudiantes de la FACSO

Fuente: Zoom

Elaborado por: González & López (2022)

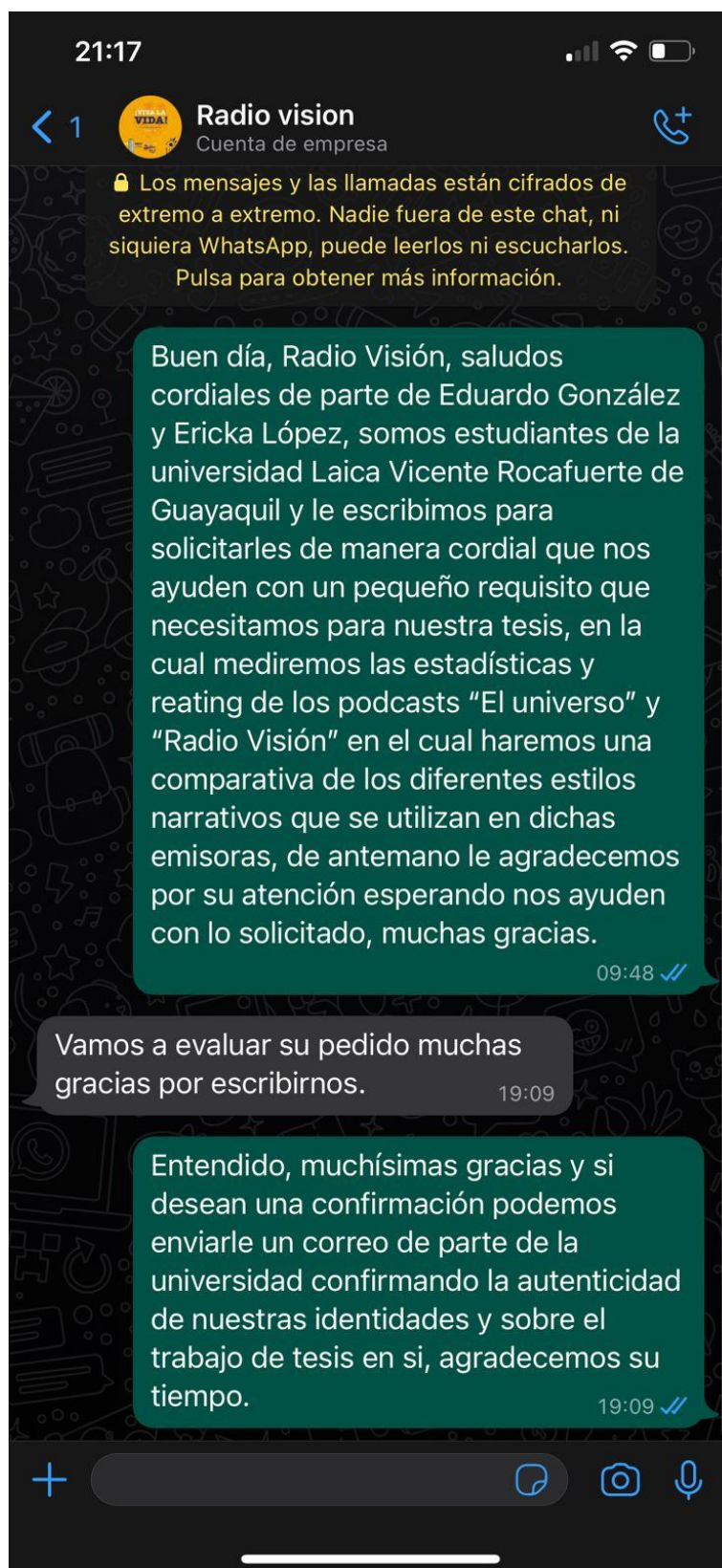
## Anexo: 6.- Petición de datos para ambas radios



*Imagen 33 Petición para entrevista Postcast El Eniverso*

*Fuente: WhatsApp*

*Elaborado por: González & López (2022)*



*Imagen 34 Petición Entrevista Potcast Radio Visión  
Fuente: WhatsApp  
Elaborado por: González & López (2022)*