



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Fórmulas del éxito del podcast *Saldremos Mejores* de Podium Podcast

Podium Podcast's *Saldremos Mejores* podcast
success formulae

Autor/es

María González Vicente

Director/es

Ana Segura Anaya

Facultad de Filosofía y Letras / Universidad de Zaragoza

2023

Resumen:

La llegada del formato podcast ha cambiado el sistema mediático conocido. Desde la creación del primer podcast en España se ha evolucionado tanto en formatos, categorías, aplicaciones y número de podcasts de los que se pueden disponer. Esto ha supuesto que el podcast sea un imprescindible dentro del panorama de los medios de comunicación. Un ejemplo de la llegada de nuevos podcasts es el creado por Inés Hernand y Nerea Pérez de las Heras, *Saldremos Mejores* producido por Podium Podcast. Desde el podcast hacen un análisis crítico de las noticias del momento en el ámbito nacional e internacional, todo ello desde el humor y un corte político que rige el desarrollo del programa.

Palabras clave: Podcast, *Saldremos Mejores*, humor, noticia, política.

Abstract:

The arrival of the podcast format has changed the known media system. Since the creation of the first podcast in Spain, it has evolved in terms of formats, categories, applications, and the number of podcasts available. This has meant that the podcast has become an essential part of the media panorama. An example of the arrival of new podcasts is the one created by Inés Hernand and Nerea Pérez de las Heras, *Saldremos Mejores*, produced by Podium Podcast. From the podcast they make a critical analysis of the news of the moment in the national and international sphere, all with humour and a political angle that governs the development of the programme.

Keywords: Podcast, *Saldremos Mejor*, humour, news, politics.

Índice

1. Introducción	3
2. Justificación y diseño de la investigación	4
2.1. Justificación	4
2.2. Objetivos	5
2.3. Metodología	6
3. Marco teórico. Estado de la cuestión	7
3.1. De la radio tradicional a la radio en Internet.....	7
3.2. El desarrollo del formato Podcast	9
3.3. Podium Podcast.....	12
3.4. YouTube como distribuidora de podcasts.....	15
4. Investigación y resultados	16
4.1. Cuadros de invitados.....	16
4.2. Análisis técnico <i>Saldremos Mejores</i>	19
4.2.1. Conclusiones análisis técnico	26
4.3. Análisis del discurso	27
4.3.1. Análisis episodio 1x01: Abortar no es llegar y besar el santo.....	28
4.3.2. Análisis episodio 1x04: Dependientes somos todos	30
4.3.3. Análisis episodio 1x25: Imponer las reglas	32
4.3.4. Análisis episodio 2x15: Nos vemos en los tribunales	33
4.3.5. Análisis episodio 2x02: Necesitamos política	35
4.3.6. Conclusiones análisis del discurso	36
5. Conclusiones	37
6. Bibliografía.....	39
Anexo 1: Página inicial de la página web de Podium Podcast	43
Anexo 2: Instagram y Twitter de Podium Podcast	44

1. Introducción

Los últimos años han significado un cambio en lo que conocíamos como radio tradicional y su manera de distribución. Nuevos formatos han surgido y han supuesto una transición mediática en la radio.

El formato *podcasting* nació globalmente en 2004, en ese mismo año llegó a España de la mano del periodista José Antonio Gelado mediante la creación de su podcast *Comunicando*. El podcast se nutre de características radiofónicas, pero contiene signos de diferenciación, en especial, en el modo de difusión ya que utiliza tecnología RSS para difundir su contenido. Además, con los podcasts se pierde la relación temporal del emisor y receptor, lo que permite poder escuchar el programa en el momento que decida el oyente. Estos últimos años han sido decisivos para este formato tanto en su distribución como en su incidencia dentro de la audiencia. Dentro de los formatos de Audio Digital, el podcast ocupa la tercera posición con un 54% de consumo, detrás de la música y la radio online en directo (iab spain, 2023).

En el desarrollo de este nuevo formato se han extendido los podcasts de noticias y cómicos. Ejemplo de ello es el presente que vamos a analizar *Saldremos Mejores*, pero también podemos encontrar podcast como *Buenismo Bien*, *Estirando el chicle* o *Nadie sabe nada*, entre muchos otros que han ido ganando su sitio en el sector.

Por ello, este trabajo pretende analizar en profundidad el pódcast *Saldremos Mejores* de la periodista Nerea Pérez de la Heras, y la comunicadora y cómica Inés Hernand. El pódcast lleva en el aire desde el 20 de octubre de 2021 y cuenta con dos temporadas, la segunda en curso. Se encuentra dentro del catálogo de podcasts de noticias de la plataforma Podium Podcast.

La plataforma Podium Podcast fue la principal impulsora del formato pódcast en España al ser el primer proyecto profesional de producción y distribución propia de *podcasting* en español libre de pago. PRISA siguió el éxito de los países anglosajones y en junio de 2016 creó la plataforma Podium Podcast con el fin de impulsar este tipo de mercado. El buen funcionamiento se tradujo en un total de 9.000.000 millones de descargas durante su primer año, y una ampliación de su oferta a un total de 32 programas. Esto supuso un punto de inflexión en España a la hora de crear este tipo de contenido.

Actualmente, otras plataformas han apostado por la creación de podcasts exclusivos, y no solo por la distribución de contenido ajeno. Podimo Podcast, de origen danesa, nació en 2019 como una aplicación de pago de podcasts exclusivos. En el panorama nacional, iVoox desde su nacimiento en 2008 ha sido una de las páginas web referentes para la escucha y producción de podcasts en español, siendo una de las máximas competidoras en el panorama nacional. Pero otros soportes ya existentes y que abarcaban otro tipo de mercado se están introduciendo en la distribución y producción de este tipo de formato. Es el caso de Spotify, que, aunque su nicho de mercado sea la música, actualmente se está abriendo y se posiciona como una opción de las preferidas para escuchar este formato (EncuestaPod, 2022).

Saldremos Mejores está dentro de la cantera de Podium Podcast. Es creación propia de la marca, pero se distribuye por otras plataformas como Spotify, iVoox, YouTube o ApplePodcast.

Dentro del presente trabajo se va a analizar la composición del pódcast. Así, se pretende desglosarlo para entender las fórmulas utilizadas en su formato que les han llevado al éxito que está alcanzando en apenas dos años de funcionamiento.

2. Justificación y diseño de la investigación

2.1. Justificación

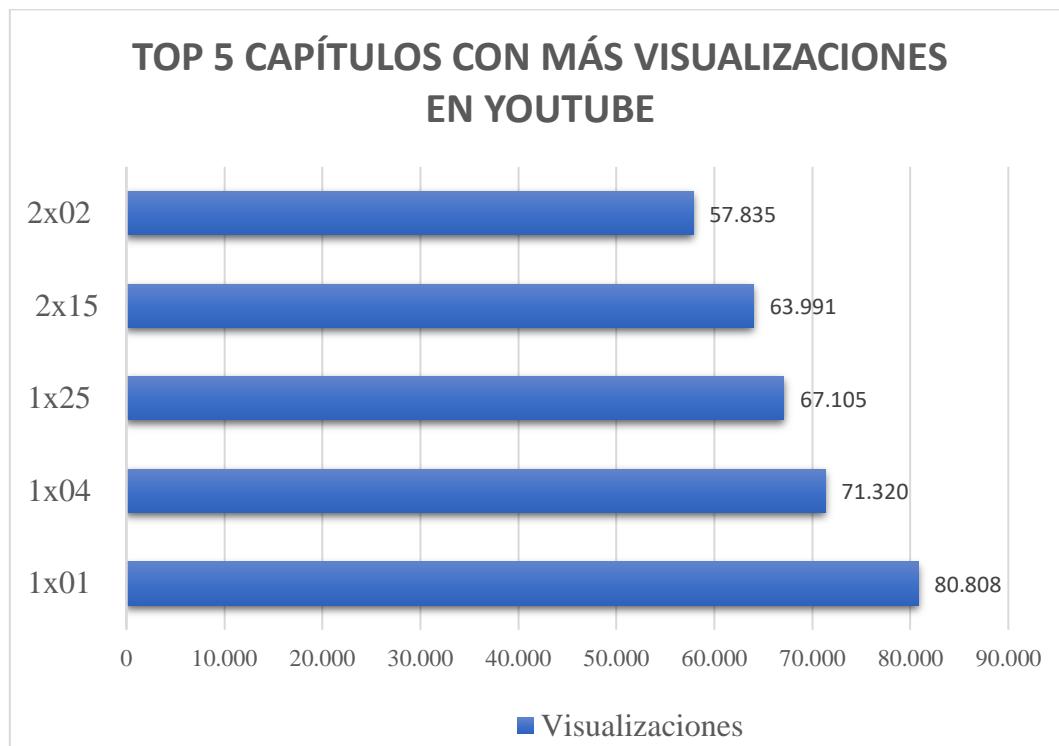
La aparición de Internet ha traído el desarrollo del formato podcast. Desde su surgimiento en 2004 han ido creciendo en número, lo que ha venido acompañado en un crecimiento exponencial de número de oyentes. El estudio de Audio Digital (iab spain, 2023) avala que el podcast es el tercer formato más escuchado dentro del audio digital, subiendo una posición respecto al último estudio realizado el año anterior. Los escuchan un total de 54% de consumidores de audio digital, detrás de la música (77%) y la radio online en directo (61%). Cabe añadir que las secciones que mayor repercusión tienen son las de Humor y entretenimiento, Música, Cine y televisión, Cultura y sociedad e Historia, humanidades y creencias (iab spain, 2023).

Los podcasts con temática de Humor y entretenimiento junto a los de Cultura y sociedad constituyen gran parte de la demanda. Debido a ello, este trabajo se va a centrar en analizar el podcast producido por Podium Podcast *Saldremos Mejores*. Este ha reunido

en apenas dos años un total de 29.800 suscriptores en YouTube, y cuentan con 80.000 seguidores en Instagram y 20.955 en Twitter. Además, en torno al programa se ha creado una comunidad entre sus seguidores con el que se identifican bajo el nombre “mejorcitas”.

Para ello, se va a examinar el éxito alcanzado en apenas dos años de lanzamiento mediante el análisis de cinco de sus capítulos más escuchados y la cantera de invitados que han pasado por el programa.

Gráfico 1. Top 5 capítulos con más visualización en YouTube a día 5 de abril de 2023.



Fuente: creación propia.

2.2. Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es precisar los motivos por los que el podcast *Saldremos Mejores* ha conseguido tan buenos resultados de audiencia. Para determinar las causas de los buenos números cosechados se va a llevar a cabo el análisis de una serie de variables que nos lleva a establecer su éxito. Para ello, se prestará especial atención a los capítulos con mayores visualizaciones hasta el momento, viendo así que tienen en común y que formulas siguen para ser los de mayor éxito dentro de su repertorio.

Asimismo, se plantean una serie de objetivos específicos para contextualizar el éxito cosechado por el podcast:

1. Establecer que fórmulas tienen una mayor acogida por el público dentro de los episodios de *Saldremos Mejores*.
2. Descubrir que papel tienen el humor dentro del funcionamiento del podcast.

2.3. Metodología

Para la realización del presente trabajo, se va a seguir la siguiente metodología. En primer lugar, se realizará una revisión de textos académicos ya existentes sobre la conversión mediática que se ha producido desde la radio tradicional y la radio online hasta llegar a la creación del podcast con el fin de tener un marco contextual que ejemplifique la situación. Seguidamente, realizaremos una explicación sobre el impacto de la plataforma Podium Podcast en el desarrollo del podcast en el marco hispanohablante. Por último, nos adentraremos en la importancia que está albergando la red social YouTube para la distribución y creación de contenidos de esta índole.

Por otro lado, para llegar al objetivo de nuestro trabajo van a utilizarse una serie de técnicas cuantitativas y cualitativas.

En un primer lugar, se va a llevar a cabo una escucha en profundidad de los cinco programas con mayor audiencia de la parrilla del podcast *Saldremos Mejores*. Con ello, se realizará un análisis cuantitativo donde queden reflejadas las características principales de los programas.

Tabla 1. Ficha plantilla análisis.

FICHA TÉCNICA SALDREMOS MEJORES	
Título del episodio	
Temporada	
Número del episodio	
Fecha	
Duración	
Visualizaciones	
Productora	
Plataforma de origen	
Conductoras	
Invitados	
Temas tratados	

Géneros que aparecen	
Estructura	
Sintonía	
Efectos sonoros	
Target	

Fuente: elaboración propia.

En segundo lugar, se realizará un análisis cualitativo centrado en el análisis del discurso de estos programas. Para conocer de una manera más exhaustiva los recursos utilizados y la comunicación.

3. Marco teórico. Estado de la cuestión

3.1. De la radio tradicional a la radio en Internet

El desarrollo y la consolidación de Internet ha derivado en una metamorfosis dentro de los medios de comunicación. A su vez, la aparición de la Web 2.0 en 2004 ha cambiado los patrones de consumo, siendo ahora el consumidor quien tiene un poder igualitario que el emisor de información, lo que se conoce como *prosumidores*: “Son generadores de contenido que se valen de la tecnología para llegar a las comunidades. Su papel es exponer contenidos con una mirada analítica y con afán de multiplicar ilimitadamente dicha difusión. Todos pueden convertirse en prosumidores con cuantiosas oportunidades de usar herramientas tecnológicas y ejecutar propuestas analíticas, eficaces y formativas” (Jordán Correa, Arias Valladolid, & Samaniego Rivas, 2017).

Este factor proporciona que se desarrollen nuevos canales de comunicación y haya una mayor interacción social, estando todos en el mismo nivel tanto en acceso como en participación (Cebrán Herreros, 2008). En este nuevo panorama, la radio se ha adaptado a nuevos procesos de producción para aprovechar el potencial que la Web 2.0 proporciona a la radio (Galán Arribas, 2015). De esta forma, este medio de comunicación ha sufrido una peregrinación desde lo que se conoce como radio hertziana (Videla Rodríguez & Piñeiro-Otero, 2017) a radio *online*.

Se entiende como radio “un medio de comunicación ambivalente, instrumental, a distancia, colectivo, directo, reciente, efímero y que utiliza como vehículo físico primario el sonido”. (Muñoz & Gil, 2000)

Por lo que se puede comprender la radio tradicional aparece como un medio de comunicación ciertamente móvil, pero efímero, es decir, una vez que se ha emitido no se puede acceder a su contenido de nuevo. La irrupción de Internet y la Web 2.0 hace cambiar lo que conocíamos como radio, desvaneciéndose así la fugacidad de la que antes era partícipe.

En la evolución para llegar a la Radio *Online*, Cebrán Herrero (2008) (Videla Rodríguez & Piñeiro-Otero, 2017) presenta tres etapas diferentes:

- Una primera etapa de radiodifusión a tiempo real (1995-1998). Las páginas webs de las empresas radiofónicas se dedicaban a la promoción tanto de su programación como de sus principales comunicadores. Durante este periodo, añadieron un sistema de emisión *simulcast* con el que crearon un punto de contacto en la interacción con los oyentes, lo que se conoce como *bitcaster* integrales.
- Una segunda etapa en la que comenzaron a aparecer emisoras que solo operaban en la Red, denominadas *bitcaster* puros. Al mismo tiempo, las emisoras convencionales comenzaron a desarrollar sus propios contenidos exclusivos para Internet.
- Esta tercera y última etapa está marcada por el acceso al contenido a través de redes inalámbricas. Se caracteriza por el desarrollo por parte de las empresas radiofónicas de la creación y adaptación de contenidos para su acceso bajo demanda. Así, las emisoras se convierten en un servicio que integra contenidos tanto audiovisuales como multimedia, información y servicios donde la emisión en directo coexiste con la distribución de contenidos bajo demanda. Además, de sumar su presencia en las redes sociales.

La radio en Internet permite vivir una experiencia mucho mayor que la radio tradicional. Este nuevo formato proporciona una lectura mayor del contenido por la integración de datos e imágenes, y posibilita una participación más interactiva para los oyentes (Pousa & Yaguana, 2013).

A su vez, este nuevo formato concede una cercanía superior de la que ya gozaba anteriormente. El desarrollo de sus propias páginas multimedia y su inserción en las redes sociales ha multiplicado los puntos de contacto con los oyentes-usuarios y se han

desarrollado nuevas dinámicas de interacción-participación (Videla Rodríguez & Piñeiro-Otero, 2017).

Por otra parte, el crecimiento de la distribución de contenidos *on demand* capacita al consumidor la personificación de la escucha, dándole libre elección. Es decir, permite elegir el momento, el lugar y el dispositivo de consumo (Videla Rodríguez & Piñeiro-Otero, 2017). Ya no es necesario estar conectado a un dispositivo específico a una hora exacta para disfrutar del programa, si no que con las facilidades de Internet posibilita escuchar el programa donde y cuando quieras.

3.2. El desarrollo del formato Podcast

El formato podcast nace a principios del Siglo XXI. Su nombre fue impuesto por el periodista Ben Hammersley en febrero de 2004 al referirse a él como podcast en un artículo en el diario británico *The Guardian*. En dicho artículo, el periodista utilizó diferentes nomenclaturas para este nuevo formato, pero la que perdura hoy en día es la utilizada por todos: podcast (Terol, Pedrero Esteban, & Pérez Alaejos, 2021).

Podcast o *Podcasting* es un término que procede del inglés y está formado por la palabra inglesa *pod* (vaina o cápsula), que a su vez toma origen del reproductor portátil de apple iPod. Por otro lado, *casting*, procede de la palabra inglesa *broadcasting* (difusión masiva de información o contenido) (Cazalla, 2017).

El alemán Nele Heise define el formato *podcasting* de la siguiente manera (Bonini, 2015):

“Technically, podcasting is a method for delivering audio –and/ or video– files via so-called RSS feeds for download and later playback on various devices (Markman/Sawyer 2014). The term podcast not only refers to a single media file but also to a (music or talk) program, typically consisting of a series of episodes, “new instalments of which can be received by subscribers automatically” (Oxford Dictionaries Online)”.

Así, el podcast ha roto la relación temporal entre el emisor y el receptor (Pérez-Alaejos, Pedrero-Esteban, & Leoz-Aizpuru, 2018), ya que se puede disponer de este tipo de formato en cualquier rango temporal y lugar.

Este formato comparte elementos similares a la radio tradicional, pero se han desarrollado elementos diferenciadores y propios debido a factores como “la digitalización de la grabación, edición, alojamiento y difusión, carácter modular de los contenidos, automatización de los procesos de distribución, variabilidad de los contenidos en función de las condiciones de consumo de los usuarios, propagabilidad de los programas, e interactividad” (Gamir-Ríos & Cano-Orón, 2022).

En cuanto a España, en octubre de 2004 el periodista José Antonio Gelado crea el primer podcast *Comunicando*, dedicado a las nuevas tecnologías e Internet (Terol, Pedrero Esteban, & Pérez Alaejos, 2021). En un principio su intención era continuar con el programa para después colgarlo en la Red, pero tras descubrir el podcast decidió apostar por él. Así, se convirtió en el precursor de este tipo de formato en el ámbito hispanohablante (Terol, Pedrero Esteban, & Pérez Alaejos, 2021).

La creación de estos programas tenía el fin en la realización de narrativas personales, con unas temáticas diferentes y específicas que no eran posibles desarrollarlas en el ámbito periodístico profesional (García-Marín, 2022).

Desde su aparición en 2004 hasta la actualidad este relativo nuevo formato ha pasado por diferentes fases. García Marín (2018) señala cuatro etapas:

- La primera etapa (2004-2005) en las que los primeros grupos comenzaron a desarrollar sus propios podcasts tomando de referencia los realizados en Estados Unidos en 2004. Todo alrededor del podcast era realizado por ellos mismos, tanto el programa como los blogs donde se subían.
- La segunda etapa (2006-2010). En el año que se da comienzo a esta etapa se produce una primera reunión de fans en Málaga lo que produce un crecimiento respecto a los podcasts. A su vez, los medios de comunicación tradicionales empezaron a fijarse en este formato influenciados por los estadounidenses. Esto produjo un incremento en el número de programas y de usuarios.
- La tercera etapa (2010-2015). La radio comienza a emitir sus propios programas de *podcasting* publicándolos en los espacios de difusión de este formato. Esto produce que los medios de comunicación vuelvan a poner su foco en el podcast. En esta etapa se establece de manera definitiva este medio en España mediante la creación de la Asociación Nacional de Podcasting.

- Cuarta etapa (a partir de 2015). Está marcada por un incremento de la popularidad del *podcasting* tanto internacional como nacional. Es en este mismo año cuando aparece *Serial*, el podcast más exitoso en cuanto a descargas. Otro hito importante en el desarrollo de este formato es la creación de la primera red española de podcast, Podium Podcast. Esta está bajo el sello del grupo mediático PRISA, lanzando la plataforma el 7 de junio de 2016.

Pero además de las cuatro etapas señaladas anteriormente, se puede hablar de una profesionalización del podcast durante los últimos años. Donde el número de soportes para albergar estas producciones crecía, acompañado de un mayor número de programas de propia creación. Además, del desarrollo de una posible monetización de los podcasts mediante las suscripciones de los oyentes, algo que desde 2012 se daba en Estados Unidos.

Un punto de inflexión en España fue la pandemia de la COVID-19, momento en el que creció el consumo del formato de manera exponencial lo que produjo que el mercado español pusiera más su foco en este sector. Tras el año de la pandemia, en 2021 se registraron un total de 30.600 podcast más en español (Observatorio iVoox, 2021).

El *podcasting* se ha convertido en un elemento imprescindible tanto en la radio profesional como fuera de ella en el ámbito nacional. La masiva descarga de contenidos de este formato evidenciaba la importancia de este. Tras apenas dos años del lanzamiento de Podium Podcast contaba con un total de 24 millones de descargas de los programas que tenían ofertados (Pérez-Alejos, Pedrero-Esteban, & Leoz-Aizpuru, 2018). Aunque Podium Podcast pusiera los podcasts hispanohablantes en el mapa, ocho años antes nacía iVoox con el fin de alojar, publicar, compartir y escuchar cualquier archivo de audio de manera gratuita. Alojaba en su página web y su aplicación desde podcasts, programas de radio, audiolibros o conferencias (Caballero-Escusol, Nicolas-Sans, & Bustos Díaz, 2021).

La plataforma iVoox es un referente en el podcast hispanohablante. A año 2022, dentro de su catálogo exclusivo en español se podían encontrar más de 380.000 podcasts en castellano, y más de 1,3 millones en más de 50 idiomas (Obervatorio iVoox, 2022). Lo que marca la diferencia de este soporte es la posibilidad de monetización para los productores a través de iVoox Plus, que se implantó en 2018. Su funcionamiento requiere una suscripción por parte de los oyentes con la opción de realizar una contribución

económica. Lo que tiene como posible recompensa adelantos de episodios o contenido en exclusiva de mano del productor (Caballero-Escusol, Nicolas-Sans, & Bustos Díaz, 2021). La plataforma se centra en ayudar a los creadores especialmente para retenerlos exclusivamente dentro de su cantera. Desde 2021, la creación de iVoox Originals da la posibilidad a los productores de profesionalizar su podcast y rentabilizarlo mediante la monetización y conseguir campañas de patrocinio con grandes marcas (Martínez, 2021).

Actualmente, el desarrollo de este tipo de formato se ha intensificado y se ha hecho un hueco notable dentro del panorama radiofónico. Grandes medios de comunicación se han sumado a crear sus propios podcasts fragmentando sus emisiones de programas en directo o creando contenido exclusivo *online*. Además, son más las personas independientes que crean sus propios podcasts para su distribución en las diferentes plataformas disponibles.

3.3. Podium Podcast

Podium Podcast es un proyecto que nace del grupo PRISA radio el 7 de junio de 2016. Supuso la creación de una plataforma con ofertas exclusivas de propia creación, que a su vez bebía del archivo histórico de la Cadena SER (Pérez-Alejos, Pedrero-Esteban, & Leoz-Aizpuru, 2018), teniendo así una oferta más amplia.

La plataforma está dentro del grupo mediático PRISA radio, quien tiene presencia tanto en España como en Latinoamérica. Esto produce una sinergia de colaboración entre ellos (Cazalla, 2017), teniendo la posibilidad de una mayor difusión mundial de los contenidos como de un mayor catálogo.

El proyecto se enfoca en la producción y distribución propia exclusiva para Internet. Durante su primer año de funcionamiento, Podium Podcast publicó 24 programas agrupados en cuatro categorías: Ficción (4), Entretenimiento (9), Esenciales (4), Periodismo (7) (Cazalla, 2017).

Tras pasar nueve años desde su lanzamiento, se puede observar una notoria suma del número de categorías y de programas en su parrilla. Actualmente, cuenta con un total de diecinueve categorías, destacando Sociedad y Cultura, Deportes, Noticias y Comedia como los que más producciones albergan.

Gráfico 2. Número de podcasts por categoría en Podium Podcast.



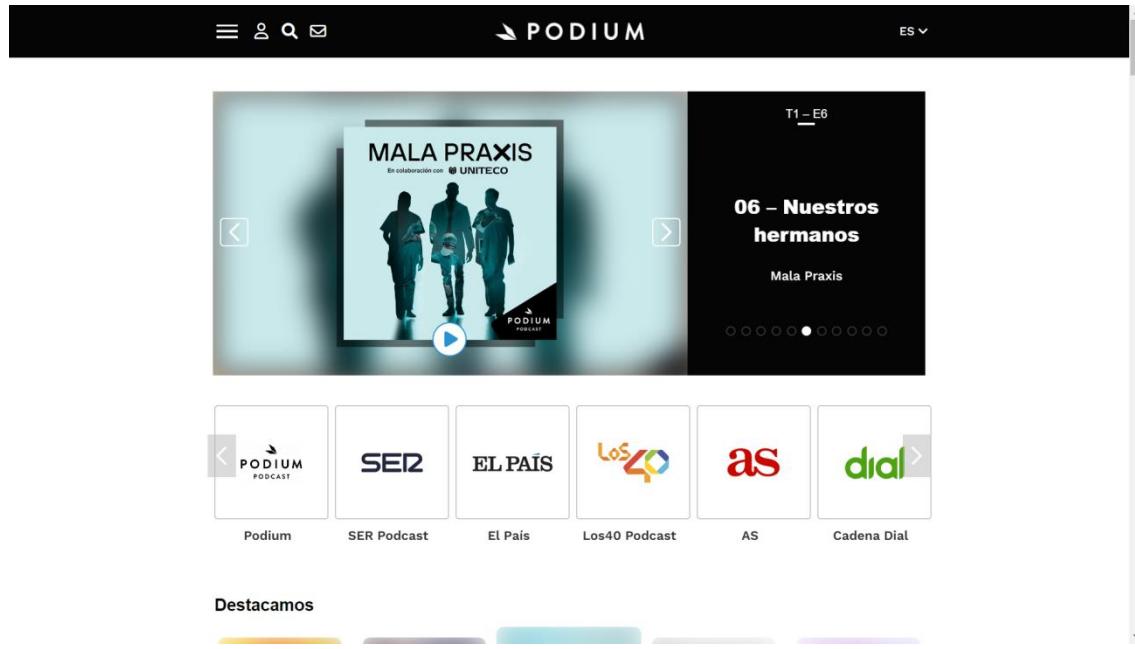
Fuente: elaboración propia en base a los datos de la página web de Podium Podcast.

En el mismo año de su lanzamiento se le otorgó el Premio Ondas al mejor programa, radio o plataforma radiofónica de emisión online. A lo largo de estos años, se han ido sumando más Premios Ondas: Premio Ondas 2020 al Premio Especial en la Organización de los Ondas, Premio Ondas 2020 a ‘Pienso, luego Actúo’ de Yoigo en Podium Podcast, Premio Ondas 2021 al Mejor podcast o programa de emisión digital (ex aequo): Deforme semanal ideal total en Radio Primavera Sound de Lucia Lijtmaer e Isa Calderón; y Estirando el chicle en Podium Podcast de Victoria Martín y Carolina Iglesias. Un año lleno de galardones fue 2022 en el que obtuvo Premio Ondas a “Solaris” mejor podcast experimental, “La esfera” como mejor diseño sonoro, Luis Zahera, mejor actor por la esfera, y “Guerra 3” galardonado como mejor producción y mención especial del jurado para “Toxicomanía” (Podium Podcast, s.f.). Esto demuestra la gran acogida dentro del público de sus producciones, como de la creciente mejora en el desarrollo de las mismas con una mayor calidad.

Aunque la principal función de la aplicación es la distribución y producción de audio, esto no es lo único que se realiza. A través de la página web crean otros contenidos

relacionados con los programas y episodios para el blog, que contiene textos, imágenes y elementos de vídeo para YouTube (Cazalla, 2017).

Imagen 1. Portada de la página web de Podium Podcast.



A su vez, tienen presencia en redes sociales, creando así una comunidad en la red, donde comparten avances de podcasts, recomendaciones, y publicaciones interactivas.

Imagen 2. Perfil de Instagram de Podium Podcast.

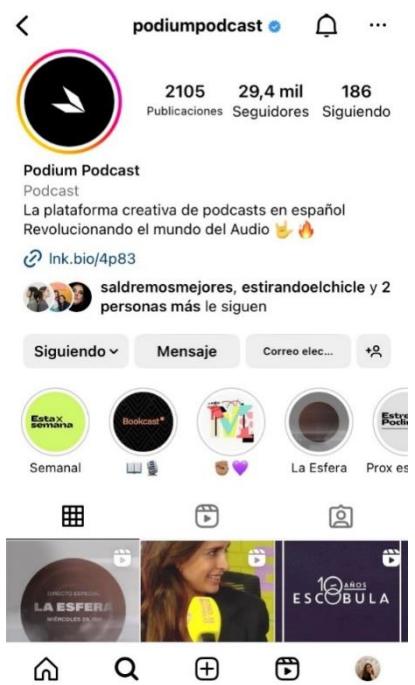


Imagen 3. Perfil de Twitter de Podium Podcast.



3.4. YouTube como distribuidora de podcasts

YouTube es la plataforma audiovisual por excelencia. La famosa aplicación irrumpió en Internet en 2005 con su primer vídeo “Meet at the zoo”. Aunque en un inicio no fue denominada una red social al uso, a día de hoy no hay duda sobre ello y es considerada como tal. Pero cumple con unas características que la hacen diferente a las demás, ya que el único producto que ofrece es el vídeo y su modo de acceder no exige ningún registro (Sixto-García, Rodríguez-Vázquez, & Soengas-Pérez, 2021). Además, dentro de lo audiovisual emite una gran variedad de productos como música, debates, charlas, programas, podcasts, resúmenes deportivos, videotutoriales, vídeos de humor, consejos, clases de diferentes materias (Sixto García & Rodríguez-Vázquez, 2021).

Dentro de nuestra área de investigación, los podcasts utilizan esta plataforma con el fin de emitir extractos de estos mismos de manera audiovisual, o publicar los episodios completos, generando así un contenido *crossmedia*

El estudio Digital News Report (2022) señala YouTube como la primera plataforma en el consumo de podcasts con un 30% de uso, seguida de Spotify (26%) e iVoox (19%). En gran medida se puede atribuir esto a una cualidad que los otros soportes no ofrecen, y es poder disfrutar de la parte audiovisual del contenido, como de la interactividad dentro de la misma con la posibilidad de hacer comentarios y valoraciones.

YouTube da la oportunidad de consumir más allá del audio y disfrutar de la sensación auditiva, sino que permite añadir información al contexto del audio mediante el vídeo. En la actualidad, muchos de los podcasts cuentan con esta posibilidad y ya no solo enfocan el lenguaje a una perspectiva radiofónica, si no también audiovisual.

Pero que esta plataforma se haya posicionado como la primera en consumo de podcast ha sucedido sin apenas esfuerzo, esto se debe al poder que tiene YouTube para acaparar mercados como ocurrió respecto al mercado de la música (Dotan & Biño, 2022). Parte también se debe a las formas de consumo, esta red social es un gran atractivo para los jóvenes, ya que estimula su parte sensorial mediante los vídeos.

YouTube es una de las fuentes de monetización más fuertes para la financiación de los podcasts mediante la publicidad introducida dentro de los vídeos (Gamir-Ríos & Cano-Orón, 2022). Lo que produce una alta introducción de podcasters dentro de la red social, por sus altos índices de audiencias que acapara para poder ingresar en mayor medida.

La plataforma audivisual está abarcando un gran éxito, por lo que dentro de la misma se está instaurando una nueva sección destinada a la agrupación de podcasts. Así, se podrán crear listas de reproducción destinada a las series de podcasts, pero lo más novedoso dentro de esta innovación es el desarrollo de los propios podcast mediante YouTube Studio (Ferrer-Bonsoms Cruz, 2023). Esta ventana de momento solo se encuentra desarrollada en la página de Estados Unidos YouTube, pero podría posicionarse como el nuevo soporte de podcasts de creación propia.

4. Investigación y resultados

4.1. Cuadros de invitados

A través de este cuadro de invitados dividido por invitados y los episodios donde aparecen se pretende sistematizar todos los invitados que han formado parte a lo largo de las dos temporadas del podcast *Saldremos Mejores* para así conocer que personalidades han pasado por el programa.

Tabla 2. Invitados de la temporada 1

TEMPORADA 1		
EPISODIO	INVITADO	PROFESIÓN/MOTIVO POR EL QUE ACUDE AL PROGRAMA
1x12: Centro de atención precaria	Mónica García	Diputada en la asamblea de Madrid y altavoz de Más Madrid, y médica.
1x16: Terrorismo	Carola García-Calvo	Investigadora principal del Instituto Elcano
1x19: El Sáhara no se vende	Bahia M. Awah	Poeta y activista saharaui
1X14: Señores maduros buscan guerra	Alán Barroso	Polítólogo
	Margaryta Yakovenko	Periodista ucraniana
1x21: El mundo es mucho mejor que Twitter	Ada Colau	Alcaldesa de Barcelona
1x24: Europe's Living a celebration	Tony López	Periodista y experto en el festival de Eurovisión
1x25: Imponer las reglas	Iker Seisdedos	Corresponsal de <i>El País</i> en Washington
	Irene Montero	Ministra de Igualdad
1x26: Bailar Pegasus es bailar	Gabriel Rufián	Diputado del Congreso de los Diputados de España por Esquerra Republicana de Catalunya
1x30: El enemigo conoce el sistema	Marta Peirano	Periodista experta en ciberseguridad
1x31: Orgullo crítico	Antonio Nuño	Periodista con perspectiva LGTBI
	Sandra Carmona	Escritora gitana
	Sisi Cáceres	Activista
	Laura Terciado Ana Baquera	Conductoras del podcast <i>Maldito Bollodrama</i>

Fuente: creación propia

Tabla 3. Invitados en la temporada 2

TEMPORADA 2		
EPISODIO	INVITADO	PROFESIÓN/MOTIVO POR EL QUE ACUDE AL PROGRAMA
2x02: Necesitamos política	Yolanda Díaz	Vicepresidenta segunda del Gobierno de España y ministra de Trabajo y Economía social
2x03: Resilencia de ancianos	Daniel Sánchez Arévalo	Director de cine
2x06: Renta básica incondicional	Mayte Quintanilla	Activista y humanista fundadora de la organización Renta básica incondicional
	Sergi Raventós	Experto en Renta básica
2x07: Islamofobia	Chaimaa Bourkharsa	Activista y licenciada en estudios árabes e islámicos
2x10: A tu teoría le falta calle	Irene Valiente	Miembro de la Federación Regional de Asociaciones Vecinales de Madrid
	Yeison F. García	Miembro y coordinador de la Asociación Conciencia Afro
	Daniel Treviño	Sindicalista de CNT y anarquista
2x11: Sí es sí, sí o sí	Violeta Assiego	Jurista feminista y experta en Derechos Humanos
2x13: No blanca Navidad	Marita Zambrana	Feminista y activista antirracista. Miembro de SOS Racismo Madrid y participa en el movimiento Regularización YA
2x14: Mini ciudadanía	Patricia Fernández	Presidenta de la Asociación Avanza Sin Miedo
2x15: Nos vemos en los tribunales	Inés Santaella	Corresponsal de <i>El País</i>
	Manuela Carmena	Magistrada y ex alcaldesa de Madrid por Más País
2x16: Partículas subautonómicas	Aitana Mas	Portavoz, vicepresidenta y consejera de Igualdad en la Generalitat valenciana

2x17: Beniyork	Erik Harley	Investigador y divulgador experto en Estudios Urbanos, y creador del Pormishuevismo
2x19: Montarse la película	Carolina Yuste	Actriz
2x20: Pueblo gitano	Silvia Agüero	Escritora feminista gitana
2x21: China	Alba Leiva	Experta en Relaciones Internacionales y Geopolítica y redactora en <i>El Orden Mundial</i>
2x22: Cuidando al 8M	Carolina Elías	Presidenta de la asociación Servicio Doméstico Activo
	Mar Jiménez	Presidenta de la Unión de Kellys de Madrid
2x23: Adopción	Nuria Serena	Madre adoptiva
2x24: Adictas al check	Yago Álvarez	Periodista de <i>El Salto Diario</i>
	María Gómez	Psicóloga experta en adicciones
2x25: Opus Dei	Miguel Agnes	Director del podcast EPSA
	Asun Mayor	Exmiembro del Opus Dei
2x26: Come y calla	Victoria Lozada	Nutricionista
2x27: Ecobajona	Jorge Riechmann	Ecologista, ensayista y poeta
2x28: Bebés robados	Carmen López	Miembro de Amnistía Internacional
	Laura Perales	Víctima, madre a la que robaron su bebé en 1980
2x29: Ánimo, doctorandas	Nacho Segarra	Experto en comunicación y género
	Ana Garriga	Doctorada y doctoranda
2x30: Adelantar el viernes	Alice Waddington	Directora de cine
	Íñigo Errejón	Diputado en Más País
2x31: A votar, zorras	Ana Salazar	Consultora política
	Moha Gerehou	Periodista y activista antirracista
2x32: Terapia electoral	Montserrat Domínguez	Periodista y directora de contenidos de la Cadena SER

Fuente: creación propia

4.2. Análisis técnico *Saldremos Mejores*

El análisis técnico que se va a realizar a continuación consta de un estudio de los cinco programas más visualizados en YouTube a fecha 5 de abril de 2023. A partir de

esta investigación se pretende conocer en profundidad los mecánicos claves para el desarrollo de cada programa, las secciones que lo componen y los temas más recurrentes. Así se dará con las piezas claves por las que están posicionados como los cinco más visualizados.

Tabla 4. Análisis episodio 1x01: Abortar no es llegar y besar el santo

FICHA TÉCNICA <i>SALDREMOS MEJORES</i>	
Título del episodio	Abortar no es llegar y besar el santo
Temporada	1
Número del episodio	01
Fecha	20 de octubre de 2021
Duración	50 minutos 18 segundos
Visualizaciones	80.408
Productora	Podium Podcast
Plataforma de origen	YouTube
Conductoras	Inés Hernand Nerea Pérez de las Heras
Invitados	No
Temas tratados	<ul style="list-style-type: none"> • Casa Real: Delitos fiscales del rey emérito Juan Carlos I • Entretenimiento: Balloon World cup • Feminismo: Polémica revelación de los autores detrás de Carmen Mola • Iglesia: confusión sobre los huesos del apóstol Santiago • Aborto: tema central <ul style="list-style-type: none"> ◦ Reforma de la ley del aborto ◦ Educación afectivo sexual ◦ Objeto de conciencia ◦ Derivación a centros privados ◦ Carencia de apoyo psicológico • Justicia: negligencia médica • Ideología: bandera de España

Géneros que aparecen	<ul style="list-style-type: none"> Noticia Tertulia
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> Carrusel de noticias Tema central Sección: respuestas jurídicas Radio novela
Sintonía	Si
Efectos sonoros	Si
Target	Mujeres

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Análisis episodio 1x04: Dependientes somos todos.

FICHA TÉCNICA SALDREMOS MEJORES	
Título del episodio	Dependientes somos todos
Temporada	1
Número del episodio	04
Fecha	10 de noviembre de 2021
Duración	1 hora 04 minutos 30 segundos
Visualizaciones	71.320
Productora	Podium Podcast
Plataforma de origen	YouTube
Conductoras	Inés Hernand Nerea Pérez de las Heras
Invitados	No
Temas tratados	<ul style="list-style-type: none"> Sociedad: España tercer país europeo con mayor tasa de riesgo de pobreza y exclusión social infantil. Cambio climático: COP26. Sociedad: repunte de agresiones sexuales. Ley: fin de la Ley Mordaza. Sociedad: libertad de expresión. Dependencia: tema central <ul style="list-style-type: none"> Cuidados

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Deshumanización de las cuidadoras ○ Residencia de ancianos ○ Sistema de dependencia ○ Trámites ○ Solicitud de dependencia ● Sexualidad: clítoris.
Géneros que aparecen	<ul style="list-style-type: none"> ● Noticia ● Tertulia
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> ● Presentación ● Carrusel de noticias ● Tema central ● Sección: La no ciudadana ● Radio novela
Sintonía	Si
Efectos sonoros	Si
Target	Mujeres

Fuente: elaboración propia

Tabla 6. Análisis episodio 1x25: Imponer las reglas.

FICHA TÉCNICA SALDREMOS MEJORES	
Título del episodio	Imponer las reglas
Temporada	1
Número del episodio	25
Fecha	18 de mayo de 2022
Duración	1 horas 02 minutos y 25 segundos
Visualizaciones	67.105
Plataforma	Podium Podcast
Plataforma de origen	YouTube
Conductoras	Inés Hernand Nerea Pérez de las Heras
Invitados	Si, Iker Seisdedos e Irene Montero
Temas tratados	<ul style="list-style-type: none"> ● Corrupción: caso Villarejo

	<ul style="list-style-type: none"> • Europa: Finlandia y Suecia piden entrar en la OTAN • Franquismo: elusión de los crímenes franquistas en visitas al Palacio de Lidia • Racismo: detención de un supremacista blanco tras un tiroteo en EE. UU. • Aborto: tema central <ul style="list-style-type: none"> ◦ Cambio en la regularización del aborto en EE. UU. ◦ Reforma de la Ley del aborto en España ◦ Salud menstrual ◦ Educación sexual integral ◦ Derogación de la bajada del IVA de los productos de higiene menstrual ◦ Eliminación de los 3 días obligatorios de reflexión ◦ Vientres de alquiler ◦ Violencia obstétrica
Géneros que aparecen	<ul style="list-style-type: none"> • Noticias • Tertulia • Entrevista
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación • Carrusel de noticias • Tema central <ul style="list-style-type: none"> ◦ Entrevista con Irene Montero
Sintonía	Si
Efectos sonoros	Si
Target	Mujeres

Fuente: elaboración propia

Tabla 7. Análisis episodio 2x15: Nos vemos en los tribunales

FICHA TÉCNICA SALDREMOS MEJORES	
Título del episodio	Nos vemos en los tribunales
Temporada	2
Número del episodio	15
Fecha	18 de enero de 2023
Duración	59 minutos 18 segundos
Visualizaciones	63.991
Productora	Podium Podcast
Plataforma de origen	YouTube
Conductoras	Inés Hernand Nerea Pérez de las Heras
Invitados	Si, Inés Santaeulalia y Manuela Carmena
Temas tratados	<ul style="list-style-type: none"> • Música: canción de Shakira contra Pique • Política: declaraciones de Luis García Gallardo sobre implementar unas medidas contra el aborto en Castilla y León • Perú: “autogolpe de Estado” del presidente Pedro Castillo • Poder judicial: tema central <ul style="list-style-type: none"> ○ La Ley del solo Sí es Sí ○ Reforma a la hora de estudiar la ley y las normativas ○ Situación de la Consejería general de poder judicial ○ Sencillez en las sentencias judiciales ○ Distancia entre la justicia y la ciudadanía: humanización de las instituciones ○ Conservadurismo
Géneros que aparecen	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Entrevista • Tertulia

Estructura	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación • Carrusel de noticias <ul style="list-style-type: none"> ○ Conexión con Inés Santaesulalia • Tema central <ul style="list-style-type: none"> ○ Entrevista con Manuela Carmena
Sintonía	Si
Efectos sonoros	Si
Target	Mujeres

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. Análisis episodio 2x02: Necesitamos política

FICHA TÉCNICA <i>SALDREMOS MEJORES</i>	
Título del episodio	Necesitamos política
Temporada	2
Número del episodio	02
Fecha	28 de septiembre de 2022
Duración	1 hora 03 minutos 01 segundos
Visualizaciones	57.835
Productora	Podium Podcast
Plataforma de origen	YouTube
Conductoras	Inés Hernández Nerea Pérez de las Heras
Invitados	Si, Yolanda Díaz
Temas tratados	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación: Show de Estirando el Chicle en el WizinkCenter • Italia: la coalición de ultraderecha en Italia gana las elecciones • Feminismo: asesinato en Irán de Masha Amini de 22 años tras ser detenida por llevar mal el velo • Política: tema central <ul style="list-style-type: none"> ○ Distancia entre la política y la ciudadanía ○ Ultraderecha

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Abstención de voto ○ Vivienda ○ Movilización colectiva ○ Polarización de discursos en las redes sociales ○ Negociaciones ○ Autónomos ○ Derechos de los trabajadores ○ Situación del 2023 para España ○ Proyecto político de Yolanda Díaz
Géneros que aparecen	<ul style="list-style-type: none"> • Noticia • Tertulia • Entrevista
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación • Carrusel de noticias <ul style="list-style-type: none"> ○ Intervención de Chaaima Bourhasa • Tema central <ul style="list-style-type: none"> ○ Entrevista con Yolanda Díaz
Sintonía	Si
Efectos sonoros	Si
Target	Mujeres

Fuente: elaboración propia

4.2.1. Conclusiones análisis técnico

Tras el visionado y el análisis técnico de estos cinco programas se puede concluir que hay una gran reiteración en temas que giran en torno al feminismo, en especial, el aborto, ya que dos de sus cinco episodios más vistos tienen como tema principal este mismo. Esto puede deberse a que el público objetivo del podcast son mujeres y es un tema que les concierne y, además, en su momento de emisión era un tema de gran relevancia pública.

Otro punto por mencionar es que el programa se rige principalmente por la tertulia entre las dos conductoras comentando desde sus puntos de vista los diferentes temas y noticias que sacan a coalición a lo largo del episodio.

Por otro lado, se puede remarcar que tienen una gran expectación los programas que cuentan con invitadas, sobre todo, de gran calibre como dos ministras del actual Gobierno de España, Irene Montero y Yolanda Díaz, como personajes que están en el ojo público de la política, Manuela Carmena, exalcaldesa de Madrid. Son tres mujeres referentes en España y que generan una gran aceptación entre las mujeres de la población con una línea de pensamiento progresista como el que sigue el programa, pero a su vez tres de las políticas más criticadas por orientación ideológica contraria. Además de las entrevistas, se apoyan en otros periodistas y expertos para tratar ciertos temas. En tres de los cinco programas analizados hay conexiones o testimonios de expertos para contextualizar mejor el problema.

En cuanto a los invitados, hay una gran diferencia en el número de invitados de la temporada 1 a la temporada 2. Mientras que en su primera temporada hay un total de diez episodios en los que cuentan con invitados, en su segunda temporada cuentan con un total de veinticinco episodios. Configurando así gran parte de esta última temporada en episodios centralizados en entrevistas e intervenciones de invitados expertos en los diversos temas. A su vez, como se ve en los cuadros donde se recogen los invitados de ambas temporadas, estos tienen un perfil específico acorde con la postura que sigue el programa. Todos ellos tienen alguna relación con la política, en específico, con una ideología determinada, y una gran variedad de ellos son parte de movimientos activistas relacionados con el racismo, el movimiento LGTBI+, feminismo, o la reivindicación vecinal. Punto que coindice con la línea ideológica perfilada en el desarrollo del podcast.

Desde el punto de vista técnico, hay un gran uso de efectos sonoros a lo largo del programa con la integración de canciones, aplausos, u otros acordes con las intervenciones de las conductoras. Esto genera dinamismo y, en muchas ocasiones, refuerza el mensaje mandado. En cuanto a las secciones, se puede observar una desaparición de algunas como “la no ciudadana” o la radio novela. Esto se puede deber a que así hay más minutos destinados a la entrevista con las invitadas.

4.3. Análisis del discurso

En el presente apartado, se va a realizar un análisis de discurso de los cinco episodios más escuchados del podcast, que han sido previamente analizados desde un punto de vista más técnico. El fin es conocer detalladamente las fórmulas más destacadas

de cada programa para entender el éxito de audiencias de los mismos y ver qué características comparten entre sí.

4.3.1. Análisis episodio 1x01: Abortar no es llegar y besar el santo

El primer episodio del podcast *Saldremos Mejores* lleva como título Abortar no es llegar y besa el santo. Como apertura del programa, su tema central de análisis y conversación va a ser el aborto en España. Esta elección viene contextualizada por la presente reforma de la Ley del aborto, que se estaba fraguando en el momento de emisión del programa.

El podcast comienza con sus conductoras notablemente emocionadas por su inicio y se denominan “compañeras” entre ellas. El formato que se presenta se basa en un análisis de las noticias de actualidad del momento y en tratar un tema en profundidad, todo ello en clave de humor y sátira, pero desde una perspectiva crítica y progresista.

Así, abren su sección “Carrusel de noticias” con la polémica sobre el Rey Emérito Juan Carlos I y sus delitos fiscales. Ya desde este primer asunto se puede vislumbrar el uso del sentido del humor y, sobre todo, del sarcasmo para tratar asuntos de esta índole. La conductora Nerea Pérez de las Heras hace uso de ello, por ejemplo para situar la monarquía como algo que está “muy bien para Narnia o Juego de Tronos”. Haciendo así también gala un poco de la sátira, introducen un audio de Juan Carlos I “Lo siento mucho, me he equivocado y no volverá a ocurrir. Y gracias por vuestro interés estos días y estar aquí tanto tiempo”.

Presentan un discurso que no conoce filtros, sobre todo, la comunicadora Inés Hernand que con tal solo cuatro minutos de programa declara a ambas conductoras como republicanas en un país ampliamente monárquico.

Siguiendo con el guion establecido introducen una serie de noticias de corte social que han estado en boca de todos, examinándolos desde una perspectiva feminista y crítica. Concretamente, en la presentación de la noticia del desvelo de identidad de Carmen Mola, las dos presentadoras muestran una actitud bastante crítica ante la situación y el teatro que realizaron los tres hombres que estaban detrás del nombre de la autora. Muestra de este hartazgo Inés Hernand dice “tienen los cojones de color gris, casi negro. Lo que son ustedes son unos caraduras y se tienen que comer este pequeño *bife*”.

Introducen el tema central del aborto preguntándose por qué no se puede sacar de la actualidad el tema remarcando “esto era actualidad para tu abuela, tu bisabuela”. Entrando ya en materia, desde el programa lo hacen con la escucha de unas declaraciones de la alcaldesa de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, a gritos de las conductoras de “presi”. Todo ello desde el humor y la sátira que las caracteriza. Siguiendo así su línea humorística para hacer gracia sobre las declaraciones de Ayuso sobre el aborto, sintonizan la canción *Paquito el chocolatero* ridiculizando así las palabras de la presidenta y como celebración de todos los países que han despenalizado el aborto.

No todo se mira desde una perspectiva de humor, sino también crítico desde la visión de la periodista Nerea Pérez de las Heras, y de la abogada y comunicadora Inés Hernand. Por lo que hacen un análisis en profundidad de la situación actual del aborto, tanto desde una visión jurídica como social.

Destaca en gran medida la exposición del caso personal de Inés Hernand, que tuvo un aborto a los 24 años. Hacen un análisis de la situación que se vive al realizarlo, sacando a coalición tema como los tres días de reflexión, los escraches a clínicas abortivas, los juicios sobre las mujeres, o la derivación de centros sanitarios públicos a privados. Tras las observaciones de las conductoras sobre estos temas, Inés Hernand califica de “anormal” las declaraciones de Ayuso, siguiendo así su línea de discurso condenatorio hacia la presidenta de Madrid.

Es más, desde el programa siguen señalando a otros políticos que han hecho declaraciones de este corte antiabortista como las de Ortega Smith, secretario general de Vox en ese momento. Nerea Pérez de las Heras compara las declaraciones del político con el libro *El cuento de la criada*. O las de Luis Argüello, secretario general de la Conferencia Episcopal Española. Estas últimas destapan una gran polémica dentro del programa por su indignación ante ellas, llegando a denominar al arzobispo “hijo de puta”. Palabras bastante fuertes y condenatorias, pero que reflejan la línea del programa, es decir, un podcast sin filtros en el lenguaje como en las críticas.

Cierran el tema con una gran reflexión sobre el aborto en la sociedad, defendiendo la normalización de la acción tanto en el ámbito social como en el sanitario para acabar con el acoso ante las mujeres que lo realizan.

Para finalizar el programa, realizan una radio novela sobre la bandera de España marcada por el humor y el sarcasmo. Así, hacen una *performance* donde Inés toma el

papel de la ultraderecha y Nerea de la bandera a través de una conversación de pareja. De esta manera, ridiculizan como acapara la ultraderecha la bandera para sus fines ideológicos.

Un primer programa que refleja muy bien la línea que va a seguir el podcast en sus emisiones, cargado de humor, pero también de crítica. No hay ningún filtro en los discursos que realizan, canalizando la personalidad de las conductoras. Desde este primer programa muestran una línea política ideológica muy determinada: de izquierdas, progresistas y republicanas. Esto no solo se puede apreciar en sus análisis críticos, se declaran ellas mismas como tal. Esta categorización va a condicionar el desarrollo del podcast.

4.3.2. Análisis episodio 1x04: Dependientes somos todos

El cuarto episodio del podcast lleva como título Dependientes somos todos, en el que se adentra en profundidad sobre las personas dependientes tanto personas mayores como interdependientes por cualquier problema de salud y, sobre todo, en el papel de las cuidadoras.

Las conductoras comienzan con su sección “Carrusel de noticias” con una primera noticia sobre un estudio en el que posicionan a España como el tercer país europeo con mayor tasa de riesgo de pobreza y exclusión social infantil. Toman este tema desde un punto de vista de la brecha de clases que lleva a los más desfavorecidos a tener una peor alimentación. En este episodio siguen sumando la reproducción de declaraciones de la presidenta de Madrid como modo de crítica tanto a Ayuso como de su política.

Siguiendo así con la sección, destaca su análisis sobre la COP26 haciendo un “hall of fame” como ellas llaman de asuntos destacados, pero todo ello visionado desde un punto de vista crítico y humorístico. Denuncian el aumento de las agresiones sexuales, pero subrayan la invasión que se realiza cuando se produce una descripción de las heridas físicas infringidas a las víctimas. Siendo de nuevo altavoz de todas mujeres.

Después de dos noticias más analizadas y comentadas, introducen el tema de profundidad dedicado a las personas dependientes. Remarcar la frase de introducción de Pérez de las Heras: “Somos seres interdependientes, frágiles, que necesitamos de los demás para existir. O sea, dependientes somos todos y todas, unos más que otros”. Haciendo así una reflexión sobre nuestras capacidades de independencia, e igualando así

que todos tenemos los mismos derechos y, por tanto, las personas dependientes deben ser cuidadas y tratadas en las mejores condiciones.

Recalcan la necesidad de cuidados de estas personas, y el esfuerzo, principalmente, de las mujeres a cuidar a estas personas. Hacen una mención especial a la deshumanización de las cuidadoras profesionales, destacando así el racismo integrado a la hora de contratar a una cuidadora y las condiciones laborales en las que trabajan. Nerea Pérez de las Heras hace una gran reflexión sobre esta situación: “No podemos hacer como que esta realidad no existiera”. Con esta frase lo que pretende hacer es una llamada de atención para que la gente sea más consciente de las injusticias dentro de esta realidad.

Otro punto que denuncian es las residencias. A partir de este asunto, Inés pone sobre la mesa el caso que vivió con su abuela. Acercando así el tema a una situación real para exemplificar la situación en la que se encuentran las residencias en España y, sobre todo, la denuncia a los trámites burocráticos que hay que llevar a cabo, y que retrasa aún más la posibilidad de que aquellas personas dependientes tengan la atención merecida.

Hacen una reivindicación para paliar esta situación a la realización de una reforma de la Ley de dependencia. Así dan datos relevantes como “Durante la pandemia, 56.000 personas murieron mientras esperaban ser atendidas con la prestación”. De esta manera, hacen un análisis crítico basado en argumentos e ideas propias y muestran datos verídicos sobre la situación.

El programa además de centrarse en las personas dependientes como tal, también hace una revisión de los trámites que tienen que realizar las personas que lo tienen a su cargo. Siguiendo el discurso general del podcast, vuelven a representar este problema a través de la vivencia de la conductora Nerea Pérez de las Heras. Y, añaden un testimonio de una persona que está sufriendo este panorama burocrático. Dando así voz y plataforma.

Tras la tertulia sobre el tema principal, se adentran en su sección “La no ciudadana” sobre cuestiones jurídicas, y en este caso Inés Hernand da los pasos clave para solicitar la Ley de dependencia.

Para cerrar el programa dentro del marco del humor, protagonizan la radio novela centralizada en el clítoris. Haciendo así una demanda sobre su existencia tras un tweet que decía lo contrario. De esta manera, mantienen una conversación ficticia entre el

twittero y el clítoris. Esta sección puede ser bastante polémica por los mensajes que mandan, pero al estar tan englobada en la sátira suaviza el impacto.

4.3.3. Análisis episodio 1x25: Imponer las reglas

El tercer programa más visualizado de *Saldremos Mejores* lleva como título *Imponer las reglas* y está nuevamente dedicado al aborto. En este caso debido a reforma de la Ley del aborto elaborada por el ministerio de Igualdad. En este contexto, traen de invitada a la ministra de igualdad Irene Montero para detallar aspectos de esta nueva reforma.

Abren el programa con la noticia sobre la filtración de audios en el Caso Villarejo, en este caso con Cospedal. De esta manera, inciden en la corrupción del Partido Popular a lo largo de los años. Así, la conductora Inés Hernand hace una *performance* de humor sacando una bandeja de hostelería donde carga con toda “la corrupción, falsedad, prevaricación y angustia” como ella misma se refiere. En este mismo programa hacen alusión a las oyentes y seguidoras del programa como “mejorcitas” haciendo alusión a una unión común entre las oyentes y ellas mismas.

Después de esta introducción, toman un tono más serio para adentrarse en su “Carrusel de noticias”. Siguiendo el guion establecido, destacan una noticia sobre como pasan por alto el franquismo en las visitas guiadas al Palacio de Liria, remarcar la intervención de Inés Hernand en la que dice “Nooo, Nerea, no me lo puedo creer. Hay una especie de pacto franquista que libró, a lo mejor, a la Casa de Alba de pagar sus impuestos por el patrimonio. Ah, no creo que eso fuera verdad”. Como se puede oír, estas declaraciones son totalmente sarcásticas y siguen con el tono del programa de denunciar actos de la derecha y ultraderecha.

Como precedente al tema central del aborto en España. Remarcan la noticia sobre el aborto en Estados Unidos. Para cubrir este asunto, realizan una conexión con el periodista de *El País* Iker Seisdedos, que está cubriendo la noticia. El periodista contextualiza la situación tanto con datos anteriores sobre la regulación del aborto como el panorama actual que presenta.

Siguiendo el guion y adentrándose así en materia, presentan a través de una declaración de la protagonista a Irene Montero. Así comienza la entrevista que más que eso es una tertulia entre las conductoras y la ministra de igualdad. Haciendo así una conversación amena entre mujeres sobre el aborto, las reglas incapacitantes. Irene

Montero hace una reflexión sobre este último tema “dejar de vivir esto con estigma o culpa”. De esta manera, presentan el cambio de la ley que reconoce estas circunstancias que muchas mujeres viven.

Otro tema que se recalca y desde Inés Hernand destaca en profundidad es la integración de educación sexual afectiva en todas las etapas de la educación. La ministra defiende esta nueva regulación como una de las más importantes para poder educar en igualdad a los niños. Aplaudido desde el podcast una de las medidas instauradas como la de reparto de productos anticonceptivos como de higiene femenina. Aunque a lo largo de la entrevista se tratan puntos que se han ido incluyendo en esta nueva ley, se hace una mención especial a aquellos que no. La ministra Irene Montero hace alusión a la negociación realizada para poder bajar el IVA de los productos de higiene que no ha podido realizarse. Pero se recalcan otros temas como los vientos de alquiler o la violencia obstétrica que muchas mujeres sufren.

Los cuarenta minutos dedicados exclusivamente a la entrevista con Irene Montero el tono que se muestra es notoriamente más serio por el tema que repercute como por la personalidad que protagoniza el programa.

4.3.4. Análisis episodio 2x15: Nos vemos en los tribunales

El presente episodio Nos vemos en los tribunales de su segunda temporada es el cuarto más escuchado. En este programa se centran en hablar sobre el sistema judicial a raíz de la Ley solo sí es sí. Para entender mejor el contexto y lo que está ocurriendo cuentan con la invitada, la exalcaldesa de Madrid y magistrada, Manuela Carmena.

Comienzan el programa como es habitual en ellas con unas declaraciones que han levantado polémica en España. En este caso las palabras de Luis García Gallardo, vicepresidente de la junta de Vox, sobre las ecografías 4D, pero su más sorprendente respuesta “yo no sé muchos de embarazos”. Así, en el programa vuelve a introducirse el tema del aborto, algo habitual en los otros episodios analizados.

Siguiendo con el guion del programa y su “Carrusel de noticias” analizan en profundidad las declaraciones de García Gallardo y las nuevas demandas antiabortistas que quieren implementar. Y denominan como “tóxica” la relación política entre Mañueco, presidente de la junta de Castilla y León y García Gallardo, vicepresidente. Se destaca la disertación de Inés Hernand en la que explica todas las trabas legales que hay para que todas estas nuevas medidas puedan realizarse y como ampara la ley la

prohibición de estas pruebas. Estas explicaciones por parte de la conductora acercan a las oyentes diferentes situaciones jurídicas, con un lenguaje sencillo y comprensible para personas no entendidas en la materia.

Para una mayor explicación de la situación de ese momento de Perú, hacen una conexión con Inés Santaesulalia, periodista de *El País*, que está cubriendo la noticia. La periodista hace un análisis del contexto político del país para explicar cómo ha acabado Perú en un “autogolpe de Estado”.

Así, tras esta intervención siguen con el programa internándose en el tema central y como denominan con su “invitada de ensueño”. Manuela Carmena hace una reflexión sobre uno de los asuntos que más le han llamado la atención en su tiempo como magistrada en Madrid y es la maldad que hay dentro de las personas. Es de enfatizar ya que en varias ocasiones se defiende que las personas no somos malas, pero como ha ido explicando la exalcaldesa sí que existe y se puede ver, ya no solo en los actos, sino también en la persona.

Prosiguiendo con la entrevista le preguntan sobre la Ley solo sí es sí y las reducciones de penas que se están realizando. Defiende así a las autoras de esta ley y el fin mismo de la ley, que no era que se redujeran las penas si no proteger a las mujeres.

Las conductoras hacen alusión al machismo intrínseco dentro de los jueces. A lo que Carmena hace una apreciación que va mucho más allá, recalando que los jueces se centran demasiado en las leyes y en instaurarlas tal y como son. Así, hace una defensa para que el estudio de las leyes se tome desde una perspectiva diferente, más a que consecuencias tienen y como afectan a la sociedad.

Destacable la revisión sobre la situación del Consejo del poder judicial que hace Manuela Carmena. Mediante esta, trae a los oyentes de una manera amena y clara que es lo que está sucediendo y la importancia de que se discuta desde el Congreso para poder acabar con la situación. A su vez, acerca la importancia de este tema a la gente y como puede afectarles en su día a día.

Así, la entrevista toma un tono más serio que en otras ocasiones, pero muy distendida con una gran colaboración entre las tres. Sin embargo, la protagonista por excelencia y la que tiene más la voz de la palabra es la invitada que instruye a las oyentes

en diferentes asuntos judiciales, y hace un análisis bastante exhaustivo del poder judicial y los cambios que se podrían llevar a cabo tanto en su enseñanza como en su labor.

4.3.5. Análisis episodio 2x02: Necesitamos política

El último episodio para analizar y por tanto el quinto más reproducido de *Saldremos Mejores* es su capítulo segundo de la segunda temporada. Este cuenta con la invitada ministra de Trabajo y Asunto Social y vicepresidenta segunda del Gobierno, Yolanda Díaz. Junto con la ministra tratan en profundidad la política.

Abren el programa mencionando el espectáculo de Estirando el chicle en el Wizink Center de Madrid. Y lo denominan como un “cambio generacional de la comunicación y la comedia”. Así, entran en defensa del show y el significado del éxito para todas las mujeres comunicadoras. Haciendo así un mensaje de sororidad entre mujeres, habitual entre sus mensajes.

Comienza el “Carrusel de noticias” con la noticia de la victoria de la coalición de derechas en Italia. Explican así el porqué de esta situación en Italia y analizan el papel de Giorgia Meloni con sus discursos fascistas. Denominan como “trágico” que la primera mujer presidenta en Italia vaya a ser “tremenda fascistona”.

Para continuar, como es habitual subrayan una noticia sobre la situación de la mujer. En este caso, se adentran dentro de la noticia del asesinato de Masha Amini de 22 años tras ser detenida por llevar mal el velo en Irán. Es de gran relevancia la intervención de Chaaima Bourkhasa por su especialización en filología en estudios árabes e islámicos y en cultura y feminismo, además de coordinadora de Afrocolectiva. La filóloga hace hincapié en que el asesinato fue también por identidad kurda, como por ser mujer, lo que ha llevado a que la gente comience una revolución y salgan a las calles. Desde el programa, animan a movilizarse con contexto, y escuchando a las mujeres de esa cultura. Lo que está muy acorde con su línea del programa, ya que en todo momento han alzado la voz contra injusticias sociales.

Tras la intervención de Chaaima Bourkhasa introducen el tema central, la política, presentando a su invitada que la definen como “la futura presidenta de todas nosotras y nosotros, por lo menos de nuestros corazones”. Mediante esta afirmación tan contundente por parte de las conductoras se puede ver el posicionamiento de las mismas en el ambiente político actual. En anteriores programas no había lugar a dudas a la línea ideológica que

seguían, progresista de izquierdas, pero con esta frase no dan lugar a dudas donde se encuentran dentro del abanico de partidos de izquierdas.

Comienza la entrevista tratando el tema de la semana, el asunto de Italia. La ministra hace una reflexión de gran importancia y es la lejanía de la política a la ciudadanía. Remarca que para ello hay que solucionar los problemas que preocupa a las personas. Reflexiona así Yolanda Díaz el “desazón” de la población frente a la política ya que por parte los políticos hay una falta de empatía respecto a la ciudadanía.

La entrevista más que una entrevista en si misma parece más una propaganda electoral sobre lo realizado por Yolanda Díaz en estos cuatro años dentro del ministerio. Nerea Pérez de las Heras hace una lista de diferentes asuntos que la ministra ha realizado como la subida del salario mínimo, los ERTEs. Aunque sí que se puede observar, que, al tratar diversos temas de la política como la ultraderecha o la abstención del voto está acercando las diferentes cuestiones a la ciudadanía de una manera clara y sencilla. En otros asuntos como los autónomos o la vivienda parece más una disertación de lo que haría Yolanda Díaz si estuviera en el poder o realizado ya dentro de su competencia.

Es más, para finalizar el programa, los últimos minutos están dedicados a la presentación del proyecto político de Yolanda Díaz, Sumar, y dándole minutos para explicar en qué consiste y en cómo se está fraguando. Además, las conductoras en todo momento muestran su apoyo a este nuevo proyecto y animan a que la gente se una a él. Reafirmando así su posicionamiento político.

4.3.6. Conclusiones análisis del discurso

El análisis del discurso de los cinco episodios más vistos de *Saldremos Mejores* muestran que el eje del programa gira ante una tertulia entre las conductoras protagonizada ya no solo por el análisis crítico, desde un punto de vista progresista, de los temas de actualidad, sino que también tiene una gran presencia el humor, el sarcasmo y la sátira para afrontar diferentes temas.

El discurso de ambas conductoras, pero, principalmente, de Inés Hernand toma un tono más despectivo en algunas ocasiones con adjetivos peyorativos, en su mayoría, hacia políticos del Partido Popular o Vox. Lleva un poco la voz cantante del programa, aunque hay cierta igualdad de intervenciones entre las dos comunicadoras.

El papel de Nerea Pérez de las Heras como se ha podido observar es más calmado, pero suele refugiarse en gran medida en el sarcasmo como forma de crítica hacia ciertas personas o actitudes que están comentando.

Otro punto que destacar es la diferencia en los tonos de las conductoras a la hora de llevar el programa entre los que hay invitadas o no. Como se ha dicho anteriormente en los análisis, en los episodios donde aparecen personajes públicos el tono del programa y por tanto de las presentadoras es mucho más serio y focalizado en el tema. Mientras que aquellos que están ellas dos se rigen principalmente por el humor.

Aún con todo, el discurso mantenido a lo largo de todos programas carece de filtro ya que exponen sus ideas sin ningún tipo de pudor y declarándose en todo momento como lo que son sin ningún tipo de tapujo. Es decir, no sufren ningún tipo de censura, ni exterior ni suya propia a la hora de expresarse.

5. Conclusiones

En relación con los objetivos planteados al inicio del presente trabajo se han extraído una serie de conclusiones.

El podcast *Saldremos Mejores* de Inés Hernand y Nerea Pérez de las Heras refleja las preocupaciones sobre temas sociales y políticos de un fragmento concreto de la sociedad. Aquellos que siguen una línea progresista y con cierta concienciación por el medio ambiente, el feminismo o, la sanidad y educación pública. Su objetivo de explicar lo que está ocurriendo en la actualidad a los oyentes les ha ido proporcionando cada vez una mayor visibilidad y mejores resultados a niveles de audiencia.

Uno de los factores para tener en cuenta es su reiterativa a tratar temas que conciernen a la mujer. En todos los programas analizados se puede vislumbrar que en algún momento de su desarrollo se destaca alguna noticia en relación con las mujeres y la sociedad, ya sea, de violencia de género, aborto, cuidadoras o, éxito de las mujeres en el humor. Entre todos ellos, tiene cierta popularidad tanto en las conductoras del programa como en la audiencia el tema del aborto. Siendo así un asunto recurrente en sus programas, ya que, en dos de ellos ha sido tema central, como en menciones en algún otro de sus episodios en forma de noticia.

Otro tema recurrente en sus programas es la denuncia hacia la gestión de Isabel Ayuso, presidenta de la comunidad de Madrid por el Partido Popular, o crítica sobre

declaraciones polémicas durante la semana de preparación del programa. Ante el personaje político de Isabel Ayuso, realizan un gran número de intervenciones, ya no solo críticas sino de corte humorístico, haciendo sátira alrededor de su figura y sus valores. De esta, manera las conductoras denuncian ciertos comportamientos reseñables de la presidenta de la Comunidad de Madrid, siendo objeto de crítica. Alrededor de ello, se puede concluir que el programa tiene una línea progresista y de censura hacia prácticas de políticos de derechas, ya que también analizan y hacen crítica en varias ocasiones de declaraciones de políticos de Vox.

Siguiendo la línea de la ideología política característica del podcast, como se ha podido extraer en los análisis realizados desde su primer programa emitido se han declarado abiertamente republicanas de izquierdas. Por lo que los diferentes programas del podcast están realizados desde una línea de corte de izquierdas y progresista. Esto se evidencia tanto en sus declaraciones, en sus críticas ante intervenciones de políticos de derechas como en los invitados que traen. Muchos de ellos son políticos pertenecientes a agrupaciones políticas de izquierda como Podemos, Más País o Esquerra Republicana de Catalunya, evidenciando así el apoyo a estas agrupaciones.

Otro punto por mencionar es la gran acogida de los programas con invitadas. Tres de los cinco programas analizados tienen como eje principal el desarrollo de un tema junto a la entrevista a una invitada. Estos tienen una gran aceptación ya que además son expertas en la materia y son personajes políticos con relevancia en la actualidad. Esto proporciona unas nuevas visiones, además de las de las conductoras, y genera expectación respecto a las invitadas. Como se puede observar, las invitadas forman parte del partido político Podemos y las tres son grandes defensoras de temas sociales como el aborto, el apoyo LGTBI+, salario digno, salud pública, entre otros. Una línea de pensamiento que defienden desde el programa.

Por otro lado, se ha extraído con la visualización de estos programas una conclusión respecto a su lenguaje. Desde el programa utilizan un lenguaje sin filtro tanto para mostrar sus opiniones de manera clara y concisa, como para hacer uso del humor. Este último punto es importante en el desarrollo del programa ya que hacen uso de él en un gran número de ocasiones.

El humor es un punto clave ya que lo utilizan para hacer más ameno el programa, pero, sobre todo, para hacer crítica a través de él. Son muchos los momentos en los que

las conductoras hacen uso de él. Inés Hernand comunica con un humor más directo, sin filtros, mientras que Nerea Pérez de las Heras acude más al sarcasmo a la hora de hablar. El humor va muy ligado a su falta de filtro. Además, el humor es parte del personaje público. Por lo que, el uso de la risa para hacer crítica social está unido a la personalidad de ambas, y funciona bien con la línea de programa que realizan.

Por lo que se puede concluir que las fórmulas que perfilan el éxito de *Saldremos Mejores* son su corte político tan definido lo que atrae a un gran número de personas al analizar temas sociales, políticos que repercuten a la sociedad, pero desde un análisis crítico de izquierda y reforzado por la presencia de invitadas de misma índole ideológica que acentúa el discurso desarrollado en el programa. Todo esto acompañado por una gran presencia del humor y la sátira para completar sus comentarios, dándole un mayor dinamismo y ligereza al programa y a sus discursos.

El trabajo realizado se ha basado en un análisis de cinco programas siendo así una muestra pequeña para el número total de episodios que contiene el podcast. Esto ha supuesto una serie de limitaciones a la hora de concretar con exactitud las fórmulas claves de su éxito. Aun así, con la muestra recogida se evidencia cuales son los puntos más destacados y reseñables del podcast *Saldremos Mejores*. Para líneas futuras de investigación podría recogerse una muestra más grande y se podría centrar en el análisis en profundidad del discurso político de las conductoras.

6. Bibliografía

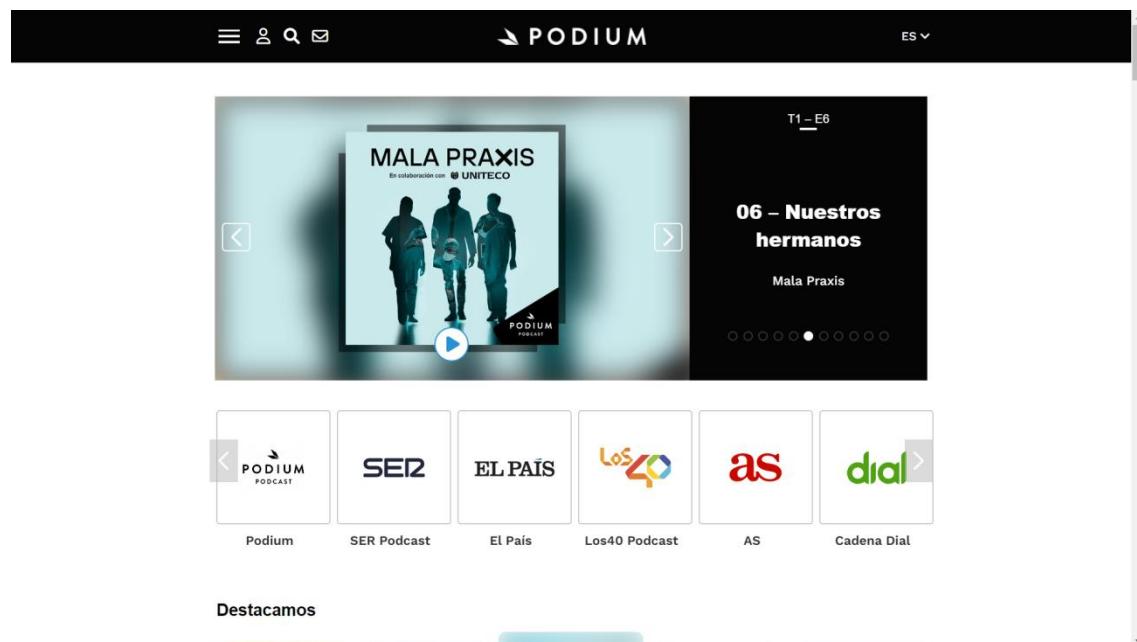
- Amodeno, A. (2022). *Digital News Report España*. Obtenido de <https://www.digitalnewsreport.es/2022/la-escucha-de-podcast-crece-entre-los-internautas-espanoles/>
- Bonini, T. (2015). The 'Second Age' of Podcasting: regraming Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC*, 18(41), 21-30.
- Caballero-Escusol, A., Nicolas-Sans, R., & Bustos Díaz, J. (2021). El impacto de las plataformas de podcast en redes sociales: Estudio de caso en las cuentas oficiales de iVoox y Anchor en Instagram, Facebook y Twitter. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, 92-105. doi:<https://doi.org/10.7263/adresic-025-05>
- Cazalla, L. M. (2017). Podium Podcast, cuando el podcasting tiene acento español. *Prisma Social*(18), 334-364.

- Cebrán Herreros, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 345-361.
- Dotan, T., & Biino, M. (2022). *Así se ha convertido silenciosamente YouTube en la mayor plataforma de podcast, por encima de Spotify y Apple, sin siquiera intentarlo.* Obtenido de Bussines Insider: <https://www.businessinsider.es/youtube-gana-spotify-apple-batalla-podcast-intentarlo-1115569>
- EncuestaPod. (2022). *EncuestaPod2022.* Obtenido de EncuestaPod: <https://encuestapod.com/2022/resultados/>
- Ferrer-Bonsoms Cruz, C. (2023). *El nuevo experimento de YouTube podría reemplazar a Google Podcast: por qué es importante.* Obtenido de Business Insider: <https://www.businessinsider.es/nuevo-experimento-youtube-podria-reemplazar-google-podcast-1204394>
- Galán Arribas, R. (2015). La radio en la era digital. Estudio de caso: programas de COPE creados para ser consumidores exclusivamente 'online'. *Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 5(1), 243-664.
- Gamir-Ríos, J., & Cano-Orón, L. (2022). Características de la podcastera española. Entre la democratización y la lógica comercial. *Profesional de la información*, 31(5). doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.05>
- García-Estevez, N., & Cartes-Barroso, M. (2022). The branded podcast as a new brand content strategy. Analysis, trend and classification proposal. *Profesional de la información*, 31(5), 1-19.
- García-Marín, D. (2022). Paralelismo en los orígenes de la radio y el podcast. Elementos de convergencia con un siglo de distancia. En P. Sidorenko Bautista, J. M. Herranz de la Casa, R. Terol Bolinches , & N. Alonso López, *Narrativas emergentes para la comunicación digital* (págs. 18-32). Dykinson S.L. .
- iab spain. (2023). Estudio Audio Digital 2023. (I. Spain, Ed.)
- Jordán Correa, D., Arias Valladolid, C., & Samaniego Rivas, G. (2017). La participación del prosumidor en la nueva era de la comunicación. *INNOVA Research Journal*, 2(11), 179-185. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n11.2017.556>
- López, S. R. (2022). La narrativa radiofónica a través de los Podcast y su impacto frente a la radio tradicional. Perú: Universidad Nacional del Santa.
- Marín, D. G. (2018). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 181-196.
- Martínez, P. (2021). *iVoox Originals: La mejor opción para crecer y monetizar tu podcast.* Obtenido de iVoox: <https://www.ivoox.com/blog/ivoox-originals-la-mejor-opcion-para-crecer-y-monetizar/>
- Martínez-Costa Pérez, M. P., & Luz Gárate, E. (2019). El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital . *Miguel Hernández Communication Journal*, 317-334.

- Muñoz, J. J., & Gil, C. (2000). *La radio teoría y práctica*. Madrid.
- Observatorio iVoox. (2022). *Estado del podcast en español*.
- Observatorio iVoox. (2021). *Estado del podcast en español*.
- Pedrero Esteban, L., Terol Bolinches, R., & Arense Gómez, A. (2023). El podcast como extensión transmedia sonora de la ficción audiovisual. *Revista Mediterránea de Comunicación / Mediterranean Journal of Communication*, 14(1), 189-202.
- Pérez, J. I. (2010). Podcasting: distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Pérez-Alejos, M., Pedrero-Esteban, L., & Leoz-Aizpuru, A. (2018). La orfeta nativa de podcast en la radio comercial española: contenidos, géneros y tendencias. *Fonseca, Journal of Communication*(17), 91-106. Obtenido de <https://doi.org/10.14201/fjc20181791106>
- Pousa, X. R., & Yaguana, H. A. (2013). *La radio, un medio en evolución*. Salamanca: Comunicación Social.
- Ríos López, S. R. (2022). La narrativa radiofónica a través de los Podcast y su impacto frente a la radio tradicional. Perú: Facultad de Educación y Humanidades. Univesidad Nacional Del Santa.
- Sixto García, J., & Rodríguez-Vázquez, A. I. (2021). YouTube como canal de distribución de la prensa en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 649-661. doi:<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.68612>
- Sixto-García, J., Rodríguez-Vázquez, A. I., & Soengas-Pérez, X. (2021). Modelo de análisis para canales de YouTube: aplicación a medios nativos digitales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 1-16. doi: <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1494>
- Terol, R., Pedrero Esteban, L. M., & Pérez Alaejos, M. (2021). De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante. *Historia y comunicación social*, 26(2), 475-485.
- Videla Rodríguez, J., & Piñeiro-Otero, T. (2017). La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. Hacia un consumo híbrido. *Estudios sobre el Mnesaje Periodístico*, 23(2), 1437-1455.

ANEXOS

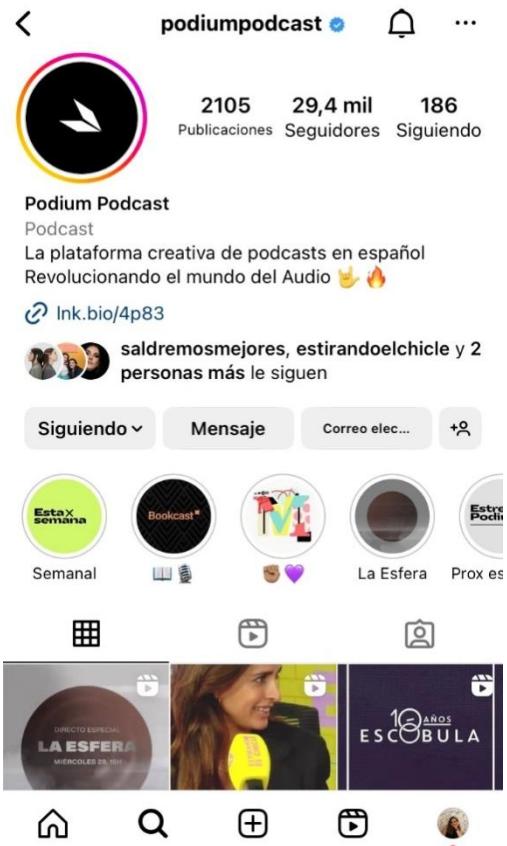
Anexo 1: Página inicial de la página web de Podium Podcast



The screenshot shows the homepage of the Podium Podcast website. At the top, there is a dark header bar with icons for navigation and search, the text 'PODIUM' with a play button icon, and a language dropdown 'ES'. Below the header is a large image of a podcast episode for 'MALA PRAXIS'. The image features three silhouetted figures in a medical setting. To the right of the image, the text 'T1 – E6' is at the top, followed by '06 – Nuestros hermanos' in bold, and 'Mala Praxis' below it. A series of small circular icons is at the bottom right of the image. Below this main section, there is a row of six smaller cards, each representing a different media outlet: 'Podium', 'SER Podcast', 'EL PAÍS', 'Los40 Podcast', 'AS', and 'Cadena Dial'. Each card has a logo and a small play button icon. Below these cards, the text 'Destacamos' is followed by a horizontal bar consisting of several colored segments: yellow, purple, teal, grey, and light purple.

Anexo 2: Instagram y Twitter de Podium Podcast

Perfil de Instagram de Podium Podcast:



Perfil de Twitter de Podium Podcast:

Podium Podcast  17.7K Tweets

Podium Podcast  @PodiumPodcast

La plataforma creativa de podcasts en español Revolucionando el mundo del Audio 🎤🔥

Podcast  Ink.bio/4p83 

445 Following 35.1K Followers

Tweets Replies Media Likes

Pinned Tweet

Podium Podcast  @PodiumPodcast · Mar 22 ¡Terminó la espera! Arranca #LaEsferaT2. Primer episodio ya disponible 😊

Search Twitter

Following

Podium Podcast  17.7K Tweets

Francisco Izuzquiza  @izuzquiza

Podimo Latam  @PodimoLatam

Messages