

Índice

Prólogo	11
Introducción	15
1. LOS CONTENIDOS SONOROS EN INTERNET	19
1.1 Podcasting	21
1.2 Evolución del podcasting	24
1.2.1 Los perturbadores: amateurs e independientes	25
1.2.2 La segunda edad del podcasting	26
1.3 La discusión con la radio	29
1.4 Podcasting: un medio nativo digital	32
1.5 El podcasting transmedia: el <i>transcasting</i>	34
1.6 Tipología del contenido del podcasting	35
1.7 El podcasting en el mundo	37
2. EXPLORACIÓN METODOLÓGICA PARA EL ESTUDIO DEL PODCASTING	41
2.1 Cartografía	43
2.2 Análisis de contenido	44
2.2.1 Variables de la dimensión referencial	45
2.2.2 Variables de la dimensión enunciativa	46
2.2.3 Variables de la dimensión estética	48
2.3 Análisis de la narrativa transmedia en los podcasts	50
2.3.1 Los <i>touchpoints</i>	50
2.4 La muestra	52
2.4.1 Definición de la muestra	53

3. PODCASTING EN PERÚ	55
3.1 Los primeros pasos	57
3.2 Año 2019: la explosión y el interés comercial	58
3.2.1 La industria	58
3.3 ¿Quiénes escuchan podcasts?	59
3.4 Podcasting peruano en pandemia: el 2020	65
3.4.1 Expansión del podcasting y COVID-19	66
4. LOS PODCASTS PERUANOS	67
4.1 <i>MTC / podcast</i>	69
4.2 <i>GRC radio / podcast</i>	70
4.3 Agencia Andina	73
4.4 LR Podcast	75
4.4.1 <i>Claro y directo</i>	75
4.4.2 <i>Sigrid</i>	77
4.4.3 <i>Sin guion</i>	79
4.4.4 <i>Al pie de la letra</i>	82
4.4.5 <i>Balón parado</i>	84
4.4.6 <i>Perdidos en el espacio</i>	86
4.4.7 <i>Señales</i>	87
4.4.8 <i>Sobre las cuerdas</i>	89
4.4.9 <i>TR3S D</i>	91
4.4.10 <i>Vértigo</i>	93
4.5 RPP Podcast	95
4.5.1 <i>Metadata</i>	96
4.5.2 <i>ProGamer</i>	98
4.6 Nacional Podcast	100
4.7 Radio Moda: <i>El show de Carloncho</i>	104
4.8 <i>El langoy</i>	108
4.9 <i>Hablemos con spoilers</i>	114
4.10 <i>Nación combi</i>	119
4.11 <i>Convoca podcast</i>	124
4.12 <i>Hablando huevadas</i>	126

4.13	<i>Moloko podcast</i>	129
4.14	<i>Sin paltas</i>	133
5.	LA PODCASTFERA PERUANA	137
5.1	Podcastfera	139
5.2	La podcastfera peruana en 2019 y 2020	140
5.3	Distribución y acceso de los podcasts peruanos	142
5.4	Qué dicen los podcasts peruanos	144
5.4.1	Los temas	144
5.4.2	Los ámbitos	145
5.4.3	La historicidad	145
5.4.4	Las fuentes	145
5.4.5	La presencia del destinatario	146
5.4.6	Las estrategias expresivas	146
5.4.7	Las estrategias de difusión	147
5.5	El segundo episodio de la historia del podcasting peruano	147
5.6	Cambios y continuidades	148
5.6.1	LR Podcast	148
5.6.2	RPP Podcast	152
5.6.3	Radio Moda	153
5.6.4	Los independientes	153
5.7	El transcasting peruano	159
5.7.1	La comunidad de los spoilers	159
5.7.2	<i>El langoy</i>	161
5.7.3	Los otros independientes	161
5.7.4	La industria	162
5.8	Del falso podcast a la aparición de la industria	162
5.8.1	El uso de la etiqueta	162
5.8.2	Los podcasters apasionados	162
5.8.3	La aparición de la industria: los grandes nuevos jugadores	163
5.8.4	Las productoras profesionales alternativas de podcasts	163
5.8.5	Nuevos, desaparecidos e irregulares	163

6. TAXONOMÍA DE LA PODCASTFERA PERUANA	165
6.1 Por tipo de productora	167
6.1.1 Institucionales	167
6.1.2 Medios de comunicación	167
6.1.3 Independientes	168
6.2 Por la modalidad de la producción	169
6.2.1 Nativos	169
6.2.2 Híbridos	170
6.2.3 <i>Refurbished</i>	171
6.2.4 No podcast	171
6.3 Por la estrategia narrativa	172
6.3.1 Los podcasts de conversación	172
6.3.2 Podcast documentales	173
6.3.3 De noticias diarias o <i>daily news</i> o <i>journalcast</i> o <i>dailycast</i>	173
6.3.4 Explicativos o <i>explainer podcast</i>	173
7. PUNTOS DE LLEGADA / PUNTOS DE PARTIDA	175
7.1 Metodología de investigación en desarrollo	177
7.2 Evolución de la comunicación sonora	177
7.3 Una taxonomía del podcasting	178
7.4 Los contenidos del podcasting	179
7.5 El transcasting peruano	181
7.6 El podcasting peruano en pandemia	181
REFERENCIAS	185