

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



EL PODCASTING PERUANO.

ANÁLISIS DE CONTENIDO SONORO Y *TRANSCASTING*

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN
COMUNICACIONES**

AUTOR

CARLOS VIDAL RIVADENEYRA OLCESE

ASESOR

HUGO DAVID AGUIRRE CASTAÑEDA

MAYO, 2021

RESUMEN

El estudio plantea la observación y análisis de la práctica del *podcasting* en Perú definiéndolo, en primer lugar, como un nuevo medio de comunicación en el escenario digital.

A partir de la definición de una muestra de *podcasts* peruanos se describen las principales características de su contenido sonoro, oferta *transmedia* y se propone una taxonomía de la podcástfera en Perú. El análisis es además comparativo entre los años 2019 y 2020, es decir observando la relación del *podcasting* y la pandemia por Covid-19.

Para el estudio se utiliza una investigación analítico-descriptiva de enfoque mixto, de un lado cuantitativo usando el análisis de contenido de la muestra, y de otro lado cualitativo por el análisis de los *podcasts* muestra y de su diseño *transmedia*, con un alcance exploratorio por la observación de diferentes plataformas que alojan y distribuyen *podcasts*, la revisión de documentos académicos, estudios de mercado e información periodística y la realización de entrevistas a informantes calificados.

El estudio muestra la diversidad de la práctica del *podcasting* peruano, su crecimiento e involucramiento de más sectores sociales e institucionales en la misma, así como la construcción de un camino que lo define como un nuevo medio de comunicación sonora.

Palabras clave: *podcasting*, contenido sonoro, taxonomía de *podcast*, *transcasting*, radio, medios digitales.

ABSTRACT

The research states the observation and analysis of the podcasting practice in Peru, defining it, first of all, as a new means of communication in the digital scene.

Departing from the selection of a sample of Peruvian podcasts, the principal characteristics of their sound content and transmedia offer are described, and taxonomy of the podcastphere in Peru is proposed. Moreover, the analysis is comparative between the years 2019 and 2020, which means that the relationship between podcasting and the Covid-19 pandemic is observed.

For the study, analytical-descriptive research with a mixed approach is used. On the quantitative side, a content analysis of the sample is applied, whereas on the other qualitative side, the analysis of the podcasts sample and their transmedia design, with an exploratory scope by observing different platforms that host and distribute podcasts, academic literature review, market studies and journalistic information, and interviews to qualified informants.

The study shows the diversity of the Peruvian podcasting practice, its growth and involvement of more social and institutional sectors, as well as the construction of a path that defines it as a new means of sound communication.

Keywords: podcasting, sound content, podcast taxonomy, transcasting, radio, digital media.

ÍNDICE

Resumen	Pág.
Índice	ii
Lista de Tablas	iv
Lista de Figuras	vii
Lista de Gráficos	viii
Introducción	ix
	1

CAPÍTULO I	Pag.
LOS CONTENIDOS SONOROS EN INTERNET	3
1.1 <i>Podcasting</i>	3
1.2 Evolución del <i>podcasting</i>	7
1.3 La discusión con la radio	12
1.4 <i>Podcasting</i> un medio nativo digital	17
1.5 El <i>podcasting transmedia: el transcasting</i>	20
1.6 Tipología del contenido sonoro del <i>podcasting</i>	21
1.7 El <i>podcasting</i> en el mundo	26
CAPÍTULO II	
METODOLOGÍA	30
2.1 La hipótesis	30
2.2 La Matriz metodológica	30
2.3 Cartografía	32
2.4 Análisis de contenido	33
2.5 Análisis de la narrativa <i>transmedia</i> en los <i>podcasts</i>	41
2.6 La muestra	46
CAPÍTULO III	
PODCASTING EN PERÚ	57
3.1 Los primeros pasos	57
3.2 Año 2019: La explosión e interés comercial	58
3.3 Quiénes escuchan <i>podcasts</i>	60
3.4 <i>Podcasting</i> peruano en pandemia: el 2020	66
CAPÍTULO IV	
LOS PODCASTS PERUANOS	70
4.1 MTC / <i>Podcast</i>	70
4.2 GRC Radio/ <i>Podcast</i>	72

4.3 Agencia Andina	75
4.4 LR <i>podcast</i>	77
4.5 RPP <i>Podcast</i>	103
4.6 Nacional <i>Podcast</i>	110
4.7 Radio Moda: El Show de Carloncho	112
4.8 El Langoy	117
4.9 Hablemos con spoilers	122
4.10 Nación Combi	127
4.11 Convoca <i>Podcast</i>	131
4.12 Hablando huevadas	134
4.13 Moloko <i>Podcast</i>	136
4.14 Sin Paltas	140
CAPÍTULO V	
EL PODCASTING PERUANO EN PANDEMIA	144
5.1 MTC / <i>Podcast</i>	144
5.2 GRC Radio/ <i>Podcast</i>	144
5.3 Agencia Andina	144
5.4 LR <i>podcast</i>	145
5.5 RPP <i>podcast</i>	151
5.6. Nacional <i>podcast</i>	153
5.7 Radio Moda: El show de Carloncho	154
5.8 El Langoy	157
5.9 Hablemos con spoilers	158
5.10 Nación Combi	160
5.11 Convoca <i>podcast</i>	161
5.12 Hablando huevadas	161
5.13 Moloko	161
5.14 Sin paltas	162
CAPITULO VI	
LA PODCÁSTFERA PERUANA	164
6.1 Podcástfera	164
6.2 La podcástfera peruana en 2019 y 2020	165
6.3 Distribución y acceso de los <i>podcasts</i> peruanos	167
6.4 Qué dicen los <i>podcasts</i> peruanos	169
6.5 El segundo episodio de la historia del <i>podcasting</i> peruano	174
6.6 Comparando 2019 con 2020	176
6.7 La <i>transmedia</i> en el <i>podcasting</i> peruano	187
6.8 El <i>podcasting</i> peruano	191
CAPÍTULO VII	
TAXONOMÍA DE LA PODCÁSTFERA PERUANA	198
7.1 Por tipo de productora	198
7.1.1 Institucionales	198
7.1.2 Medios de comunicación	198
7.1.3 Independientes	199

7.1.3.1 Amateurs	199
7.1.3.2 Indie pro	200
7.2 Por tipo de <i>podcast</i>	200
7.2.1 Nativos	201
7.2.1.1 Profesionales	201
7.2.1.2 Amateurs	201
7.2.2 Híbridos	202
7.2.3 Refurbished	202
7.2.4 No podcast	203
7.3 Por tipo del formato sonoro del <i>podcasting</i>	203
7.3.1 Los <i>podcasts</i> de conversación	204
7.3.1.1 Gabfest	204
7.3.1.2 Showcast	205
7.3.2 <i>Podcast</i> documentales	205
7.3.3 De noticias diarias o <i>Daily news</i> o <i>JournalCast</i> o <i>DailyCast</i>	205
7.3.4 Explicativos o <i>Explainer podcast</i>	205
Conclusiones	207
Referencias	215
Referencias web	221
Entrevistas	223
Anexo 1: Plataformas de almacenamiento y distribución de <i>podcast</i>	224
Anexo 2: Plataformas de distribución de <i>podcast</i>	285
Anexo 3: Matrices de Análisis de contenido <i>podcasts</i> -muestra en 2019	318
Anexo 4: Matrices de Análisis <i>transmedia</i> de <i>podcasts</i> -muestra de 2019	409
Anexo 5: Matrices de Análisis de contenido <i>podcasts</i> -muestra en 2020	454

Lista de Tablas	Pág.
Tabla 1.1: Comparativo de medios análogos y el <i>podcasting</i>	6
Tabla 2.1: Matriz metodológica	30
Tabla 2.2: Matriz de análisis de contenido sonoro	40
Tabla 2.3: Matriz de análisis de prácticas <i>transmedia</i>	44
Tabla 2.4: Resumen de <i>Podcasts</i> en el Top 10 según Chartable	49
Tabla 2.5: Muestra de <i>podcast</i> 2019	53
Tabla 2.6: Muestra de <i>podcast</i> 2020	55
Tabla 6.1: Comparativo de <i>podcasts</i> muestra: 2019 vs. 2020	166
Tabla 6.2: Plataformas de distribución de <i>podcasts</i> muestra	168
Tabla 6.3: Contenidos sonoros de Sobre las cuerdas de Junio/Julio 2019 y 2020	179
Tabla 6.4: Episodios de Meta Data de Junio/Julio 2019 y 2020	180
Tabla 6.5: Episodios de El Langoy de Junio/Julio 2019 y 2020	183
Tabla 6.6: Contenidos sonoros de Hablemos con Spoilers de Junio/Julio 2019 y 2020	184
Tabla 6.7: Episodios de Moloko <i>Podcast</i> de Junio/Julio 2019 y 2020	186
Tabla 6.8: Episodios de Sin Paltas de Junio/Julio 2019 y 2020	187



Lista de Figuras	Pág.
Figura 4.1: Site de MTC/Podcast en la web del MTC	70
Figura 4.2: Cuenta en <i>Soundcloud</i> del MTC	72
Figura 4.3: Cuenta en <i>Spotify</i> del GRC Radio/ <i>Podcast</i>	73
Figura 4.4: La oferta de contenidos de la Agencia Andina en su web	76
Figura 4.5: Cuenta <i>Soundcloud</i> de Andina <i>Podcast</i>	76
Figura 4.6: Cuenta <i>Spotify</i> de Andina <i>Podcast</i>	77
Figura 4.7: Site del <i>podcast</i> Claro y directo del 19 de junio de 2019	78
Figura 4.8: Arte de presentación del <i>podcast</i> Sigrid de LR <i>podcast</i>	81
Figura 4.9: <i>Website</i> del <i>podcast</i> Sin guion de LR <i>podcast</i>	84
Figura 4.10: Site del <i>podcast</i> Al pie de la letra de LR <i>Podcast</i>	87
Figura 4.11: Arte de presentación del <i>podcast</i> Balón parado de LR <i>podcast</i>	90
Figura 4.12: Site del <i>podcast</i> Perdidos en el espacio de LR <i>Podcast</i>	93
Figura 4.13: <i>Website</i> del <i>podcast</i> Señales de LR <i>Podcast</i>	94
Figura 4.14: Site del <i>podcast</i> Sobre las cuerdas de LR <i>Podcast</i>	97
Figura 4.15: Arte de presentación del <i>podcast</i> TR3SD de LR <i>podcast</i>	98
Figura 4.16: Arte de presentación del <i>podcast</i> Vértigo de LR <i>podcast</i>	101
Figura 4.17: Site de RPP <i>podcast</i>	103
Figura 4.18: Site de Metadata de RPP <i>podcast</i>	105
Figura 4.19: Site de Progamer de RPP <i>podcast</i>	108
Figura 4.20: Site de Nacional <i>Podcast</i>	111
Figura 4.21: Cuenta en <i>Soundcloud</i> de Nacional <i>Podcast</i>	112
Figura 4.22: El Show de Carloncho en la web de Radio Moda	113
Figura 4.23: El show de Carloncho en <i>podcast</i> disponible en omny.fm	113
Figura 4.24: El Langoy en Ivoox	117
Figura 4.25: <i>Podcast</i> Hablemos con Spoiler en Facebook	123
Figura 4.26: Nación Combi en Apple <i>Podcast</i>	128
Figura 4.27: Site de Convoca <i>podcast</i>	131
Figura 4.28: <i>Podcast</i> Hablando huevadas en Youtube	134
Figura 4.29: Moloko <i>Podcast</i> en Youtube	137
Figura 4.30: <i>Podcast</i> Sin platas en Instagram	141
Figura 5.1: Screenshot del site en LR <i>podcast</i> de Perdidos en el espacio 17junio 2020	149
Figura 5.2: Screenshot de Nacional <i>Podcast</i>	154
Figura 6.1: Meme sobre la película peruana Locos de Amor, versión de Hablemos con spoilers	189
Figura 6.2: Home de vertex.pe	194
Figura 6.3: Home de Decibilio85	195
Figura 6.4: Home de <i>Podcast</i> Club	196

Lista de Gráficos	Pág.
Gráfico 1.1: Consumo de <i>podcast</i> por países	26
Gráfico 1.2: Consumo de <i>podcast</i> en EEUU	27
Gráfico 1.3: Escucha mensual de <i>podcasts</i> en EEUU	28
Gráfico 2.1: Chartable de Apple <i>Podcast</i> del 1 de julio de 2019	47
Gráfico 2.2: Chartable para Spotify del 1 de julio de 2019	48
Gráfico 2.3: Análisis de Ivoox 2018	50
Gráfico 3.1: Edad de los oyentes de <i>podcast</i> en Perú	61
Gráfico 3.2: Motivos de la escucha de <i>podcast</i>	62
Gráfico 3.3: ¿Qué app utilizas para escuchar <i>podcast</i> ?	63
Gráfico 3.4: ¿Cuáles son los aspectos más importantes de un <i>podcast</i> ?	64
Gráfico 3.5: Temas más consumidos a través de un <i>podcast</i>	65
Gráfico 3.6: Evolución de la actividad de <i>podcasting</i> peruano 2019-2020	66
Gráfico 4.1: Los ámbitos de las temáticas de MTC/ <i>Podcast</i> del 9 de julio de 2019	71
Gráfico 4.2: Las temáticas de GRC Radio/ <i>Podcast</i> del 18 de junio de 2019	73
Gráfico 4.3: Los ámbitos de las temáticas de GRC Radio/ <i>Podcast</i> del 18 de junio de 2019	74
Gráfico 4.4: Las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Claro y directo del 19 de junio de 2019	79
Gráfico 4.5: Los ámbitos de las temáticas del <i>podcast</i> Claro y directo del 19 de junio de 2019	80
Gráfico 4.6: Las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Sigrid del 21 de junio de 2019	82
Gráfico 4.7: Los ámbitos de las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Sigrid del 21 de junio de 2019	83
Gráfico 4.8: Las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Sin guion del 19 de junio de 2019	85
Gráfico 4.9: Los ámbitos de las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Sin guion del 19 de junio de 2019	86
Gráfico 4.10: Las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Al pie de la letra del 20 de junio de 2019	88
Gráfico 4.11: Los ámbitos de las temáticas del <i>podcast</i> Al pie de la letra del 20 de junio de 2019	89
Gráfico 4.12: Estrategias de difusión utilizadas por el <i>podcast</i> Balón parado del 19 de junio de 2019	91
Gráfico 4.13: Los ámbitos de las temáticas del <i>podcast</i> Balón parado del 19 de junio de 2019	92
Gráfico 4.14: Las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Señales del 21 de junio de 2019	95
Gráfico 4.15: Los ámbitos de las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Señales del 21 de junio de 2019	96
Gráfico 4.16: Los ámbitos de las temáticas del <i>podcast</i> Sobre las cuerdas del 19 de junio de 2019	97
Gráfico 4.17: Las Temáticas abordadas por el <i>podcast</i> TR3S D del 17 de junio de 2019	99
Gráfico 4.18: Las Estrategias de difusión de información del <i>podcast</i> TR3S	

D del 17 de junio de 2019	100
Gráfico 4.19: Los ámbitos de las temáticas del <i>podcast</i> TR3S D del 17 de junio de 2019	100
Gráfico 4.20: Las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Vértigo del 16 de junio de 2019	102
Gráfico 4.21: Los ámbitos de las temáticas abordadas por el <i>podcast</i> Vértigo del 16 de junio de 2019	102
Gráfico 4.22: Las temáticas de Metadata episodio 35 del 20 de junio de 2019	106
Gráfico 4.23: Los ámbitos de las temáticas de Metadata episodio 35 del 20 de junio de 2019	106
Gráfico 4.24: Las temáticas de Progamer EP#17 del 18 de julio de 2019	109
Gráfico 4.25: Los ámbitos de las temáticas de Progamer EP#17 del 18 de julio de 2019	110
Gráfico 4.26: Temáticas del Show de Carloncho de Radio Moda del 19 de junio de 2019	115
Gráfico 4.27: Historicidad del contenido del Show de Carloncho de Radio Moda del 19 de junio de 2019	115
Gráfico 4.28: Estrategias de difusión de información de El Show de Carloncho de Radio Moda del 19 de junio de 2019	116
Gráfico 4.29: Los ámbitos de los contenidos de El Show de Carloncho de Radio Moda del 19 de junio de 2019	116
Gráfico 4.30: Las temáticas Episodio 183 El Langoy <i>podcast</i> : Mundo Pokémon del 16 de junio de 2019	119
Gráfico 4.31: Estrategias expresivas utilizadas por El Langoy <i>podcast</i> : Mundo Pokémon del 16 de junio de 2019	120
Gráfico 4.32: Los ámbitos de los contenidos de El Langoy <i>podcast</i> : Mundo Pokémon del 16 de junio de 2019	121
Gráfico 4.33: Estrategias de difusión de información utilizadas por El Langoy <i>podcast</i> : Mundo Pokémon del 16 de junio de 2019	122
Gráfico 4.34: Las temáticas del episodio 150 de Hablemos con Spoilers del 19 de junio de 2019	124
Gráfico 4.35: Los ámbitos de las temáticas del EP# 150 de Hablemos con Spoilers del 19 de junio de 2019	126
Gráfico 4.36: Las temáticas de Nación Combi <i>Podcast</i> del 20 de junio de 2019	129
Gráfico 4.37: Los ámbitos de las temáticas de Nación Combi <i>Podcast</i> del 20 de junio de 2019	130
Gráfico 4.38: La historicidad de las temáticas del <i>podcast</i> #ElRastro: El 'Rey de la Pesca Negra' y 'Los Cuellos Blancos del Puerto' de Convoca <i>Podcast</i> del 16 de junio de 2019	132
Gráfico 4.39: Las fuentes de los contenidos del <i>podcast</i> #ElRastro: El 'Rey de la Pesca Negra' y 'Los Cuellos Blancos del Puerto' de Convoca <i>Podcast</i> del 16 de junio de 2019	133
Gráfico 4.40: Las temáticas de Hablando huevadas episodio 1 del 18 de julio de 2019	135
Gráfico 4.41: Los ámbitos de las temáticas de Hablando huevadas episodio	

1 del 18 de julio de 2019	136
Gráfico 4.42: Las temáticas de Moloko <i>Podcast</i> del 17 de junio de 2019	138
Gráfico 4.43: Las Estrategias Expresivas utilizadas por Moloko <i>Podcast</i> del 17 de junio de 2019	139
Gráfico 4.44: Los ámbitos de las temáticas de Moloko <i>Podcast</i> del 17 de junio de 2019	139
Gráfico 4.45: Las temáticas del episodio 12 de Sin paltas del 16 de junio de 2019	142
Gráfico 4.46: Los ámbitos de las temáticas del episodio 12 de Sin paltas del 16 de junio de 2019	143
Gráfico 5.1: La Historicidad de los contenidos de Sin guion del 17 de junio de 2020	146
Gráfico 5.2: La Historicidad de los contenidos de Al pie de la letra del 18 de junio de 2020	147
Gráfico 5.3: Las temáticas tratadas en Balón parado del 17 de junio de 2020	148
Gráfico 5.4: Historicidad de los contenidos de Balón parado del 17 de junio de 2020	148
Gráfico 5.5: Las temáticas de los contenidos de Tr3s D del 17 de junio de 2020	150
Gráfico 5.6: Historicidad de los contenidos de Tr3s D del 17 de junio de 2020	150
Gráfico 5.7: Temáticas de los contenidos de Metadata del 18 de junio de 2020	151
Gráfico 5.8: Ámbito de los contenidos de Metadata del 18 de junio de 2020	152
Gráfico 5.9: Las temáticas de El Show de Carloncho del 17 de junio de 2020	155
Gráfico 5.10: Las Estrategias Expresivas de El Show de Carloncho del 17 de junio de 2020	155
Gráfico 5.11: Las Estrategias de Difusión de El Show de Carloncho del 17 de junio de 2020	156
Gráfico 5.12: Las temáticas de El Langoy del 18 de junio de 2020	157
Gráfico 5.13: Cantidad de contenidos sonoros de Hablemos con spoilers en 2020	158
Gráfico 5.14: Las temáticas de Hablamos con spoilers del 15 de junio de 2020	159
Gráfico 5.15: Las temáticas de Nación Combi del 18 de junio de 2020	160
Gráfico 5.16: Las temáticas de Moloko del 17 de junio de 2020	161
Gráfico 5.17: Las temáticas de Sin paltas del 15 de junio de 2020	162
Gráfico 6.1: Aparición de <i>podcasts</i> muestra: 2019 vs. 2020	167
Gráfico 6.2: Ranking de plataforma de distribución más usadas por los <i>podcasts</i> peruanos	169
Gráfico 6.3: Actividad del <i>podcast</i> en Perú	175
Gráfico 6.4: Comparativo de las Fuentes en el <i>podcast</i> Claro y Directo: 2019 vs 2020	176
Gráfico 6.5: Comparativo de la Historicidad en el <i>podcast</i> Sin Guión: 2019	

vs 2020	177
Gráfico 6.6: Comparativo de los Ámbitos de la información del <i>podcast</i> Tr3s D: 2019 vs 2020	178
Gráfico 6.7: Comparativo de la Historicidad de los temas del <i>podcast</i> El Show de Carloncho: 2019 vs 2020	181
Gráfico 6.8: Comparativo de las Temáticas del <i>podcast</i> El Langoy: 2019 vs 2020	182
Gráfico 6.9: Comparativo de las Temáticas de Moloko <i>podcast</i> : 2019 vs 2020	185
Gráfico 8.1 : Taxonomía del <i>podcasting</i> peruano	209



Introducción

Este trabajo de investigación enfoca su atención en una nueva forma, en el escenario digital, de entregar contenido basado en sonido: el *podcasting*. El estudio busca caracterizar y tipologizar los *podcasts*, y su propuesta *transmedia*, producidos en nuestro país.

En un primer momento el estudio estuvo definido para analizar una muestra de *podcasts* registrada en 2019, sin embargo *ad portas* de terminar de escribir el texto llegó el Covid-19 y con eso una pandemia que nos cambió la vida al mundo entero, el *podcasting* peruano no fue una excepción. Entonces el estudio se extendió e incluye un segundo registro de la muestra, tomado en 2020 y que nos sirve para realizar una comparación con la muestra registrada en 2019, alcanzando interesantes hallazgos y dando la oportunidad para profundizar el análisis.

El primer capítulo aborda los elementos técnicos, históricos y teóricos básicos para entender y conocer el *podcast*, este nuevo medio de comunicación al que consideramos nativo digital y que posee diferencias sustanciales con la radio, viejo medio con el cual muchas veces se le ha relacionado.

El capítulo 2 presenta en detalle la hipótesis, las preguntas de investigación, una matriz metodológica, basada en el análisis de contenido de los *podcasts* y análisis de la propuesta *transmedia*. Esta parte presenta además los parámetros usados para la definición de la muestra analizada.

Si bien el *podcasting* en nuestro país es aún un joven medio de comunicación, tiene un interesante y apasionado recorrido en pleno desarrollo, nuestra aproximación comienza a partir de la revisión de numerosas fuentes secundarias lo que nos permite bosquejar el escenario de los *podcasts* en Perú, mirada interpretativa que se entrega en el tercer capítulo.

El cuarto y quinto capítulos muestran una detallada descripción de los *podcasts* peruanos a partir del análisis de contenidos de cada una de las producciones tomadas como muestra en los años 2019 y 2020, así como una primera mirada de la propuesta *transmedia* que cada una pone en práctica.

El capítulo seis entrega el análisis general de todo el recorrido descriptivo de los capítulos precedentes, define la *podcástfera* como el universo peruano de la producción de *podcast*.

El séptimo capítulo, presenta la propuesta de taxonomía del *podcasting* peruano, una entrega fruto del análisis de los *podcasts* producidos en Perú en 2019 y 2020, años de crecimiento, conocimiento y expansión de este nuevo medio, que a la vez atraviesa los cambios en el consumo de medios y de la vida cotidiana en todo el mundo debido a la pandemia por Covid-19.

La parte final del documento presenta las conclusiones de la investigación, las mismas que han sido agrupadas en seis sub temas. Esperamos que disfrute la lectura y aporte con sus críticas el trabajo realizado con enorme pasión y gran entusiasmo.

CAPÍTULO I

LOS CONTENIDOS SONOROS EN INTERNET

Desde hace veinticinco siglos el saber occidental intenta ver el mundo. Todavía no ha comprendido que el mundo no se mira, se oye. No se lee, se escucha.

(Attali 1977: 8)

El sonido como soporte para la comunicación, utilizado como habla con el uso de la voz, o cómo música cuando expresa la emoción de la sociedad tiene una innegable importancia para la humanidad.

La materia expresiva que nos interesa en este estudio es el sonido, esa vibración molecular que hace sentir, pensar e imaginar al mundo entero. Pero no el sonido natural, sino el que lleva, transporta, difunde contenidos desde un medio de comunicación que usando una interfaz es recibido por personas en su calidad de oyentes.

1.1 *Podcasting*

Nuestro interés se centra en el *podcasting*, un nuevo protagonista de la comunicación sonora, que es definido como “un fenómeno nativo del siglo XXI, propio de un entorno en el que la evolución de la tecnología ha propiciado nuevos usos y modos de comunicación.” (Sellas 2011: 11). Este nuevo medio de comunicación de contenidos sonoros es “una innovación que surge tras la fusión de dos tecnologías ya implantadas [en la última década del siglo XX] como son el audio digital y el RSS¹. Esta unión permite la distribución y la recepción automatizada de archivos de audio comprimido tras una suscripción por parte del usuario a través de un agregador –software o Web–

¹ El RSS es un agregador de contenido en digital que permite que el suscriptor recibir un aviso sobre la actualización de un contenido sin tener que buscarlo en la web.

que facilita la actualización y descarga. Una vez recibido, este archivo puede ser reproducido tanto en equipos estables como en reproductores portátiles o teléfonos móviles.” (Gallego 2010: 14)

La historia de los medios de comunicación puede ser construida desde varios puntos de vista, Gallego señala que en octubre del 2000, Adam Curry, presentador del canal de televisión por cable MTV y blogger, comparte con Dave Winer, desarrollador de software y del RSS, su interés en que el sistema de sindicación –RSS- no se limite al texto, con el fin que se pueda indexar archivos multimedia. Es entonces que Winer desarrolla la etiqueta <enclosure> que le permitió adjuntar música en un post de su blog en enero de 2001. Este avance dio origen a que diversos *audiobloggers* estén cada vez más interesados en desarrollar una tecnología con la que se pueda automatizar la descarga y la transferencia directa de un archivo de audio a un reproductor de archivos de audio en MP3. (2010: 75)

Audiobloggers como Curry y su show *Daily Source Code*, Dave Slusher y su *Evil Genius Chronicles* o Doug Kaye y su *IT Conversations* utilizaban la sindicación de audios para distribuir sus shows en sus blogs. A la par, Ben Hammersley publicaba un artículo en la edición digital de *The Guardian* bajo el título «Audible Revolution» en el que se preguntaba cómo debía llamarse esta nueva forma de dar vida a los amateur de la radio: audioblogging, *podcasting* o guerrillamedia (Hammersley 2004) así había aparecido de forma pública el nombre de este nuevo medio (Gallego 2010: 75). En agosto de 2004, Adam Curry utilizó el formato RSS para distribuir archivos de audio en su blog, de inmediato creó un programa para gestionar estos archivos, así nació *iPodder*, el primer programa para acceder a contenido sonoro, dando inicio a los primeros pasos del *podcasting*.

Nace así un nuevo medio, desde sus inicios caracterizado por ser un producto participativo, construido con pasión, con exploración, con una suma de conocimientos de varias disciplinas y con diversos objetivos pero que, sumados nos ofrecían un medio con magníficas y múltiples posibilidades. Un nuevo medio de comunicación porque utiliza herramientas tecnológicas de forma novedosa y sirve para entregar un

contenido significativo e importante entre personas, media lo que una persona quiere decir y otra persona quiere escuchar, estableciéndose esa relación de causa-efecto, de acción y reacción, de emisor y receptor, esa relación fundamental para la existencia de un medio de comunicación.

Sus características técnicas le permiten al *podcast* hacer eficiente su distribución, la sindicación de contenidos, RSS, hace que cada vez que aparezca un nuevo contenido esté a disposición del usuario previamente suscrito, y es a la vez una característica digital que le proporciona al medio una singularidad para su consumo. La sindicación de contenidos permite al oyente tener el audio a disposición para su consumo de acuerdo a su disponibilidad de tiempo, de esta forma “en el podcasting, las posibilidades de escucha se multiplican, en oposición al consumo lineal, estandarizado y homogéneo de la radio. La escucha se vuelve flexible, personalizada, adaptada, líquida y no lineal. En definitiva, interactiva.” (García-Marín 2016: 51). Aunque las opciones de escucha son diversas, el *podcasting* está pensado para el consumo en movilidad. Es lo que el *podcaster* Todd Cochrane llama *walkaway content*, es decir, contenido (audio) para llevar ...” (Sellas 2011: 29). En buena cuenta los *podcasts* se pueden escuchar en el momento y lugar que se deseen, siempre que se cuente con un dispositivo digital y acceso a internet.

De forma cronológica el *podcast* cumplió en 2019 sus primeros quince años, tiempo de experimentación, conocimiento y descubrimiento de este nuevo medio nativo digital, ya que es desde el ecosistema digital que se piensa y desarrolla esta práctica comunicativa que también es observada como expresión de un proceso socio-cultural. “El podcasting es un medio propio del reino de la cibercultura.” (García-Marín 2016: 54). Las primeras exploraciones de *podcasting* estuvieron definidas desde la experimentación tecnológica y con contenidos de expertos en tecnología, esta característica se mantiene, los temas de tecnología digital muy especializados aparecen de forma recurrente como contenido sonoro de los actuales *podcasts*.

Sobre la palabra *podcast* hay varias versiones, la más aceptada es la señala que el neologismo *podcasting* surge de la combinación de las palabras iPod y *broadcasting*,

en referencia a la difusión y consumo masivo e indiscriminado, como en los medios análogos. Otras versiones apuntan en el sentido que el nombre surge del uso de las siglas POD, *Portable o Public On Demand* (portátil o público por demanda) o *Personal Option Digital* (opción digital personal). En cualquiera de las versiones lo importante es que el nombre está vinculado de forma clara a la tecnología digital y al consumo autónomo y portátil. Sin embargo el *podcast* es aún más de lo antes señalado, para Sellas:

El podcasting pasaba de ser un método de distribución de audio a convertirse en un movimiento comunitario consolidado [...] El 18 de octubre de 2004, el periodista José A. Gelado publicó el primer episodio de *Comunicando*, el primer podcast en castellano [...] Incluso desde un año antes, en diciembre de 2003, *Comunicando* ya existía como un archivo en formato mp3 colgado en Internet, a modo de experimento. Hoy sigue siendo una referencia en el ámbito del podcasting hispano.

(Sellas 2011: 17)

Tabla 1.1

Comparativo de medios análogos y el *podcasting*

Medios masivos	<i>Podcasting</i>
Audiencias masivas y homogenizadas	Audiencias fragmentadas y selectivas
Pocos difusores	Democratización de la producción de contenidos
Contenido estandarizado y mainstream	Contenido diverso y especializado
Consumo síncrono y rígido	Consumo asíncrono y flexible

Fuente: Elaboración propia

La interpretación de que el *podcasting* es más que una tecnología y que sirve para la expresión de la sociedad es compartida por varios investigadores, como Berry:

Al considerar el podcasting en la era del teléfono inteligente, Morris y Patterson sugieren que [el] 'Podcasting no está limitado ni definido por sus tecnologías. Más bien, es un conjunto de prácticas específicas y significados culturales que están completamente entrelazados con las tecnologías para su distribución, organización y consumo'.² (Berry 2016: 10)

El *podcasting* es pues una nueva forma de expresión del proceso social, cultural y político de la humanidad, un nuevo participante interactivo del actual ecosistema mediático digital, una interfaz que viene a revolucionar la construcción y el consumo de una de las materias significantes más sensibles: los contenidos sonoros.

Si consideramos la incesante evolución de las posibilidades de información y comunicación usando las tecnologías digitales. "En los últimos años, las aplicaciones disponibles para los diferentes sistemas operativos han potenciado las posibilidades de interactividad tecnológica del medio al permitir un número creciente de operaciones de personalización e interacción con el contenido". (García-Marín 2019: 182-183), en posibilidades sinfín. Situación que es aprovechada por el *podcasting* como práctica creativa en permanente construcción y desarrollo de contenidos, en incesante innovación de posibilidades para producir contenidos y democratizar (ampliar la base de actores que producen contenidos), en cada día más novedosas posibilidades de distribución de los contenidos tanto en interfaces como en dispositivos, es decir consideramos al *podcasting* como un universo creativo en evolución.

1.2 Evolución del *podcasting*

No fueron pocos los experimentos de colocar audio a disposición en la web para que los cibernautas accedan a ellos, por ejemplo, los *bitcasters* aquellos que hacen *live streaming*, es decir la emisión en directo de contenidos sonoros por la web, llamó la

² In their consideration of podcasting in the age of the smartphone, Morris and Patterson suggest that 'Podcasting is neither limited to nor defined by its technologies. Rather, it is a set of specific practices and cultural meanings that are entirely entwined with the technologies for its distribution, organization, and consumption' (Berry 2016: 10).

atención a mediados en la década de los años 90, este tipo de difusión seguía exigiendo la atención del oyente en tiempo real, en el momento de emisión del contenido.

Inicialmente, los *podcasts* eran, en su mayoría, secuencias de canciones según la predilección del internauta o monólogos en formato audioblog, diarios en voz alta. Pero rápidamente, los programas/episodios pasaron a sofisticarse, mezclando locuciones, efectos sonoros y banda sonora, emulando la radio hertziana e incluso introduciendo formatos innovadores.

(Kischinhevsky 2017: 108)

Como todo medios de comunicación el *podcasting* a medida que madura y se desarrolla, es decir se asienta, como una práctica social cada vez más extendida, va tomando, rehaciendo, y resignificando prácticas sociales y expandiendo también sus posibilidades expresivas.

1.2.1 Los perturbadores: *amateurs* e independientes

Para Bonini (2015: 23) desde los inicios en los Estados Unidos el *podcasting* se ha desarrollado en dos direcciones: los *podcasts amateurs*, también llamados independientes, y los *podcasts* comerciales, que buscan ganancias económicas o desean alcanzar la “monetización”. Las nuevas posibilidades de consumo y de producción permiten la aparición de contenidos sonoros diversos, especializados y considerados por los medios masivos de “baja demanda”, pero importantes para determinados grupos sociales que configuran comunidades. Asumiendo la lógica *Do it yourself* (DIY), en “el *podcasting* amateur, el error no es considerado disfuncional; al contrario, se concibe como un elemento *glitch*; es decir, una característica asumible (si bien, no prevista) del producto. Extraído del ámbito de la informática, el concepto *glitch* hace referencia al fallo de un sistema que no afecta negativamente a su rendimiento.” (García-Marín 2016: 65)

Además, el *podcasting* permite, como se señaló supra, que la producción de contenidos se diversifique, se democratice, se haga plural, este cambio no se debe sólo a la tecnología, que evoluciona de acuerdo a las necesidades sociales, sino también a lo que los usuarios hacen con ella, cómo le dan sentido y significado, cómo la entienden y la aprovechan.

Frente al *broadcasting*, es decir, la emisión a gran escala, propia del modelo de los medios de comunicación de masas, encontramos también un modelo de *mecasting*: miles de ciudadanos que han encontrado en el *podcasting* su medio de expresión personal. (Sellas 2011: 32)

En este aspecto hay que subrayar que los primeros impulsores de la experimentación en *podcasting* fueron sin duda los amateurs e independientes de los medios *mainstream*, aquellos que dieron espacio a muchos temas no abordados o marginados, satisfaciendo nichos, micronichos y hasta nanonichos temáticos ausentes en los medios masivos.

Para Garcia-Marin la necesidad de auto-expresión, y esa tan humana necesidad de comunicación con otros, es una de las principales razones que motivó a los primeros *podcasters* a experimentar y producir contenidos en sonido (2019: 185), Sellas remarca que los primeros *podcasts* “no surgen de la radio sino de los círculos de bloggers y *geeks* [...] Este es el caso de los *podcasters* independientes (es decir, sin relación con un medio de comunicación profesional) o *amateurs* (en el sentido etimológico de la palabra: aquél que ama aquello que hace).” (2011: 84)

De acuerdo con Berry “ ... es la desprofesionalización del proceso de producción que ha demostrado ser la mayor influencia perturbadora del *podcasting*”³ (2016: 15). Es perturbador porque es diferente, no se debe y limita a una línea editorial, en algunos casos impuesta por un medio de comunicación tradicional que no sólo debe sus

³ “Indeed, it is the de-professionalization of the production process that has proven to be *podcasting*’s biggest disruptive influence.” (Berry 2016: 15).

contenidos a las demandas de la audiencia sino a intereses particulares. Es perturbador porque aborda temas que lindan con la tradicional frase y concepto de las “buenas costumbres”, para algunos es incorrecto hablar de determinados temas personales, íntimos o cuestionados moralmente por ciertos sectores de la sociedad, pues bien, los *podcasters* independientes lo hacen. Es perturbador porque los amateurs hacen *podcast* por convencimiento y compromiso con un determinado tema o grupo social, no necesariamente por obtener beneficios económicos o de figuración social, sino que utilizan, aprovechan y desarrollan el concepto de libertad de expresión.

Esto es posible gracias al auge de las redes sociales, la aparición y consolidación de prosumidores y la expansión de la conectividad a internet, estos tres aspectos en avance y expansión dan la oportunidad para que la comunicación sonora del *podcasting* se convierta en una herramienta nueva y perturbadora.

1.2.2 La segunda edad del *podcasting*

Para Kischinhevsky, los medios sociales, que considera de base radiofónica (es decir aquellos que siguen la tradición de una producción de contenidos relacionada con formas o formatos usualmente utilizados por dicho medio análogo), ofrecen no solo la distribución y el consumo de contenidos sonoros, sino también, y diríamos fundamentalmente, de “negociación de identidades, de representación social y cultural, de comunicación interpersonal y de formación de comunidades afines. En ellos, es necesario —o deseable para disfrutar de una serie de funcionalidades— crear perfiles de usuario; a partir de ahí, el consumo de archivos sonoros genera datos que a menudo alimentan sugerencias de nuevos contenidos y también de amistades con otros usuarios.” (2017: 114)

Como todo nuevo medio digital, la historia de la *podcástfera* resulta vertiginosa, Bonini (2015) afirma que el *podcasting* ha evolucionado y generado un mercado alternativo de contenidos sonoros, diferente a los medios masivos, esto se evidencia por una producción cada vez de mayor calidad y un consumo en expansión. Berry señala que

“los cambios se estaban produciendo en el *podcasting* antes de *Serial*, sin embargo, la combinación de historia, tecnología y habilidad ayudó a asegurar que tenga un lugar en la historia del *podcast* al resaltar hasta dónde hemos llegado.”⁴ (2015: 306). Bonini le llama a este momento “la segunda edad del *podcasting*”.

No le falta razón a Berry (2016) cuando señala que la producción y difusión de *Serial* marca un hito en la historia del *podcasting*. Este *podcast*, fue estrenado en octubre de 2014, y en febrero de 2015 había alcanzado 68 millones de descargas, un año después de su publicación llegó a 80 millones, convirtiéndose en el *podcast* que marca un antes y un después, en la evolución de este medio.

Luego del éxito en descarga y cantidad de oyentes de *Serial*, muchas redes sociales han visto con buenos ojos el despegue, a partir del aumento de su audiencia, de los *podcasts* en el mundo entero, así “en las redes sociales, los *podcasts* logran altas posibilidades de interacción, diálogo y participación con sus fans y facilitan, a su vez, la construcción de contenidos significativos para el *podcast*. Las redes sociales constituyen, por último, una interesante herramienta promocional capaz de captar a nuevos oyentes.” (García-Marín y Aparici 2018: 1080)

Tal como lo señala Scolari (2018) cuando analiza y reflexiona sobre las interfaces y afirma que éstas forman una red, una especie de gran hipertexto en permanente y fluida transformación ejecutando operaciones de traducción, movimiento y metamorfosis. “Si la interfaz no dialoga con otras interfaces, no evoluciona y corre el riesgo de ser reemplazada” (p. 51), Esto lo entendió muy bien *Spotify*, la principal plataforma de reproducción de contenidos sonoros vía *streaming*, decimos contenidos sonoros porque si bien *Spotify* es reconocida como una plataforma de distribución de música, en el último trimestre de 2018 también puso a disposición de sus usuarios el acceso a *podcasts*, y en febrero de 2019 generó una gran noticia en la historia del

⁴ “changes were happening to podcasting before *Serial*, however the combination of story, technology and skill helped to ensure it has a place in podcast history by highlighting how far we have come”. (Berry 2015: 306)

podcasting al anunciar la compra de Gimlet Media y Anchor, la primera una productora de contenidos y la segunda una de las principales plataformas de publicación de *podcast*, con una inversión de 500 millones de dólares y una expectativa de que el 20% del tiempo de consumo de contenidos sonoros de sus suscriptores sean *podcasts*.⁵

Las características técnicas del *podcasting* permiten “el fin de la dictadura [...] de la oferta en manos de los medios o del emisor. El oyente gana en autonomía y posibilidades, por lo que tiende a configurar su menú de contenidos sonoros al margen de cualquier fidelidad a una marca, empresa o medio concreto. Importan los contenidos. El usuario decide sobre ellos y sobre el modo y tiempo de consumo.” (Sellas 2011: 30). Una gran diferencia con respecto a los medios masivos como la radio, con la cual se le vincula porque ambos medios producen y distribuyen contenidos sonoros.

Las características del *podcasting*, desde su nacimiento como nuevo medio nativo digital, marcan diferencias con otros medios masivos y sonoros.

1.3 La discusión con la radio

Referirnos al *podcasting* hace imposible no pensar en otro medio de comunicación sonora, establecido, globalmente conocido, con productores, contenidos y oyentes en todos los países del planeta: la radio. “En realidad, la radio y el *podcasting* tejen una fuerte relación desde un principio, no solo porque comparten un mismo lenguaje, el de la comunicación sonora, sino porque las empresas radiofónicas encuentran en el *podcasting* una nueva e interesante vía para la difusión de sus contenidos.” (Sellas 2011: 51)

⁵ Ver detalles en <https://hipertextual.com/2019/02/spotify-compra-gimlet-media-anchor>

La relación es tan fuerte que no son pocos los autores que han señalado que el *podcasting* es una nueva etapa de la radio, un momento de radio a la carta, de la radio por internet o ciberradio (González 2010: 53), la que configura una tercera generación de la radio (Cebrián 2001).

En algunos países del mundo, como España el *podcasting* aparece por primera vez en las páginas web de algunas emisoras de radio entre finales de 2004 y principios de 2005 (Sellas 2011: 61), es decir, una década después de las primeras experiencias radiofónicas de poner a disposición de contenidos sonoros en Internet, que fueron de *live streaming*.

Sin duda que la radio buscó de muchas formas el maridaje con el internet, en la década de los años 90 el registro y la producción empezaron a ser digitales, y hubieron años de experimentación para que la distribución también se digitalice, por aire y por redes, el vertiginoso avance de internet sus nuevos servicios y aplicaciones produjo un sinfín de experimentos e incertidumbre sobre el devenir del medio, no faltaron diversos pronósticos, algunos apocalípticos que veían en la multimedia digital el fin de los días de las radioemisoras, mientras que otros apostaban por la colonización de la web para poner la radio en internet, dando la posibilidad de la cobertura global.

Kischinhevsky (2017), sigue a Meditsch (2001) y Prata (2009), al afirmar y recalcar la importancia de la transmisión del sonido en tiempo real para entenderla como radio, señala que si eso no se da en directo no es radio, sino fonografía (p.34-35)

... la posibilidad de recuperación de audios y de escucha bajo demanda, repetida veces, trae una inédita capacidad de memoria que rompe con la tradicional fugacidad del mensaje radiofónico vehiculado en ondas hertzianas. Se sabe, con detalle, qué ha sido escuchado y cuándo, posibilitando trazar hábitos de consumo con evidentes aplicaciones comerciales.

(Kischinhevsky 2017: 187)

Es cierto que algunas emisoras de radio han utilizado el *podcasting*, y lo siguen haciendo, como una nueva estrategia para la distribución de contenidos que estuvieron al aire, en su emisión por antena, sin embargo esta práctica tiene por lo menos dos inconvenientes, de un lado la instantaneidad de la emisión en vivo de la radio, como por ejemplo cuando se informa la hora exacta, no sólo es un servicio a la audiencia, sino que a la vez remarca el instante en el que sucede la emisión del discurso radial elaborado en directo, es decir se basa en la sincronía de la emisión radiofónica y su utilidad con la audición en directo. Además el ritmo de la emisión radial en vivo está ligado al momento del día que se hace, y a los temas que se abordan, no nos imaginamos que la emoción de una narración deportiva sea la misma luego de conocer el resultado de la contienda, torneo o encuentro, además la puesta *on demand* del contenido radial puede tener algunas dificultades sobre los derechos de uso de música con propietario y de la emisión publicitaria. Sin embargo, debemos aceptar que existen ciertos contenidos radiales que bien pueden lograr éxito en su oferta asíncrona.

Kischinhevsky da un paso adelante en la interpretación de las relaciones entre radio y *podcasting* y propone el concepto de radio expandida:

... está conformada por la emergencia de múltiples formas de interacción y los condicionamientos impuestos por los diversos niveles de mediaciones sociales, culturales, políticas y económicas. Prácticas como compartir y etiquetar, sea en los perfiles de las emisoras hertzianas en los medios sociales, sea en los servicios de radio social, son muy enriquecedoras, aunque el oyente/internauta dedique a ellas breves segundos.

(Kischinhevsky 2017: 207)

Tal como señala Sellas nos animamos a afirmar que el *podcasting* representa un medio que es una oportunidad para expandir la distribución de los contenidos de la radio, sin ser una nueva etapa de la radiodifusión, pero que sí puede colaborar en “responder a demandas específicas de la audiencia o para ampliar y mejorar su oferta.” (2011: 64)

De otro lado García-Marín complementa:

“El podcasting constituye una especie mediática autónoma e independiente que muestra una clara discontinuidad con respecto al medio que más se le asemeja: la radio. Si el modelo de la radio tiende a la homogeneización de las audiencias, el podcasting ofrece un modelo de nicho que fragmenta a los públicos. El contenido estandarizado de la radio choca frontalmente con la diversificación temática que ofrece el podcasting. A diferencia de la radio, el podcasting permite una escucha multilínea, una flexibilidad en el consumo y la posibilidad de la escucha asíncrona, a la vez que impulsa una mayor participación por parte del oyente. Los podcasts pueden ser manipulados de diferentes formas para garantizar una escucha lo más personalizada posible: permiten un incremento de la velocidad de escucha, la selección del número de episodios a descargar de cada programa, múltiples opciones de propagabilidad o el cambio de interfaces para uso durante la conducción, entre otras posibilidades.”

(2019: 194-195)

Estas razones expuestas resultan pertinentes, sin embargo también es real que radio y *podcasting* están relacionados porque ambos medios ofrecen contenidos sonoros, con diferencias tecnológicas, y por ende con terminología que también es diferente, pero en todos los casos es información que se entrega en sonido. (Berry, 2016, p. 17)

Como otros trabajos han puesto de manifiesto (Barrios-Rubio & Gutierrez-Garcia, 2016; Bonini, & Monclus, 2015; Perez-Maillo, Sanchez-Serrano, & Pedrero Esteban, 2018), el medio radiofónico se enfrenta a una creciente desafección entre los más jóvenes debido a la lentitud con la que está atendiendo al proceso de transformación digital y a los hábitos derivados de la convergencia comunicativa, en las que se imponen las demandas asíncronas, personalizadas y apoyadas en la interacción y la visualización. El uso y apropiación del contenido sonoro denota estar ligado al quehacer diario del usuario (flujo de acción en los centros de estudio, periodos de desplazamiento,

tiempo con amigos y familiares ...), y tales demandas hoy están siendo mejor respondidas por plataformas automatizadas, que demuestran más competencia digital y se articulan sobre códigos y estrategias (menús, alertas, algoritmos ...) más próximos al lenguaje de los jóvenes como también evidencian los trabajos de Banegas-Michay y Rivera-Rogel (2012), Canavilhas (2009) y Lopez-Vidales y otros (2014).

(Pedrero-Esteban, L., Barrios-Rubio, A. y Virginia Medina-Ávila 2019: 110)

Por su parte la BBC desde junio de 2018 ofrece *BBC sounds*, una plataforma para sus diferentes servicios basados en contenidos sonoros, que incluye *live streaming*, *audio on demand* y *podcasts*.

El Commissioning Brief No: 103003 de la BBC (2018) plantea una serie de reglas o características que diferencian el *podcasting* de la radio, de las cuáles subrayamos que “1. Un podcast no es un programa de radio, incluso si los programas de radio pueden estar disponibles para el público como podcasts”⁶, a pesar que pueden confundirse y que muchas radioemisoras lo hacen, un *podcast* está producido para ser consumido de forma asíncrona y sin necesariamente tener delimitación territorial. “2. Para una generación más joven que nunca tendrá una radio, los podcasts son su radio pero, de acuerdo a la regla 1”⁷, para los nativos digitales conectados a internet, establecer una relación con la radio análoga y su sincronía será muy difícil, no negamos que se dé y que se siga dando a futuro, pero la abrumadora oferta digital y la posibilidad de selección y autonomía en el consumo, se convierte en un escenario de hegemonía digital.

La BBC (2018: 6) también aconseja a los productores “4. Los *podcasts* están diseñados para la generación de auriculares, sean respetuosos, cálidos y amables”⁸, incluso

⁶ 1. A podcast is not a radio programme even if radio programmes can be made available to the public as podcasts.

⁷ 2. For a younger generation who will never own a radio, podcasts are their radio but, reread rule 1.

⁸ 4. Podcasts are built for the headphone generation, be respectful, warm and gentle inside their heads.

propone sugerencias básicas para la redacción y locución de *podcast* “5. [...] ser informal, ser íntimo, pero, la libertad de usar lenguaje en bruto no significa que sea una obligación”⁹. Como uno de los principales sistemas de servicios de comunicación pública en el mundo, la BBC sugiere que “6. Los podcasts son una forma visualmente poderosa de audio, pueden ser cine para los oídos”¹⁰ y “7. Los ángeles están en los detalles, los podcasts cuentan historias grandes, espinosas y emocionalmente complejas, reales e inventadas”¹¹, los *podcast* de la BBC muestran, al igual que sus otros servicios, una alta calidad.

Las diferencias entre la masiva y análoga radio y el *podcasting* son claras y marcadas, este último continúa una acelerada evolución, proceso que no es negado por la radio buscando nuevas formas de distribución, tarea que hace posible su encuentro con los *podcast*, inquilino mediático que tiene nuevas formas de producción y consumo de contenidos sonoros.

1.4 *Podcasting* un medio nativo digital

La presencia de lo digital en todas las fases de creación de podcasts (grabación, edición, alojamiento en la Red y difusión) es un aspecto clave para definir al *podcasting* como un medio completamente software-centered desde su nacimiento; es decir, con ADN digital que se separa de los medios analógicos posteriormente digitalizados (Manovich, 2013).

(García-Marín 2019: 190)

Por lo antes expuesto proponemos entender al *podcasting* como un nuevo medio de comunicación sonora, que se encuentra en su etapa inicial, García-Marín (2016) señala que “Cuando un medio nace, repite dinámicas de medios anteriores hasta que

⁹ 5. Use your f-bombs wisely; be informal, be intimate, but, the freedom to use raw language does not mean it's an obligation.

¹⁰ 6. Podcasts are a visually powerful form of audio, they can be cinema for the ears.

¹¹ 7. The angels are in the detail, podcasts tell big, thorny and emotionally complex stories, real and made up.

desarrolla una semiótica propia que, con el paso del tiempo, define su propio camino.”
(p. 76)

Tal como afirma Manovich (2001) los medios de comunicación mantienen una histórica y desentrañable vinculación con la tecnología, esta cambia, al igual que las características de la sociedad y la relación con los medios va modificándose. Este es el caso del *podcasting* que en un escenario mediático digital, siendo su génesis digital, y es el ecosistema mediático digital el que le brinda nuevas características, propias de la sociedad actual, por ejemplo “mientras que las parrillas de contenidos del podcasting son modulares, las de la radio mantienen una estructura lineal.” (García-Marín 2016: 82).

Las posibilidades de oferta con las tecnologías digitales son múltiples y aumentan con mucha facilidad, así lo afirma Berry “... el éxito futuro radicará en un ecosistema donde los productores creen contenido sólido que se haga accesible a través de una gran cantidad de dispositivos y plataformas.”¹² (2015: 305). Tal como lo afirmó Negroponte hace más de dos décadas atrás:

“Pero en un futuro más lejano, los bits no se asignarán a un medio específico cuando salgan del transmisor.

[...]

Los bits salen de la emisora como elementos para ser utilizados y transformados en una gran variedad de medios, para que podamos personalizarlos a través de varios programas de ordenador y archivarlos si así lo queremos.

[...]

El consumidor será su propio censor cuando le ordene al receptor qué bits deberá seleccionar.”

(1999: 75)

¹² “This suggests that future success will lie in an ecosystem where producers create strong content which is made accessible across a myriad of devices and platforms.” (Berry 2015: 305)

La autonomía que gana el consumidor al poder seleccionar una gran cantidad de contenidos sonoros, de una enorme diversidad y, no presentados antes por la radio, es nueva y –por el momento- única oportunidad. Si bien existen contenidos radiales que se ofrecen como *podcasts*, cuestión sobre la que volveremos con mucho mayor detalle más adelante, el *podcasting* empieza a desarrollar no solo una oferta de contenidos muy diversa, sino también estéticas sonoras propias del entorno digital –en el que nace y se desarrolla- y de las características de producción y consumo de este nuevo medio.

Como sabemos el impacto que las tecnologías digitales han producido en los medios de comunicación han producido cambios sustantivos en la producción, distribución y consumo de sus contenidos. Con mucho acierto McHugh (2016: 10) señala que con la aparición del *podcasting* se está fomentando algunos cambios en los *storytellings* de no ficción producidos en audio y distribuidos en emisoras de radio, audio por demanda y *podcasts*. El estilo narrativo norteamericano tiene más influencia y alcanza mayor popularidad a nivel mundial que el estilo europeo. Esta discusión de estilos en la narración en audio se basa en las producciones que muy conocidos realizadores hacen para radios públicas de EEUU, Alemania, Inglaterra y Australia, producciones que en la actualidad también se distribuyen en *podcasts*, lo cual ha derivado en repensar y cambiar algunas de sus características.

El rol jugado por las radios y, en general, los medios públicos en la evolución y fortalecimiento del *podcasting* a nivel global es innegable. *Serial*, el *podcast* considerado la producción más importante en la corta vida del medio fue una iniciativa de algunas emisoras del sistema de radios públicas de EEUU, además como ya se ha dicho, en Inglaterra la BBC tiene una oferta de *podcasts* muy interesante y aún más variada.

1.5 El *podcasting transmedia*: el *transcasting*

Si bien el *podcasting* lo definimos como un nuevo medio, este evoluciona de forma vertiginosa, por ende empieza a desarrollarse una interpretación teórica muy interesante, Sellas (2011) señala que el *podcasting* utiliza el mismo lenguaje que la radio, sin embargo consideramos que el *podcasting* al ser un medio nativo digital tiene un lenguaje con más posibilidades, no necesaria ni solamente sonoras, por ejemplo el investigador español García-Marín propone el concepto *transcasting* “para hacer referencia a aquellos proyectos mediáticos que, teniendo al *podcasting* como medio seminal, extienden y dispersan su narrativa utilizando diversas textualidades y amplían su entorno comunicativo a otras plataformas, medios y lenguajes, presentando una clara textura transmedia.” (2016: 247)

García-Marín (2016: 265) propone la siguiente lista de principios generales del *transcasting*:

1. Obra/medio matriz: el *podcasting*.
2. Multiplicidad de plataformas: diversidad de puntos de acceso a los contenidos.
3. Diversidad textual. Intertextualidad.
4. Hibridación de lenguajes.
5. ADN digital: modularidad, variabilidad, propagabilidad e interactividad)
6. Interactividad/participación multinivel (selectiva, activa y colaborativa) de los fans.
7. Asimetría entre la estructura compositiva y el sistema narrativo.
8. Importancia del metatexto. Ruptura de la dicotomía extensión/redundancia de la NT, que el *transcasting* configura como concepto graduable.
9. Complejidad narrativa: multiprograma, red multitemática, extensión mediante lenguaje visual, grupo mediático, spin-off (re-transmedia) y extensión bilingüe.

10. Multiplicidad retórica: operaciones de adición, omisión, transposición (*crossover*) y permutación de contenidos, en la materia expresiva original –el sonido- o en otras.

Las estrategias usadas por los *podcasters amateurs* e independientes para hacer transmedia sus relatos presenta la aparición de una relectura del *podcasting* como medio de comunicación no anclado solamente en el lenguaje sonoro.

La concepción multilenguaje y multiplataforma de estos proyectos, así como su variada gama de formatos textuales, nos obliga a mirar a este medio de comunicación como una práctica que acoge las dinámicas transmedia y las incorpora de manera natural, dejando atrás una primera etapa gobernada por la exclusividad del sonido para elevarse hacia una nueva dimensión más compleja [...] y creativa.

(García-Marín 2016: 264)

Este nuevo medio digital brinda más posibilidades al cada vez más variopinto, hipercreativo e innovador escenario transmedia, como un lugar dónde no se avizoran límites ni final.

1.6 Tipología del contenido sonoro del *podcasting*

Podemos afirmar que la investigación académica no sistematiza aún todos los formatos usados para producir contenidos sonoros en *podcasting*, y son los productores, investigadores de mercado y *podcasters amateurs* los que proponen diferentes clasificaciones, así para Leonard (2019)¹³, los formatos de producción más utilizados en los *podcast* son:

- a. Entrevista
- b. Comentarios individuales o monólogo

¹³ <https://www.periodismo.com/2019/07/15/los-formatos-de-podcasts-mas-utilizados/>

- c. Panel, entrevista con invitados o debate
- d. Narraciones de no ficción
- e. Narraciones de ficción
- f. Híbridos: usan varios de los formatos anteriores.
- g. Contenido adaptado

Esta tipología, muy poco de creativa, es muy parecida a la que ofrecen los tradicionales formatos de la radio.

Otra tipología de *podcasts* es la de Orrantia (2019), quien basándose en la práctica española propone la siguiente clasificación de los *podcasts* nativos digitales a partir del reconocimiento del tipo de productora:

- a. Profesionales: emisoras de radio, medios de comunicación, empresas de comunicación.
- b. Independientes/Amateur.
- c. Productos transmedia.
- d. Empresariales: Institucionales, del marketing.
- e. Universitarios/educativos

Hasta aquí observamos que la clasificación de los *podcasts* se puede hacer por la estrategia comunicativa que utiliza el productor para construir y entregar la información sonora al oyente, lo que en radio y otros medios masivos se conoce como formato, así como por el tipo de productora.

Según Julie Shapiro¹⁴ (2016) en su curso *on line* llamado *Blueprint for a Standout Podcast* en [creativelive.com](https://www.creativelive.com)¹⁵, a partir del tipo de contenido, propone la siguiente taxonomía de *podcasts*:

- a. CRIMEcast. Por lo popular de las narraciones acerca de los misterios sin resolver, armas, drogas, corrupción. *Serial* sería el mejor ejemplo.
- b. COURTcast. *Podcasts* de los reporteros cubren un tribunal, un juicio digno de mención.
- c. CHUMcast. Muy populares. Un par de amigos se sientan alrededor de un micrófono o del teléfono, sin importar mucho la calidad de su registro sonoro, conversan sobre la cerveza, las películas, la política, lo que sea, en realidad no importa. También conocido como el PALcast o la CHATcast.
- d. BACKcast. La difusión de datos. Lleno de hechos, estadísticas, ejemplos, las conversaciones con la gente normal mezclan con entrevistas a expertos.
- e. HOWTOcast. *Podcast* de utilidad, para cómo arreglar un problema, el divorcio, interpretar la constitución, criar a sus hijos, muy cercano a lo que se conoce como consultorio.
- f. FICTIONcast.
- g. DAILYcast. Las noticias, y la mayoría de las principales organizaciones de noticias están entrando en el juego de producir *podcasts* diarios.

A estos se suman DATAcast, JOURNALcast, HUMBLEcast y “REALITY” cast¹⁶. Este quizá sea el primer esfuerzo en definir los *podcast* por el tipo de contenido, que definirá además algunas características de la forma en cómo se produce.

¹⁴ Productora Ejecutiva de Radiotopia, una red de podcast fundada por el **99% Invisible** presentado por Roman Mars y dirigida por Public Radio Exchange. La red está organizada como un colectivo de unas dos docenas de espectáculos cuyos productores tienen un control artístico completo sobre su trabajo. Radiotopia pertenece a PRX plataforma sin fines de lucro basada en la web para distribución digital, revisión y licencia de programas de radio. La organización afirma ser el mayor catálogo a pedido de programas de radio públicos disponibles para transmisión y uso de Internet.

¹⁵ <https://www.creativelive.com/class/blueprint-for-a-standout-podcast-julie-shapiro/lessons/content-types>

¹⁶ Adam Ragusea. 11 noviembre de 2016 Check @jatomic's new taxonomy of podcast genres. Tweet recuperado de <https://twitter.com/aragusea/status/797274200163713025> (Consultado el 10 de marzo de 2020).

De otro lado Según Jin, Segal y Carroccio (2019) existen cinco tipos de editoras de *podcasts*:

- a. Compañías de medios que tienen departamentos de *podcasts*, cuyos objetivos en *podcasting* pueden variar desde el aumento de su audiencia hasta la diversificación de ingresos. Los ejemplos de compañías en esta categoría incluyen compañías de medios tradicionales como el *New York Times*, donde el audio fue tratado como un experimento antes de que *The Daily* se convirtiera en un gran éxito en 2017.
- b. Las compañías de producción de *podcasts*, que se centran principalmente, si no exclusivamente, en el *podcasting*, que requiere la creación de un negocio viable a partir de la producción de *podcasts*. Sus ingresos provienen principalmente de la publicidad, lo que significa que esos *podcasts* necesitan acumular gran cantidad de oyentes. Los ejemplos incluyen Gimlet adquirido por Spotify a principios de 2019, y Wondery, entre otros.
- c. Productoras independientes y programas de entrevistas personalidades, principalmente organizados por una o dos personalidades. Estos *podcasts* se monetizan principalmente a través de anuncios, donaciones y, a veces, productos o eventos en vivo. En EEUU destacan Tim Ferriss, Sam Harris, Rachel Hollis, Karen Kilgariff y Georgia Hardstark (*My Favorite Murder*), Roman Mars (*99% Invisible*), Joe Rogan y muchos otros.
- d. Empresas no relacionadas con los medios y sin fines de lucro, que también producen *podcasts*. El objetivo principal detrás de estas iniciativas de *podcasting* es principalmente la construcción de marca y el marketing, en lugar de generar ingresos.
- e. Amateurs o Hobbyist creator, que crean y publican contenido, a menudo sin monetizar y con un público muy limitado. Las herramientas de *podcasting* como Anchor y otras están democratizando la capacidad de lanzar un *podcast*, lo que conducirá a más y más creadores aficionados.

Por su parte Quah (2017)¹⁷, propone la siguiente taxonomía de *podcast*:

- a. El formato conversacional o “Gabfest”: la esencia del *podcast*. La conversación generalmente está diseñada como una discusión que recapitula las noticias de la semana, y generalmente funciona para proporcionar a los oyentes contexto y comentarios, y con suerte como resultado de esas dos cosas, claridad.
- b. El formato documental: Los *podcasts* documentales son a menudo proyectos narrativos profundos, profundamente informados y altamente producidos, y también sucede donde el medio realmente su mejor esfuerzo para contar historias.
- c. El formato de la entrevista: categoría bastante sencilla aquí, es literalmente un *podcast* que no es más que la entrevista completa o por partes.
- d. El formato de Magazine de noticias: Formato heredado de la radio, es un programa de variedades multisegmentado que se basa en un tema específico, un tema o una figura periodística central.
- e. El formato explicativo: El Explainer se define menos por su estructura y formato, y más por el tratamiento de un tema determinado.
- f. El *podcast* local: Se define más por un enfoque en un lugar determinado y sus residentes como oyentes/consumidores.
- g. The Morning News, o Daily News *Podcast*: Formato en proceso de crecimiento y bastante actividad.

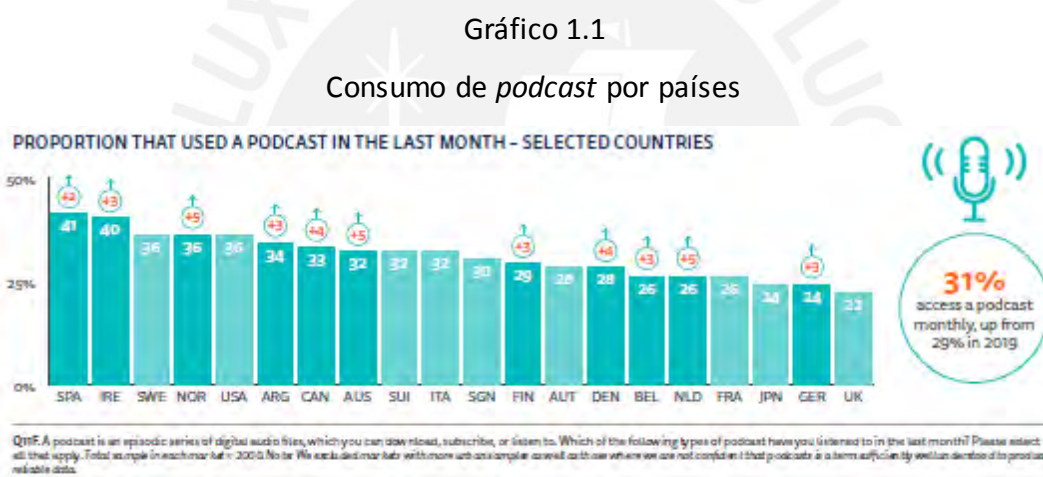
A pesar de ser un medio digital, y que se entiende global, las propuestas de taxonomía de los *podcast* parecen aún bastante relacionadas con el entorno y realidad del *podcasting* de los países desde donde se proponen, y responden a diversos enfoques. Quizá la propuesta más innovadora sea la de Shapiro, sin embargo es también una propuesta en constante construcción, como el desarrollo de este nuevo medio nativo digital.

¹⁷ En <https://www.niemanlab.org/2017/04/gabfest-explainer-local-the-daily-a-taxonomy-of-news-podcasts/>

En el capítulo 7, luego de analizar una muestra de podcasts, proponemos una taxonomía del *podcasting* peruano, la misma que estará definida a partir de las características socio culturales de la audiencia nacional.

1.7 El *podcasting* en el mundo

Como se ha mencionado el *podcast* muestra un creciente consumo a nivel global, según el estudio Reuters Institute Digital News Report (2019), entre los cinco países de mayor consumo se encuentran Corea, España, Irlanda, EEUU y Suecia. Perú ni ningún país de Sudamérica aparecen en este ranking.



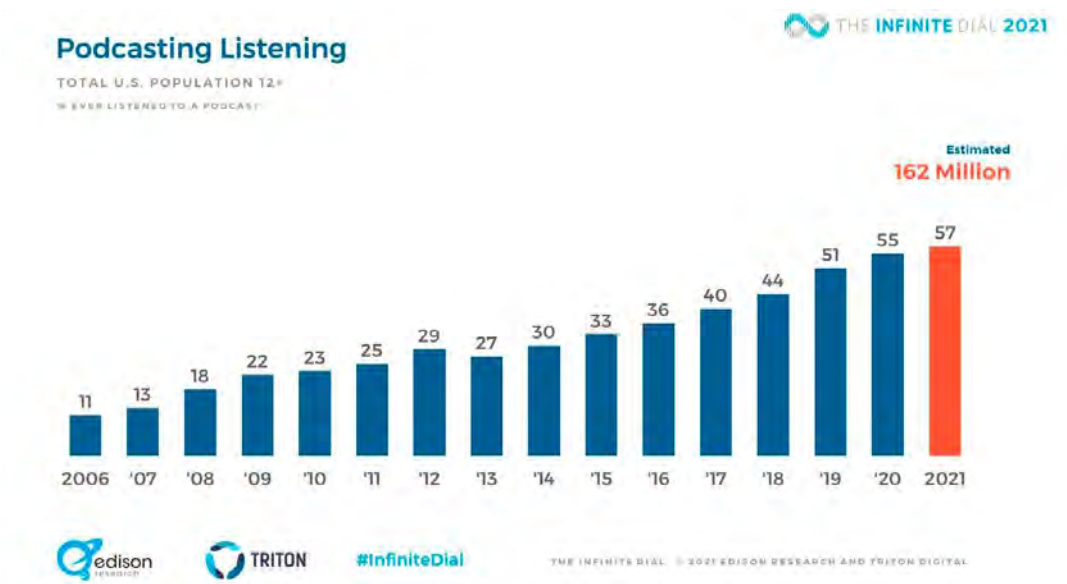
Fuente: Reuters Institute Digital News Report 2020

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

EEUU es el país que más investigación sostenida, en más de una década atrás, tiene sobre el mercado del *podcasting* y muestra un gran crecimiento en su consumo.

Gráfico 1.2

Consumo de *podcast* en EEUU



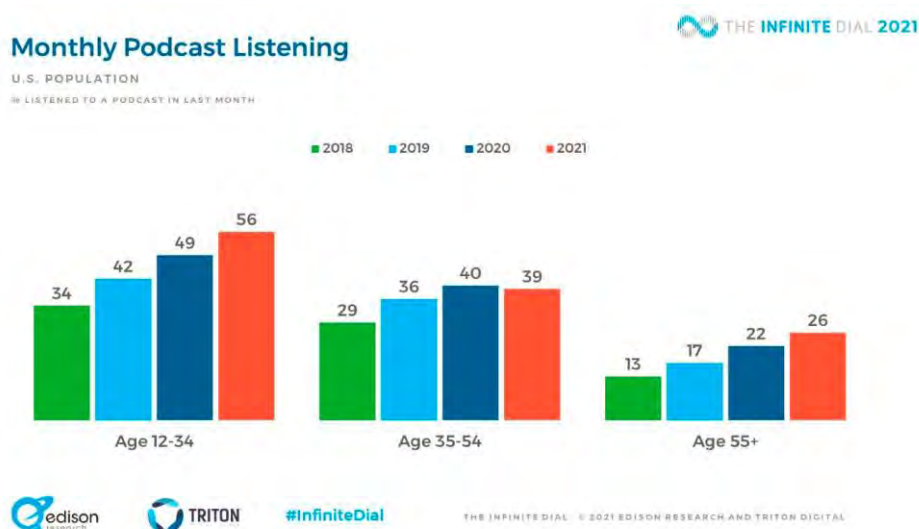
Fuente: The Infinite Dial 2021, Edison Research

<http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Infinite-Dial-2021.pdf>

Como se observa, y lo señalan varios especialistas, el nivel de audiencia se ha quintuplicado en 15 años de *podcasting* en EEUU, mostrando cifras que sustentan que es un medio de comunicación como tal y que empieza a mostrar métricas que auguran un mayor crecimiento.

Gráfico 1.3

Escucha mensual de *podcasts* en EEUU



Fuente: The infinite dial 2021, Edison Research

<http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Infinite-Dial-2021.pdf>

Tal cómo se observa en todos los segmentos etarios el consumo de *podcast* aumenta en los EEUU, el mayor consumo se observa en el segmento más joven. Es sabido además que el *podcast* aumenta en su consumo porque cuenta con varias plataformas de almacenamiento y distribución, para más detalle ver Anexo 1, y plataformas solo de distribución de *podcasts*, ver Anexo2.

¿Y cómo están las estadísticas del *podcasting* peruano?, más adelante ofreceremos la información con la que se cuenta en nuestro país.

Además, para conocer y comprender mejor a este nuevo medio y su práctica en nuestro país, proponemos como necesario construir, o comenzar a construir una cartografía del *podcasting* peruano, en el sentido de un mapeo de las principales experiencias de este nuevo medio en el Perú.

Luego de reconocer los principales tipos de *podcasts*, será necesario saber qué dicen, qué entregan, qué ofrecen sus contenidos sonoros, y por último conocer cuánto han

avanzado en la transmedialidad o *transcasting*. Camino que prepararemos a partir del siguiente capítulo.



CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

Este capítulo presentará la propuesta metodológica que guiará el estudio. Se expone en primer lugar la apuesta hipotética, luego la matriz metodológica, se detalla la metodología a utilizar y los instrumentos para el registro de la información y posterior análisis.

2.1 La hipótesis

Los diferentes tipos de *podcasts* peruanos desarrollan prácticas de narrativas *transmedia*. Para esta investigación se entiende como *transmedia* a todo aquel contenido que presentado en un medio, es desarrollado en otros de acuerdo a las características narrativas de estos.

2.2 La Matriz metodológica

Las preguntas de investigación, los objetivos, la metodología de investigación y los instrumentos para el registro de la información, son los siguientes:

Preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son los contenidos de los *podcasts* peruanos?
2. ¿Cómo son los *podcasts* peruanos?
3. ¿Los *podcasts* peruanos desarrollan narrativas *transmedia*?
4. ¿Qué sucedió con los *podcasts* peruanos durante el confinamiento por la pandemia por Covid 19 en 2020?

Objetivos de investigación:

1. Analizar el contenido de los *podcasts* peruanos.

2. Elaborar una taxonomía de los *podcasts* peruanos.
3. Describir la práctica transmedia de los *podcasts* peruanos.
4. Analizar el contenido de los *podcasts* peruanos durante el confinamiento por la pandemia por Covid 19 en 2020.

Para conocer cuál es el contenido sonoro de los *podcasts* peruanos será necesario elegir una metodología, definir una muestra y diseñar una técnica para el análisis. En la delimitación de la muestra podremos acercarnos a observar los diferentes tipos de *podcasts* nacionales, el conocimiento de los contenidos de los *podcasts* nos permitirá conocer sus principales características y lograr acercarnos a una propuesta de taxonomía del *podcasting* peruano.

Tabla 2.1
Matriz metodológica

Preguntas de investigación	Objetivos	Metodología	Instrumento
¿Cuáles son los contenidos de los <i>podcasts</i> peruanos?	Analizar el contenido de los <i>podcasts</i> peruanos	Análisis de contenido.	Matriz de análisis de contenido.
¿Cómo son los <i>podcasts</i> peruanos?	Elaborar una taxonomía de los <i>podcasts</i> peruanos	Análisis de las plataformas/servidores/apps de <i>podcast</i> . Y Análisis de contenido.	Revisión cartográfica. Entrevista con expertos. Matriz de análisis de contenido.
¿Los <i>podcasts</i> peruanos desarrollan narrativas transmedia?	Describir la práctica transmedia de los <i>podcasts</i> peruanos	Análisis de redes sociales y plataformas digitales.	Matriz de observación y análisis. Entrevista con expertos.

¿Qué sucedió con los <i>podcasts</i> peruanos durante el confinamiento por la pandemia por Covid 19 en 2020?	Analizar el contenido de los <i>podcasts</i> peruanos durante el confinamiento por la pandemia por Covid 19 en 2020	Análisis de las plataformas/servidores/apps de <i>podcast</i> y análisis de contenido.	Matriz de análisis de contenido.
--	---	--	----------------------------------

Proponemos una investigación analítico-descriptiva de enfoque mixto, de un lado cuantitativo para el análisis de contenido de una muestra de *podcasts* peruanos, y de otro lado cualitativo por el análisis de la propuesta de contenido de los *podcast* muestra y de su diseño transmedia, con un alcance exploratorio gracias a la indagación en diferentes plataformas que alojan y distribuyen *podcasts*, la revisión de documentos de índole académica, estudios de mercado e información periodística y la realización de entrevistas a informantes calificados.

2.3 Cartografía

En la mayoría de estudios sobre *podcasts*, como los publicados por Sellas (2011), Bonini (2015), Antunes y Salaverría (2018), Bonet y Sellas (2019), se refieren a los *podcasts* producidos por dos grandes grupos, de un lado las estaciones de radio y los medios de comunicación tradicionales (como diarios y revistas), y de otro los *podcasters amateurs*, también llamados independientes.

Además siguiendo a García-Marín y Aparici proponemos realizar una revisión cartográfica del *podcasting* peruano a partir de la indagación en:

1. Repositorios y podcatchers

2. Web/blog
 3. Redes sociales
 4. Radio digital y radio hertziana
 5. Programas presenciales en directo
 6. Canales de vídeo digital
 7. Newsletters
- (2018: 1074-1077)

Sin dudar de la importancia de estas variables utilizadas y validadas por los investigadores españoles, en este estudio añadimos tres criterios. La necesidad de tomar en cuenta los rankings de los *podcasts* más escuchados y publicados por Chartable¹⁸, la indagación en instituciones estatales, y la consulta a expertos, considerados como informantes calificados.

2.4 Análisis de contenido

El *podcast* está viviendo un gran desarrollo, en lo tecnológico, con aplicaciones y plataformas que distribuyen contenidos sonoros, además su consumo es cada vez más creciente y, en tercer lugar, en la cada vez mayor diversidad de organizaciones que están produciendo contenidos, tal como afirman Ponce y Rodero luego de analizar el lenguaje sonoro en los *podcasts* de ficción producidos en México cuando señalan que estos utilizan recursos innovadores que renuevan el lenguaje sonoro, haciéndolo más adecuado para dirigirse a los jóvenes. Por lo tanto este “puede ser un buen momento para profundizar en estas nuevas estrategias sonoras a través de este nuevo formato.” (2017: 12), por eso queremos conocer cuáles son los contenidos de los *podcasts* en nuestro país, dónde la investigación de este nuevo medio de comunicación recién comienza.

Consideramos pertinente utilizar el análisis de contenido para conocer en detalle qué dicen los *podcasts* peruanos, esta “es una técnica para estudiar cualquier tipo de

¹⁸ <https://chartable.com/> Es un servicio de análisis y atribución de audiencia de *podcasts*.

comunicación de una manera ‘objetiva’ y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico”. (Hernández, Fernández y Baptista 2014: 251)

El análisis de contenido nos dará la posibilidad de conocer cuáles son los temas, el ámbito de los contenidos que desarrollan, así como la temporalidad de los mismos, además conocer las estrategias expresivas y de difusión de información, entre otros aspectos que nos facilitará una descripción en detalle del *podcasting* peruano.

Para el análisis de contenido de los *podcasts* nos basamos en la propuesta fundacional de Moragas (1980), ampliada y desarrollada luego por Mata y Scarafía (1994) para el análisis del discurso radiofónico, en buena cuenta la emisión sonora. Esta propuesta metodológica para el análisis del discurso radiofónico fue utilizada por el autor en una investigación académica y varios estudios a solicitud de emisoras regionales peruanas, en un lapso mayor a diez años, es decir es una metodología validada de análisis de contenido del discurso sonoro y fruto lento proceso de afinamiento¹⁹.

Proponemos el estudio de tres dimensiones o ejes de análisis:

- La dimensión referencial: aborda todo aquello de lo que se habla, a partir de la visión que el emisor propone de la realidad.
- La dimensión enunciativa: permite analizar quiénes dicen y cómo se relacionan con aquellos a quienes hablan a partir de lo enunciado en el discurso sonoro.
- La dimensión estética: que se encargará de explorar el mundo de las formas sonoras, a partir de escudriñar en los códigos y rastros paralingüísticos del discurso sonoro.

¹⁹ Con esta propuesta metodológica de análisis de contenido del discurso sonoro se realizaron la Evaluación de la programación de Radio Marañón (Jaén, Cajamarca) en el año 2000 y el Estudio de medios en la región Piura para Radio Cutivalú en 2009. Además la investigación académica Estudio de Modelos, tipología y oferta programática de la radio limeña (Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima - IDIC-UL) de 2007.

Estas variables están mediadas, atravesadas y redefinidas por el escenario tecnológico en el cual se desenvuelve el *podcasting*, esto produce que el análisis adquiera posibilidades de desarrollo y expansión en nuevas dimensiones, que intentaremos con el análisis.

2.4.1 Variables de la dimensión referencial

a. Temas

Son los fragmentos de información referidos a un solo aspecto del referente, es la unidad mínima para analizar el contenido de un discurso. El tema principal es el que aparece destacado en el discurso (el centro).

b. Temáticas

Son las problemáticas o asuntos globales integrados por los aspectos particulares del referente, es decir por los temas. Las temáticas no están nombradas explícitamente en el discurso. Por eso las temáticas se deducen.

c. Ámbito

Señala el lugar geo-político de influencia, de los hechos materia del discurso, es el contexto al que aluden o remiten los hechos. Puede ser:

- Local, provincial, regional
- Nacional
- Continental
- Mundial o global
- Indeterminado

d. Fuentes

Son los productores de información, que sirven como base para la elaboración del contenido de los *podcasts*. Según el modo de su aparición pueden ser:

- Fuente Explícita: Se dice quien proporciona la información (FE)
 - Directas: aparece el audio de la fuente (FE-D)

- Indirecta: se menciona lo que dijo la fuente, incluso se dice el nombre de la fuente (FE-I)
- Fuente Implícita: El emisor no menciona la fuente, es decir da la información como propia. (FI)

Según el tipo, las fuentes pueden ser: periodísticas (webs, redes sociales, diarios, corresponsales, etc.), institucionales y personas (en general expertos, artistas, deportistas, aquellos que aparecen en el contenido del *podcast* a nombre propio).

e. Historicidad

Es la forma en que los temas se ubican en relación al devenir histórico, es decir al transcurrir del tiempo, puede ser:

- Presentista: referente al momento de ocurrencia real de un hecho. (Pr)
- Retrospectiva: cuando además del presente existen referencias al pasado. (Pa)
- Prospectiva/futuro: cuando además del presente existen referencias a lo que vendrá, en términos de proyección. (Fu)
- Completa: cuando en relación a un hecho determinado existen referencias al pasado, al presente y al futuro. Cuando el contenido sonoro ofrece una visión articulada de proceso temporal.
- Indeterminada: son los temas que comúnmente se les llama inactuales, es decir no responden a un momento determinado.

2.4.2 Variables de la dimensión enunciativa

El discurso, que el contenido sonoro del *podcast* presenta, es un espacio donde se construye una relación entre sujetos: entre emisores y receptores, entre *host* y *followers* y *listeners*. Pero en el discurso no encontramos a los sujetos reales, sino que encontramos lenguaje, palabras, un enunciado en el cual se representa a esos sujetos.

El enunciador y el destinatario se relacionan a través de lo que se “dice” es decir a través del enunciado. Para poder identificar y describir las características del enunciado en primer lugar tendremos que detectar y reconstruir las imágenes del enunciador y la del destinatario que aparecen de manera directa o indirecta.

Presencia del Destinatario:

- Cuando el oyente interviene directamente en la emisión, es decir se hace parte del discurso.
- De forma directa, mediante apelaciones (interpelaciones, convocatorias, invitaciones, llamados, que le hace el emisor. Ej. “Denos su opinión”), Preguntas (como las interrogaciones que se formulan en segunda persona, Ej. “Como les va”, “Que opinan ustedes”).

Modos de Aparición del Enunciador

- Formas de nombrarse, usando:
 - Nombres propios
 - Pronombres personales y posesivos en primera persona singular o plural.
- Juicios, sentencias y opiniones: que explicita el enunciador.

Las Estrategias del enunciador se perciben a través de los diversos tipos de estrategias que utiliza para construir la relación con los destinatarios y presentar ante ellos su visión sobre lo dicho:

- a. Estrategias Expresivas: Buscando un discurso atractivo, el emisor apela a diversos recursos lingüísticos de la siguiente manera: (EE)
 - Lenguaje popular: que trata de dar un carácter popular y/o coloquial al discurso: El uso de dichos, modismos regionales, jergas propias de sectores populares. (EE-LP)
 - Lenguaje Emotivo: que trata de impresionar emotivamente: Se incluyen los diminutivos y aumentativos, las expresiones afectivas y despectivas. (EE-LE)

- Lenguaje Atractivo: que busca atraer la atención del receptor, por un lado lo que tiene que ver con el nivel semántico de las palabras: Ironías, juegos de palabras, doble sentido. (EE-LA)

b. Estrategias de Difusión de Información:

- Procedimientos de Opinión: Buscan generar en el destinatario ciertos modos de razonar y explicar los acontecimientos y de elaboración de nociones y opiniones propias. Estos procedimientos son de tipo demostrativo, es decir el enunciador enseña a partir de su propio hacer discursivo. (ED-PO)
- Procedimientos Informativos: Cuando se transmite información que se considera valiosa para los receptores en un doble sentido: Acrecentar el conocimiento acerca de la realidad y para poder desarrollar diversas prácticas. Existen diversos tipos de difusión: (ED-PI)

Temas generales: Amplían su mundo, estimulan su curiosidad y ensanchan sus horizontes. La existencia de este procedimiento revela la presencia de un enunciador que asume el rol de difusor general. (ED-PI-G)

Temas especializados: espacios de salud, medioambiente, videojuegos, etc. (ED-PI-E)

Experiencias: que el enunciador propone como ejemplos de un hacer que valora. Pueden ser los propios del enunciador, en este caso se pone como ejemplo. (ED-PI-Ex)

2.4.3 Variables de la dimensión estética

Exploraremos esta dimensión fundamentalmente a partir de indagar las siguientes variables:

- Uso de la música
 - Auxiliar: fondos musicales y música característica (identificatoria).
 - Programática: temas musicales de diversos géneros.
- Uso de la voz (locución)

- Estilo: popular, formal, festivo.
 - Intensidad: natural, alta, baja.
 - Entonación: subjetiva, objetiva.
 - Ritmo: lento, rápido, natural-hablado.
 - Dicción-pronunciación (claridad): buena, mala o regular.
 - Efecto de sonido en la voz: eco, reverberación, dúo, etc.
- Uso de efectos de sonido
 - Abstractos: sin significado concreto.
 - Concreto o natural: refieren a la realidad (Ej. Canto de un gallo)
 - Foleys en vivo (FV)
 - Efecto de sonido (EF)

Para organizar de forma sistemática el contenido sonoro de los *podcast* usaremos la siguiente tabla de análisis.

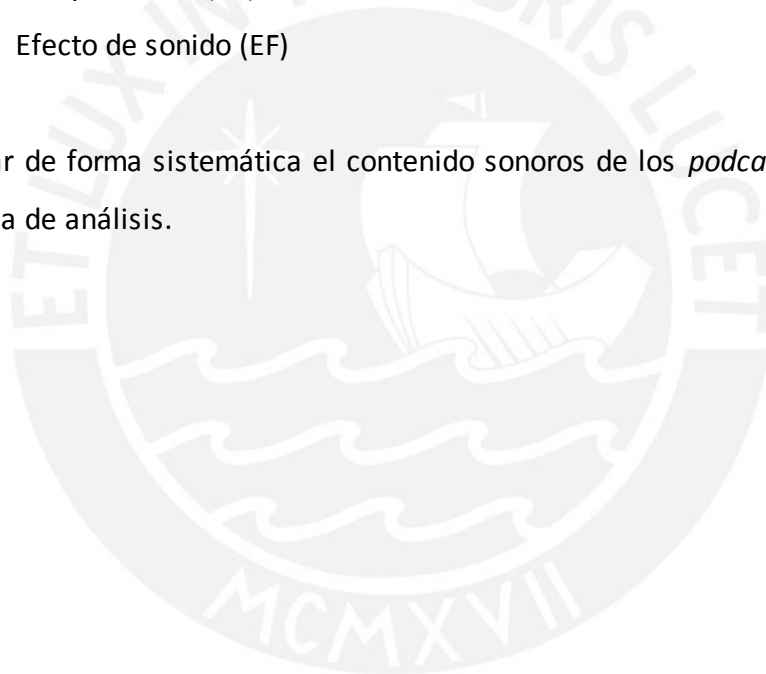


Tabla 2.2

Matriz de análisis de contenido sonoro

NOMBRE DEL PODCAST:

NOMBRE DEL EPISODIO:		TEMAS Y TEMATICAS									USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN	EFECTOS DE SONIDO (FV/EF)	
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SECUENCIA		TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)				ESTRATEGIAS EDUCATIVAS (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-EED-PI-E))
			Min	Seg										

Elaboración propia

2.5 Análisis de la narrativa *transmedia* en los *podcasts*

Asistimos, en definitiva, a una nueva concepción multimedia y *transmedia* de la comunicación de masas e individual en la que el papel de comunicación se fundamenta en una hibridación de los formatos y soportes, cuya columna vertebral está basada en internet, la telefonía móvil y las redes digitales de distribución de contenidos e información: Hibridación que determinará el consumo, la producción y la oferta de contenidos en los próximos años.

(Ortiz 2017: 2)

La realidad digital del ecosistema mediático nos lleva a indagar sobre las experiencias *transmedia* del *podcasting* peruano. Para esto necesitamos una metodología que nos ayude a reconocer dichas propuestas y prácticas.

Si bien autores como Jenkins y Scolari han teorizado y realizado análisis de las prácticas *transmedia* que partieron en películas de cine o series de televisión, sobre *transmedia* en el *podcasting*, el trabajo académico está mucho menos desarrollado.

Sin embargo la comunicación usando el sonido en plataformas y redes sociales digitales ha mostrado un verdadero auge en la última década, lo que se observa en la cada vez mayor cantidad de producción y consumo de *podcasts* en el mundo entero. Como nuevo invitado en el escenario digital mediático le brinda a los *podcasts* muchas posibilidades, que han ido más allá de la exploración, en sus posibilidades transmediales.

Así siguiendo a García-Marín (2016) que re interpreta y adapta la propuesta de Askwith (2007), presentamos la siguiente metodología de estudio.

2.5.1 Los *touchpoints*

Askwith (2007) estudió los productos *transmedia* en las series televisivas y definió los *touchpoints* “como todo contenido, actividad o estrategia ofrecida que permita al consumidor mediático conectar con un producto televisivo de forma diferente a la mera visión tradicional del producto central, bien en tiempo real o mediante la visualización de grabaciones (Askwith, 2007: 53)” (García Marin 2016: 143).

Generalizando podemos afirmar que en el ecosistema digital de medios cada día hay más posibilidades de nuevas narrativas que expanden el texto, permitiendo a los consumidores acceder a contenidos de la narración que desbordan el consumo desde el medio original y plataformas originales, consideradas como nave nodriza (Rodríguez, Ortiz y Sáez 2014: 79).

Los tipos de *touchpoints* que propone Askwith, son:

1. Acceso expandido (*expanded access*) en otras plataformas gracias a las que se escuchar el contenido sonoro original. Las plataformas digitales pueden ser computadoras, tablets, teléfonos celulares, reproductores digitales de audio de muy diversa índole, entre otros. En el caso de *podcasting* consideramos accesos expandidos a todos los dispositivos que sirven para almacenar y distribuir o solo para distribuir los *podcasts*.
2. Contenido adaptado (*repackaged content*) es todo aquello que “manipula, reorganiza, extracta, reutiliza o adapta el contenido fundamental del [texto]; es decir, la generación de nuevo contenido a partir de variaciones sobre [el] contenido preexistente” (Askwith 2007: 57). Para Rodríguez, Ortiz y Sáez (2014: 80), en este tipo se deben considerar los formatos promocionales de los *podcasts*.
3. Contenido expandido (*ancillary content*) es todo contenido sonoro inédito, es decir no conocido ni difundido, pero que proporciona nueva información y que

amplía el conocimiento sobre la narración o el contenido sonoro original. Askwith propone los siguientes sub-tipos:

3.1. Extensiones textuales, que extienden el propio *podcast*. A su vez, se distinguen en:

3.1.1. Extensiones narrativas, es decir nuevas narraciones relacionadas con el texto original/inicial. Ejemplos típicos serían las precuelas, secuelas o el material spin-off de las narraciones. En el caso de los *podcasts* son p.e. los episodios *extra*.

3.1.2. Extensiones diegéticas, narraciones que desbordan y exceden al relato original. Ejemplos de estas subcategorías son los diarios, álbumes de fotos, e-mails, webs o blogs de los personajes, instituciones o sucesos del universo de ficción o del contenido sonoro en general.

3.2. Información relevante que afianza el universo narrativo con información y detalles que ofrecen un mayor marco de referencia.

3.3. Información extratextual, que puede ser del equipo humano profesional de producción del texto o en relación a los personajes que participan en el contenido sonoro.

4. Productos de la marca (*branded products*), objetos materiales relacionados con el producto mediático, con fines promocionales.

5. Actividades relacionadas (*related activities*) con el producto mediático, dando la oportunidad al consumidor a tener un papel activo y participativo. Askwith las clasifica en cuatro tipos:

5.1. Actividades tematizadas (*themed activities*), como los juegos temáticos que requieren más interacción y participación de los consumidores.

5.2. Actividades experienciales (*experiential activities*) que proponen a los consumidores a asumir el rol de usuarios en relación con la historia (utilizando por ejemplo videojuegos o e-sports).

- 5.3. Actividades productivas (*productive activities*), plantean al consumidor a convertirse en creadores de contenido mediante wikis, webs, o redes sociales.
- 5.4. Actividades competitivas (*challenge activities*), que permiten a los seguidores o fans retos planteados por el producto mediático.
6. Interacción social, con posibilidades narrativas para desarrollar y profundizar el rol de las comunidades de fans. Askwith clasifica las dinámicas en tres tipos:
- 6.1. Relaciones horizontales entre consumidor para comentar o analizar los componentes del contenido mediático.
- 6.2. Relaciones verticales de los consumidores con los protagonistas del contenido mediático.
- 6.3. Relaciones diagonales de interacción con los personajes, por ejemplo, a través de juegos de realidad alternativa o mediante plataformas en las que se interactúa con los personajes del contenido mediático.
7. La interactividad, como una de las variables a analizar dentro del lenguaje hipermedia que utilizan los podcasters.

2.5.2 Matriz de análisis *transmedia*

Siguiendo el enfoque cualitativo-interpretativo de Garcia Marin (2016: 162) utilizaremos la siguiente matriz para el análisis de las prácticas y contenidos *transmedia* del *podcasting* peruano de la muestra 2019.

Tabla 2.3

Matriz de análisis de prácticas *transmedia*

PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXTUALIDAD
Número de páginas web/blogs del <i>podcast</i>: ¿Tienen dominio propio o pertenecen a terceros (Blogger, Wordpress, Wix, etc)?	Accesos expandidos:
Presencia en servicios de <i>podcasting</i>:	Interacciones sociales:

iVoox, iTunes, Spreaker...	Pueden ser -relación horizontal -relación vertical -relación diagonal
Presencia en redes sociales: ¿Qué redes?	Contenidos adaptados:
Presencia en radio (análoga, digital):	Contenidos expandidos: Pueden ser -extensión textual. A su vez, se divide en extensión narrativa y extensión diegética -información relevante -información extratextual
Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: ¿En cuáles? ¿Presenta objetos extradigitales (merchandising, etc)?	Productos de la “marca”:
	Actividades relacionadas: De cuatro tipos -actividades temáticas -actividades experienciales -actividades productivas -actividades competitivas

(García-Marin 2016: 162)

En la columna de las plataformas se colocará la información vinculada a los sitios donde se alojan los contenidos o desde dónde se pueden acceder. La columna de estudio de intertextualidad está basada en los *touchpoints* propuesta por Askwith (2007) y adaptada por García-Marín (2016).

Esta metodología nos permitirá observar y describir, para de forma posterior analizar, la propuesta transmedial de cada uno de los *podcast* muestra. Observaremos si se da el *transcasting*, como lo llama Garcia-Marin (2016) a la práctica transmedia de los *podcasts* que se expanden, desarrollan y resignifican en diferentes plataformas y espacios mediáticos ofreciendo mayor material multimedial que nace de los contenidos sonoros del *podcasting*.

2.6 La muestra

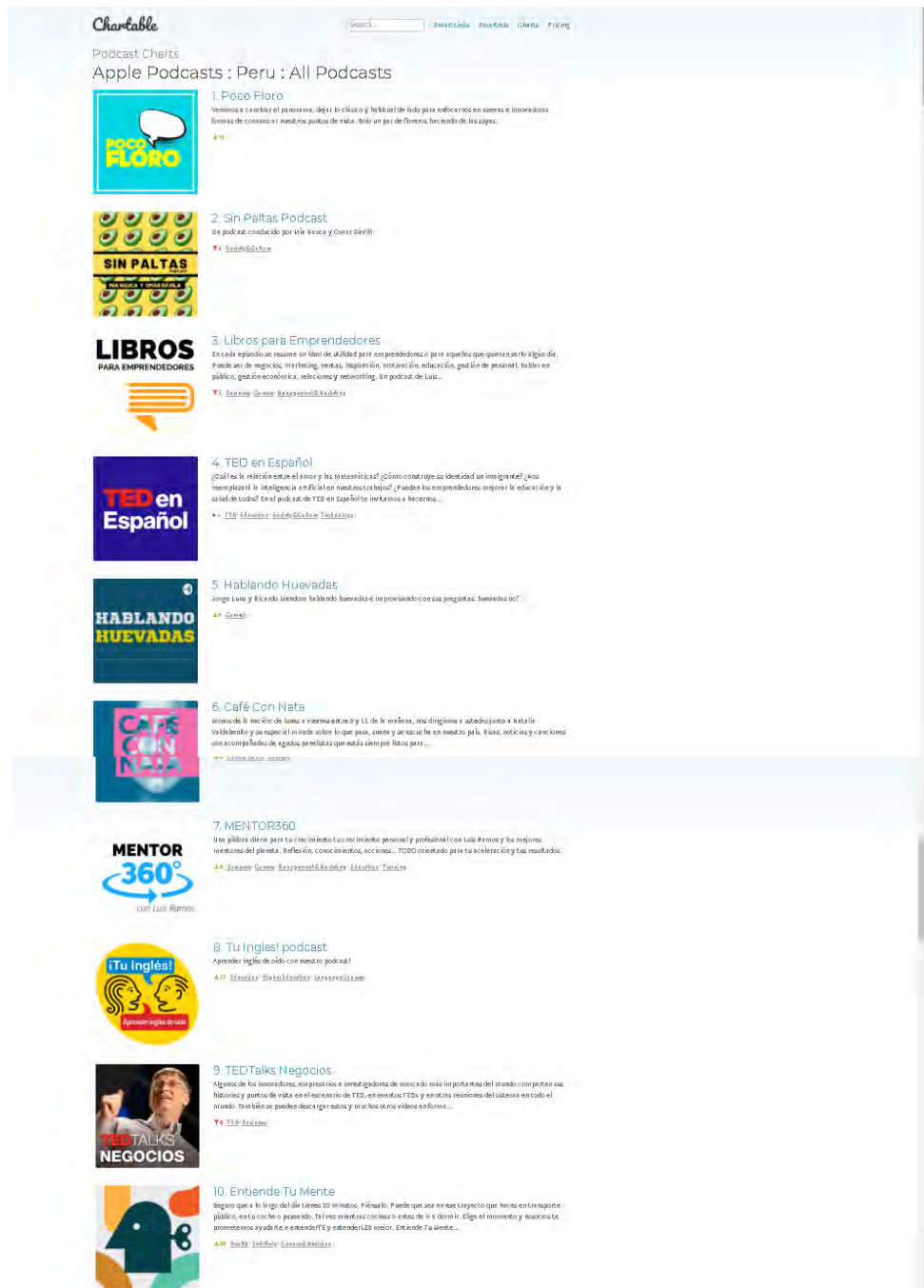
Hicimos un mapeo en los medios y plataformas antes señaladas (ver 2.3) con el fin de reconocer y descubrir los *podcasts* producidos en el nuestro país, la tarea fue larga, extenuante pero a la vez apasionante; fruto de esa audición, búsqueda y descubrimiento, proponemos una clasificación operativa, para el presente estudio, con la cual definimos la muestra.

- a. Consulta de rankings de consumo en *podcatcher*.
 - i. Ranking de Apple *Podcast* por Chartable.
 - ii. Ranking de Spotify *Podcast* por Chartable.
- b. Búsqueda en todas las websites
 - i. De todos los medios masivos:
 - Diarios.
 - Canales de Televisión.
 - Emisoras de radio.
 - ii. De instituciones estatales:
 - Poder Ejecutivo: ministerios y gobiernos regionales.
 - Poder legislativo.
 - Poder Judicial.
- c. Consulta con expertos:
 - Ranking 2018 elaborado por Luis Enrique Mendoza, podcaster y docente universitario.

- Consulta con José Ocampo, On deman Manager de RPP Player.
- Consulta con Karla Velezmoro, podcaster y docente universitaria.

Gráfico 2.1

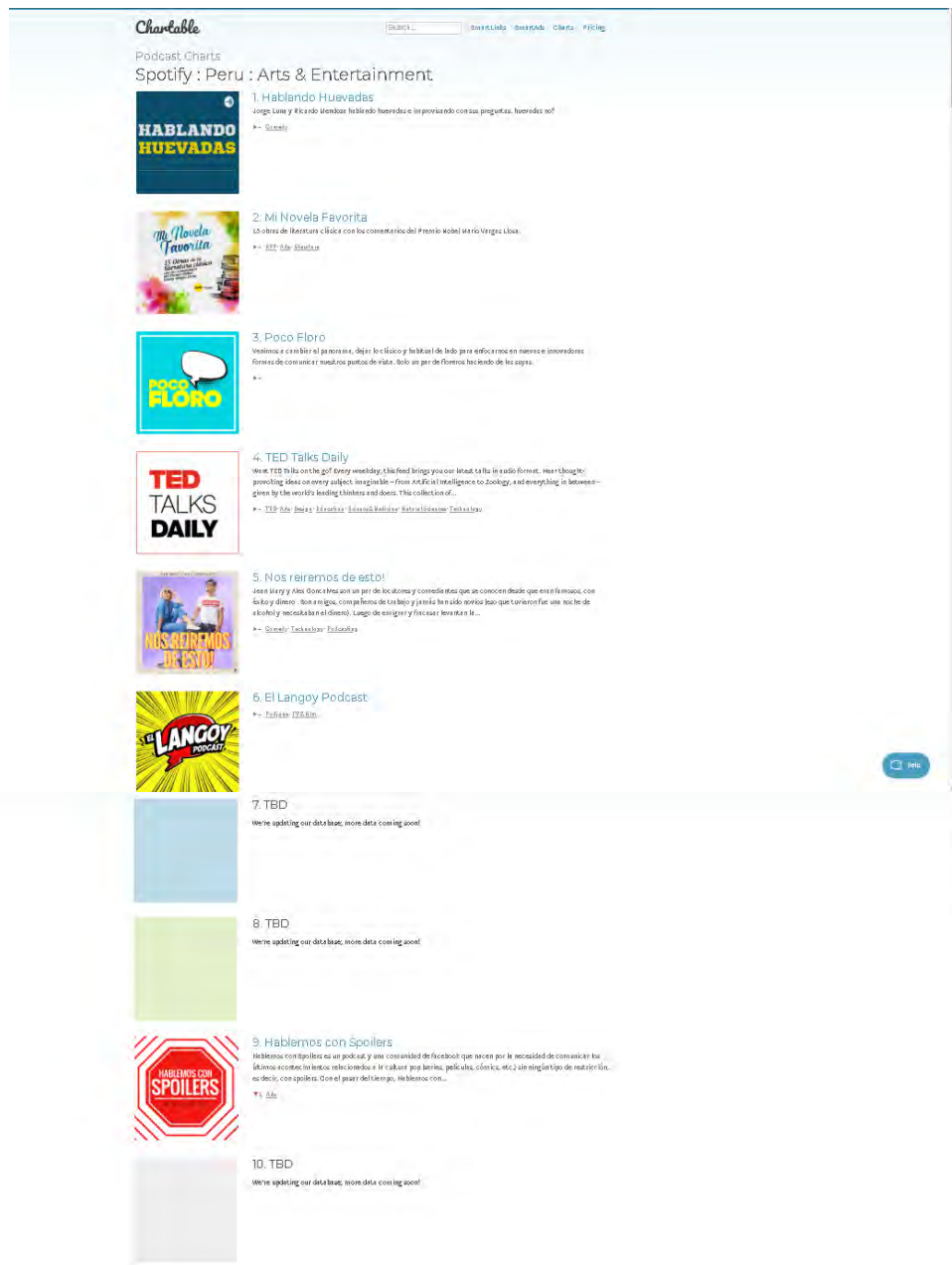
Chartable de Apple Podcast del 1 de julio de 2019



Fuente: Web Chartable.

Gráfico 2.2

Chartable para Spotify del 1 de julio de 2019



Fuente: Web Chartable.

Tabla 2.4

Resumen de *Podcasts* en el Top 10 según Chartable

Chartable de Apple Podcast	Chartable para Spotify
Poco floro	Hablando huevadas
Sin paltas	Mi novela favorita
Libros para emprendedores	Poco floro
TED en español	TED talks daily
Hablando Huevadas	Nos reiremos de esto
Café con nata	El Langoy
Mentor 360°	TBO
Tu inglés podcast	TBO
TEDtalks negocios	Hablemos con spoilers
Entiende tu mente	TBO

Fuente: Chartable 1 julio de 2019

Elaboración propia

Los *podcasts* sombreados en plomo son aquellos no producidos en nuestro país, por ende no tomados en cuenta para este estudio.

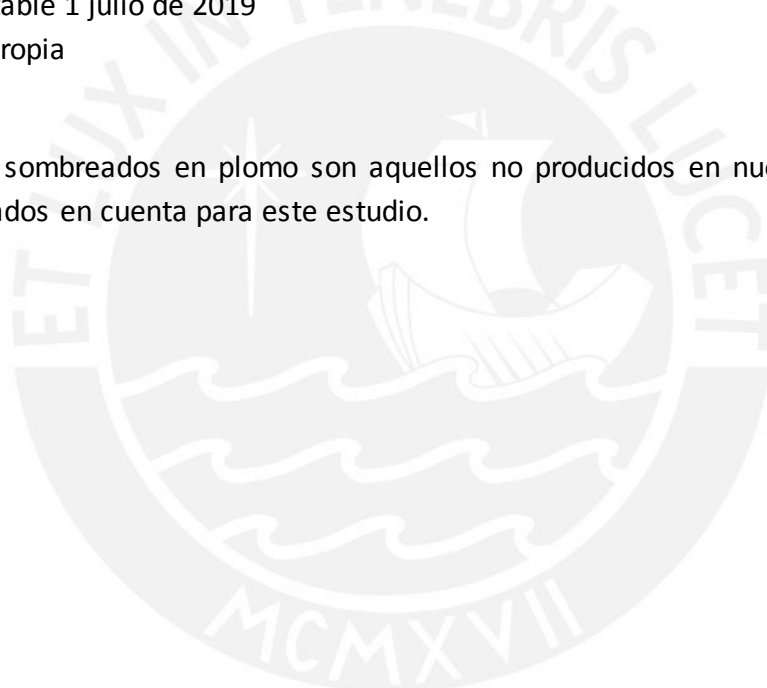


Gráfico 2.3
Análisis de Ivoox 2018



Sumadas a estas fuentes realizamos entrevistas con cuatro expertos, considerados como informantes clave, fruto de contrastar con estas fuentes se descartaron los *podcast* no producidos en Perú. Como *Libros para emprendedores*, un *podcast* muy

popular en la categoría de negocios en países de habla hispana. Luis Ramos, su *host*, es un emprendedor español, que vive en México donde dirige el 'Instituto de Emprendedores', escribe libros, brinda conferencias y coaching, produce videos y es *podcaster*.

Tú inglés es un *podcast*, que promueve un curso gratuito online para aprender inglés. *Entiende tu mente*, es *podcast* nativo de *Spotify*, tiene una duración de 20 minutos para autoconocimiento, tiene tres locutores que abordan temas de psicología, está producido en España. *Café con nata*, producido por *Súbela Podcast*, grupo de producción de contenidos y estrategias multimedia de Chile. Es también una emisora *on line*. Y se presenta como un “*Podsite* impulsado por *RadioPublic*”. El *podsite* de *Súbela Podcast* es una muy interesante propuesta en español de *RadioPublic*, una startup que comenzó en el 2016, en busca de ayudar a los creadores de *podcast* a tener una plataforma apta para la difusión de su contenido y ayuda a los oyentes a encontrar, seguir y calificar *podcasts*.

Nos reiremos de esto podcast, se autodefine como “Tu *podcast* alcoholic de confianza”, es presentado por los comediantes venezolanos Jean Mary y Álex Goncalves que adaptan su propuesta de *StandUp Comedy* al *podcast*.

Tres son multitud, es un *podcast* peruano que desapareció para convertirse en setiembre 2019 en *Arrecondándolo todo*, un *podcast* sumergido en el humor y sátira de la realidad nacional.

2.6.1 Definición de la muestra

Observando quién o qué institución produce el *podcast*, la muestra fue definida de la siguiente manera:

Podcasts estatales:

1. MTC

2. Gobierno Regional de Cajamarca

Podcasts de Medios informativos:

3. Agencia Andina
4. Diario La República

Podcasts de emisoras de Radio:

5. RPP podcast
6. Nacional *podcast*
7. Radio Moda

Podcasts independientes:

8. El Langoy
9. Hablemos con spoilers
10. Nación Combi
11. Convoca *podcast*
12. Hablando huevadas
13. Moloko
14. Sin paltas

2.6.2 Registro de la muestra

El material sonoro fue analizado en su versión de registro digital o *sample*, archivo de audio digital, entre los formatos que destacan están el *wav* y el *mp3*, reconocidos mundialmente por su popularidad. Sin embargo, el *sample* antes de haber sido transcrito para el análisis de contenido fue dividido o diseccionado de acuerdo a las partes o segmentos del episodio, estas partes pueden estar definidas por los formatos usados, los temas tratados y en general por las mismas características formales del *podcast* a examinar. El análisis se realizó mediante la codificación (ver 2.4 Análisis de contenido) y organizado usando la Tabla 2.2 que sistematiza todas las variables de análisis del contenido sonoro y que permita, mediante el uso de filtros, conocer con precisión las principales características del *podcast*.

Para conocer a los *podcasts* seleccionados escogimos una muestra de los mismos de los meses medios del año 2019 y 2020: junio y julio, y de estos meses seleccionamos los *podcasts* puestos a disposición durante la tercera semana. Si en el mes de junio no hubo episodios de algún *podcast*, tomamos los de la tercera semana de julio.

Tabla 2.5

Muestra de *podcast* 2019

PODCASTS JUNIO 2019 (3ra semana - 16-22 junio)			
NOMBRE DEL PODCAST	NOMBRE DEL EPISODIO	FECHA	DURACIÓN
Agencia Andina	Andina al Día Entrevista a Alberto de Belaunde, congresista de la Bancada Liberal	19/06/2019	00:30:34.056
Agencia Andina	Andina al Día Entrevista a Gloria Montenegro, ministra del Ministerio de la Mujer	19/06/2019	00:27:57.048
Agencia Andina	Saludable Mente Déficit de atención Cómo detectarlo a tiempo	19/06/2019	00:30:08.376
Gob. Reg. Cajamarca	Cajamarca, Región Digital - Episodio 01	18/06/2019	00:04:19.056
LR <i>Podcast</i> -Al pie de la letra	E1 Las Tradiciones Peruanas y Ricardo Palma	20/06/2019	00:20:24.168
LR <i>Podcast</i> -Balón parado	19.06.19 ¿Perú ya está clasificado?	19/06/2019	00:18:47.688
LR <i>Podcast</i> -Claro y directo	19.06.19 El Perú apesta	19/06/2019	00:09:48.528
LR <i>Podcast</i> -Perdidos en el espacio	E30 Feliz día papá	16/06/2019	00:01:37.750
LR <i>Podcast</i> -Señales con Jhan Sandoval	E4 El poder de los guindones	21/06/2019	00:36:43.470
LR <i>Podcast</i> -Sigrid	E1 Más allá de los octógonos ¿con la salud no se juega?	21/06/2019	00:14:36.984
LR <i>Podcast</i> -Sin guion	19.06.19 Llega acuerdo con Odebrecht	19/06/2019	00:09:40.807
LR <i>Podcast</i> -Sobre las cuerdas	E4 Feliz día del padre luchador	19/06/2019	00:21:06.024
LR <i>Podcast</i> -Tres D	¿Quién está contento hoy?	17/06/2019	00:21:29.145
LR <i>Podcast</i> -Vertigo Podcast	E6 ¡La magia de Toy Story 4! Y los encantos de Keanu Reeves	16/06/2019	00:21:36.072
Radio Moda-El show de Carloncho	#MeQuedaClaroQue... 19_06_2019	19/06/2019	01:43:27.355
RPP <i>Podcast</i> -Así de claro	¿Qué es la ATU y qué funciones debe cumplir?	19/06/2019	00:01:16.272

RPP ADN	Podcast-Entrevistas	Fernando Tuesta-el alto número de partidos políticos ha creado focos de corrupción	19/06/2019	00:19:08.045
RPP ADN	Podcast-Entrevistas	Marcial Torres: malos empresarios venden medicamentos genéricos como si fueran de marca	19/06/2019	00:10:49.020
RPP	Podcast-Espacio Vital	Rara bacteria .come carne. se estaría diseminando por el calentamiento de los océanos	19/06/2019	00:02:27.252
RPP	Podcast-La receta de Gastón	Adobo de pescado Gastón Acurio dedica este platillo a Teresa Ocampo, la mujer que inspiró su vocación	19/06/2019	00:04:47.692
RPP	Podcast-Las cosas como son	Los insultos y el racismo atentan contra la Reforma	19/06/2019	00:04:59.928
RPP	Podcast-Letras en el tiempo	El poder en las sábanas historias de mujeres que a través del corazón de un hombre con	19/06/2019	00:45:20.162
RPP	Podcast-Metadata	E35: Un mes del veto a Huawei Facebook Libra: todos los detalles Guerra de micrófonos: HyperX QuadCast versus Blue Yeti	21/06/2019	00:31:52.416
Convoca	podcast	El 'Rey de la pesca negra' y 'Los cuellos blancos del puerto'	16/06/2019	00:30:18.816
El Langoy		Mundo Pokemon	16/06/2019	03:02:30.143
El Langoy		Xtra - Te Lo Resumo	19/06/2019	00:05:09.481
Hablemos con spoilers		150 Hablemos con Spoilers Teodoro abrirá su universidad	20/06/2019	02:38:29.475
Moloko		Luke, I am yout father	17/06/2019	01:49:54.142
Nacion Combi		Nación Combi 189, temporada 2 Lima para no futboleros, migrantes a un país xenófobo, elecciones internas	20/06/2019	00:51:26.331
Sin paltas		Episodio 12 Anécdotas vergonzosas	16/06/2019	01:08:17.654

PODCASTS JULIO 2019 (3ra semana - 15-21 junio)			
NOMBRE DEL PODCAST	NOMBRE DEL EPISODIO	FECHA	DURACIÓN
MTC / <i>podcast</i>	Serpost expande servicio de Ventanilla Única	09/07/2019	00:02:18.000
RPP <i>Podcast-ProGamer</i>	Episodio 17 FaceApp y el medio tiempo en el partido por el GOTY	18/07/2019	00:52:40.769
Hablando Huevadas	Décimo Tercer Episodio	19/07/2019	00:59:56.852

Elaboración propia

Para la muestra de 2020 se procedió de igual forma.

Tabla 2.6

Muestra de *podcast* 2020

PODCASTS 2020 (3ra semana 16-22 junio ó 3ra semana 15-22 julio)			
NOMBRE DEL PODCAST	NOMBRE DEL EPISODIO	FECHA	DURACIÓN
MTC	no hubo		
Gob. Reg. Cajamarca	no hubo		
Agencia Andina	no hubo		
Claro y directo	17.06.2020 - El Congreso persiste en el sabotaje al Perú	17/06/2020	12:34.200
Sigrid	no hubo		
Sin guion	Salud para todos	17/06/2020	10:14.269
Al pie de la letra	Alberto Fuguet nos habla sobre cómo vive la pandemia, sus obras y películas	18/06/2020	14:51.312
Balón parado	¿Mario Salas podrá campeónar con Alianza Lima?	17/06/2020	22:07.716
Perdidos en el espacio	no hubo		
Señales	no hubo		
Sobre las cuerdas	Análisis de WWE Backlash 2020	17/06/2020	52:21.972
Tres D	¿Sobrevivirán los medios?	17/06/2020	20:48.096
Vertigo Podcast	irregular		
Metadata	¿Huawei recibirá Android 11 con Google? Te lo digo después del DDoS	18/06/2020	20:17.7
Progamer	irregular		
Nacional Podcast	irregular		
El show de Carloncho	Si mi vida fuera una película sería	17/06/2020	02:04:57.581
El Langoy	El cumpleaños del viejo Superman	18/06/2020	02:43:48.712
Hablemos con spoilers	Harry Potter y La Dumbledore Army - ESPECIAL Harry Potter Años 4-7	15/06/2020	03:30:36.167
Nacion Combi	Nación Combi 241, temp 3	18/06/2020	57:18.680
Convoca Podcast	no hubo		
Hablando huevadas	no hubo		

Moloko	Faraon Love Shady RRAAAAAA	17/06/2020	54:15.484
Sin paltas	Episodio 56 La música	15/06/2020	01:06:15.392

Elaboración propia

Es necesario señalar que el estudio estuvo diseñado inicialmente para analizar el escenario del *podcasting* peruano en 2019, sin embargo cuando el trabajo estuvo a punto de estar concluido el mundo fue envuelto por la pandemia por Covid-19, situación que nos invitó a extender el trabajo y permitir una comparación con el *podcasting* peruano en 2020, cuyo análisis se presenta en los capítulos 4 y 5, y que brinda la oportunidad de observar el desarrollo de este nuevo medio en el escenario de la pandemia.



CAPÍTULO III

PODCASTING EN PERÚ

Este capítulo presenta información acerca del proceso de desarrollo del *podcasting* peruano, estudios estadísticos y descriptivos de la escena podcastera nacional. Se presentan con mayor detalle estudios, e información de contexto sobre el *podcasting* peruano en 2019 y 2020, período en el que se registra la muestra para el análisis que propone el estudio.

3.1 Los primeros pasos

La historia del *podcast* en nuestro país es corta, los primeros experimentos con el nuevo medio según Wertheman (2019)²⁰ fueron en 2004 cuando algunos *bloggers* de aquella época se animaron a añadir audio a sus largos textos, haciendo un incipiente *podcast*, como fue el caso de César Soplin quien llegó a ser director de desarrollo del diario El Comercio.

Por su parte Chamorro (2019)²¹ señala que el *podcast* peruano más longevo es Extremos, producido por Sandro Parodi desde marzo de 2008. De otro lado, en 2009 Luis Antonio Vidal empieza a producir diversos *podcasts*, hasta el actual Kolaz Dice. En 2011 aparece Wilson Podcast, y en 2014 se presenta el considerado por Mendoza (2017) el ícono del *podcast* independiente peruano: El Langoy.

“Si bien hay experiencias diferentes como Convoca Radio (reportajes periodísticos) o Desangeladas Creaturas (declamación de poemas), la mayoría de los contenidos presentados por los *podcasts* peruanos son diálogos en relación a un tema enmarcado dentro de la cultura popular, debido a que se

²⁰ En el conversatorio *Podcasting peruano*. Universidad de Lima, 24 de octubre de 2019.

²¹ En el conversatorio *Podcast una herramienta cultural y empresarial*. Espacio Telefónica, 18 de octubre de 2019.

toma como referente el podcast El Langoy. Esto se vincula con lo presentado en la Encuesta Pod 2017, que señala que, entre los encuestados residentes en Perú, el 84% prefiere los formatos de charla, plática y variedades, y que el 44% llegó a los podcasts entre los años 2014 y 2015, coincidiendo con el inicio de El Langoy.”

(Mendoza 2018: párrafo 22)

La primera época del *podcasting* peruano han sido años en que el nuevo medio ha tomado vida a partir de un grupo de muy entusiastas experimentadores, algunos *nerds* -como señala Wetherman- *podcasters* independientes, amateurs y comunicadores profesionales, algunos con educación superior y otros con un enorme, y evidente espíritu de utilizar esa extraordinaria práctica humana: la comunicación.

Los *podcasters* independientes no han logrado, en por lo menos 10 años de producción sostenida de *podcasts* en el Perú, agruparse o agremiarse en su totalidad, siendo ese un sentido anhelo de varios productores.

Sin embargo, no todos los proyectos de *podcast* han logrado realizaciones sostenibles, perdurables y que sepan y logren sortear problemas, muchas se han detenido y desaparecido a los pocos episodios, dejando solo una brevísima huella en la historia. Sin embargo este nuevo medio siempre deja rastro de su existencia, al mantener a disposición de los oyentes los episodios producidos. Esta cuestión que parecería una característica más de los medios producidos y ofrecidos de forma digital, no es una cuestión menor ya que abre una nueva característica desde la dimensión tecnológica acerca de la vida de los medios y contenidos digitales.

3.2 Año 2019: La explosión e interés comercial

El permanente crecimiento del *podcasting* peruano tiene en el año 2019, uno muy especial para su historia, por un lado la escena independiente se nutre con nuevas propuestas de *podcast* algunas vinculadas con *influencers* (Sin paltas), otras con

notorias estrategias en redes sociales para promocionar presentaciones/espectáculos (Hablando huevadas) y otros como parte de una estrategia de producción de contenidos en diversos medios digitales que apuntan a lograr éxito en audiencia y monetización (Moloko). Además, aparecieron diversos *podcasts* institucionales con relativa sostenibilidad, *podcasts* de diversas instituciones públicas y nuevos *podcasters* independientes. Pero quizá lo más importante es que la industria de los medios de comunicación empezó a producir *podcasts*.

3.2.1 La industria

Los intentos de los medios tradicionales por explorar la opción no lineal conocida como *on demand*, para la entrega a los oyentes de sus contenidos sonoros, comenzaron a fines de 2017 cuando RPP presentó su servicio RPP Player promocionándolo como “La máquina del tiempo” con el cuál el oyente podía buscar todos los contenidos de la programación radial ya emitida en vivo, la campaña promocional estuvo inspirada en la película de cine *Come back to the future*, un clásico del cine de ficción de la década de los años 80, sin embargo la iniciativa de la emisora no logró impactar en los oyentes adultos, ni en los *millennials*.

Es en el último trimestre de 2018 que dicho servicio recibe el nombre que siempre debió tener como opción de contenido sonoro: RPP *Podcast*. Desde 2019 este servicio de RPP ofrece las grabaciones de algunos programas o microprogramas radiales ya emitidos en vivo, siendo uno de los más escuchados El gran resumen de la hora, micro informativo que presenta el resumen de noticias cada 60 minutos, además de La Receta de Gastón (Ocampo 2019).

En julio de 2019, el Grupo La República, presentó su tercer producto digital, a la *website* informativa, el canal RTV, se sumó LR *Podcast*, con productos sonoros propios, algunos que ya estaban en versión audiovisual y otros que corresponden a novedosas propuestas de *podcast*.

También desde 2019 Radio Moda, emisora musical dirigida a una audiencia joven, presentó como *podcast*, desde su web site, las ediciones de dos programas emitidos al aire: El show de Carloncho y ¡Qué paja!.

El Comercio.pe también comenzó a expandirse a los contenidos de audio, en 2019 empezó a ofrecer audios por demanda y en mayo de 2020 lanzó su primer *podcast* con el nombre Tenemos que hablar. A la fecha viene planificando presentar una plataforma de *podcasts* en 2021 y prueba la distribución de contenido sonoro por *WhatsApp*. (Arévalo 2020)

La presencia de la industria de la comunicación en la oferta del *podcasting* peruano dinamizó el mercado de la oferta de contenidos sonoros en beneficio del desarrollo del medio y de los consumidores, además invirtió creatividad en la producción de los mismos haciendo así un escenario más competitivo.

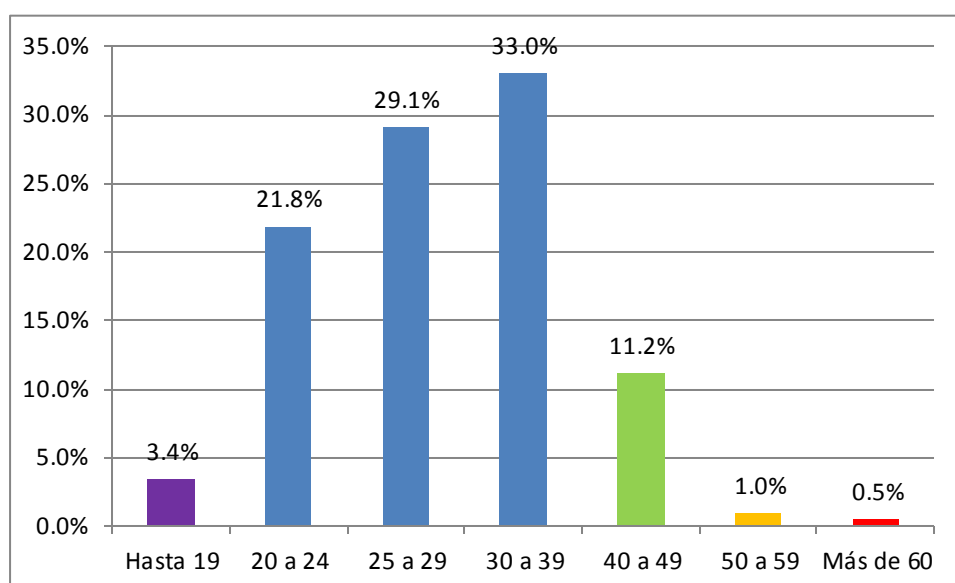
3.3 Quiénes escuchan *podcasts*

Del 13 al 26 de mayo de 2019 el colectivo En el micro invitó a participar de la Primera encuesta nacional de *podcast* en el Perú, la misma que logró obtener 206 respuestas de productores peruanos independientes y oyentes de *podcast*. Si bien la encuesta no tiene rigor estadístico, muestra un primer perfil de los oyentes de *podcast* peruano.

El 82% de los encuestados son varones, 17.5% mujeres y uno (el 0.5%) se declara no binario. Con respecto a las edades de los oyentes de *podcast* en Perú, el grueso son *millennials*, sumando el 84% de los oyentes peruanos de *podcast*.

Gráfico 3.1

Edad de los oyentes de *podcast* en Perú



Fuente: Encuesta nacional de podcast en Perú, 2019

Elaboración: Propia

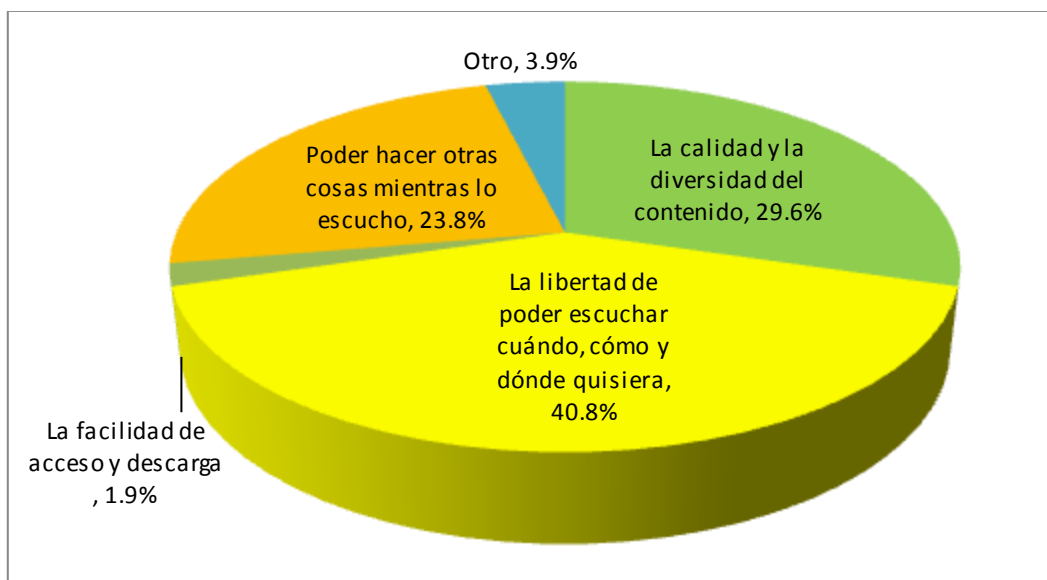
Cuando se pregunta sobre los motivos de la escucha de los *podcasts*, las respuestas son claras, dos de cada cinco encuestados señala que la libertad que tiene el oyente para escuchar cuándo, cómo y dónde quiera es lo más importante, esa autonomía que alcanza el oyente de *podcast* es muy importante. Aproximadamente un tercio de los encuestados señalan que escuchan *podcast* por la calidad y diversidad de contenidos ofrecidos. Efectivamente la mayoría de *podcasts* independientes abordan y desarrollan áreas temáticas que los medios masivos en general no consideran y que la radio tampoco los toma en cuenta, dejando esta posibilidad a los medios en entornos digitales.

La audiencia del *podcast* en territorio peruano se concentra en Lima de dónde son el 89.5% de los encuestados, con 3% le siguen Arequipa y Cusco, con 1% regiones como La Libertad y Piura, con 0.5% aparecen Ancash, Tacna, Ica, Ayacucho y Huancavelica, en estas 10 regiones se consume *podcast*, en las restantes 14 regiones peruanas, los resultados de esta encuesta no muestran oyentes de *podcasts*. Estos resultados

presentan un escenario bastante limitado del consumo de *podcast* y de forma evidente concentrado en la capital.

Gráfico 3.2

Motivos de la escucha de *podcasts*



Fuente: Encuesta nacional de *podcast* en Perú, 2019

Elaboración: Propia

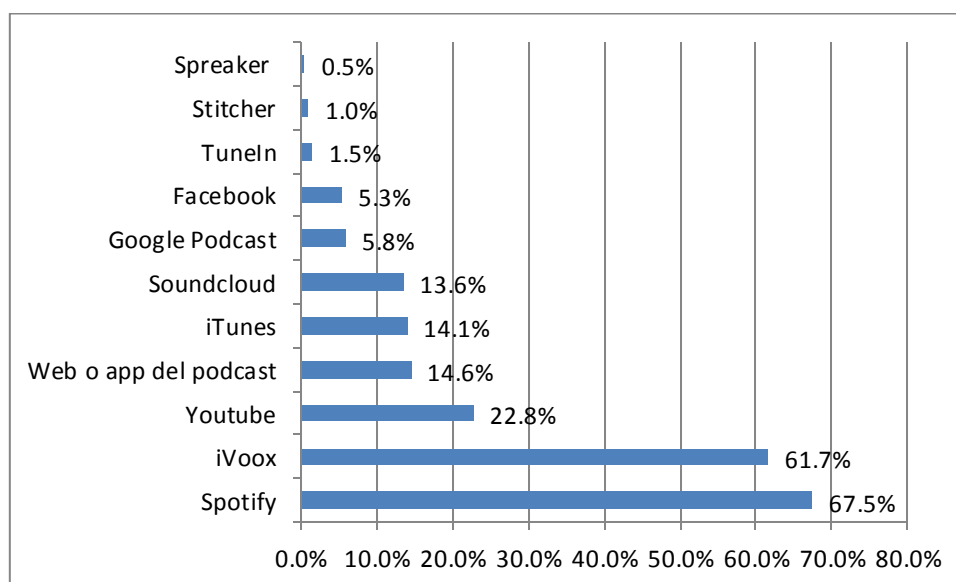
Para acceder a los *podcasts* hay muchas plataformas, además siguen apareciendo y las que existen van mejorando su servicio, sin embargo, en nuestro país dos son las más importantes: *Spotify* e *Ivoox*. Como sabemos *Spotify* ofrece *podcast* desde octubre de 2018, y en pocos meses se ha convertido en la principal interfaz de acceso, le sigue de cerca el muy conocido *Ivoox*, plataforma de *podcast* básicamente del mundo hispano parlante. Con menos de un tercio de la preferencia, de la plataforma líder, está *Youtube*, que aunque no es una aplicación de distribución de contenido sonoro, sirve para que muchos *podcast* alojen sus audios o difundan en directo la versión audiovisual de la grabación de los episodios.

El 77% de los oyentes de *podcast* en Perú los escuchan desde smartphones, el 21% desde una computadora, el 1% desde un equipo en automóvil u otro dispositivo. Queda claro que la posibilidad de consumir *podcast* desde los Smartphone, cuestión

que va de la mano con el acceso a internet, ayuda al consumo en movilidad. Poco más de la quinta parte escucha *podcast* desde computadores (desktop y laptop) es decir, desde un lugar no en movimiento.

Gráfico 3.3

¿Qué app utilizas para escuchar *podcast*?



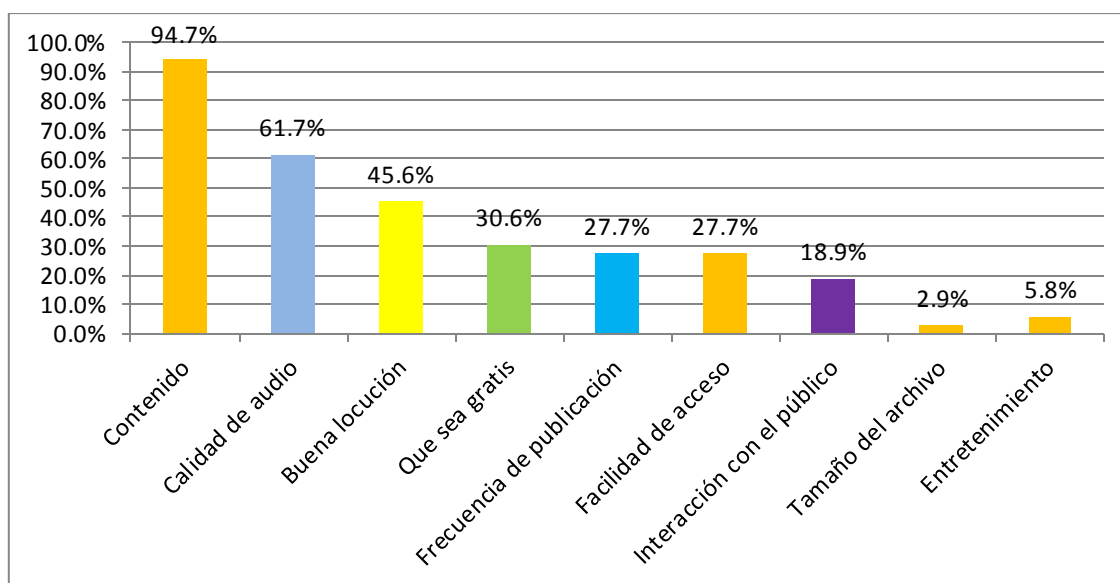
Fuente: Encuesta nacional de podcast en Perú, 2019

Elaboración: Propia

El consumo de los *podcasts* es fundamentalmente por el contenido que ofrecen, y que las ofertas de otros medios de comunicación masivos (tradicionales) no tienen. Tres de cada cinco *listeners* prefieren un *podcast* con buena calidad de sonido, este es un dato muy importante para los *podcasters* independientes que no siempre se han mostrado ni prolijos ni profesionales en las cuestiones técnicas del registro y mezcla de sonido. La gratuidad de los *podcasts* es valorada por tres de cada diez encuestados, proporción muy similar a los que valoran la frecuencia de publicación y la facilidad de acceso al contenido sonoro. La interacción con el público, y la participación de este no es una de las cualidades rescatadas ni valorada por los escuchas.

Gráfico 3.4

¿Cuáles son los aspectos más importantes de un *podcast*?



Fuente: Encuesta nacional de *podcast* en Perú, 2019

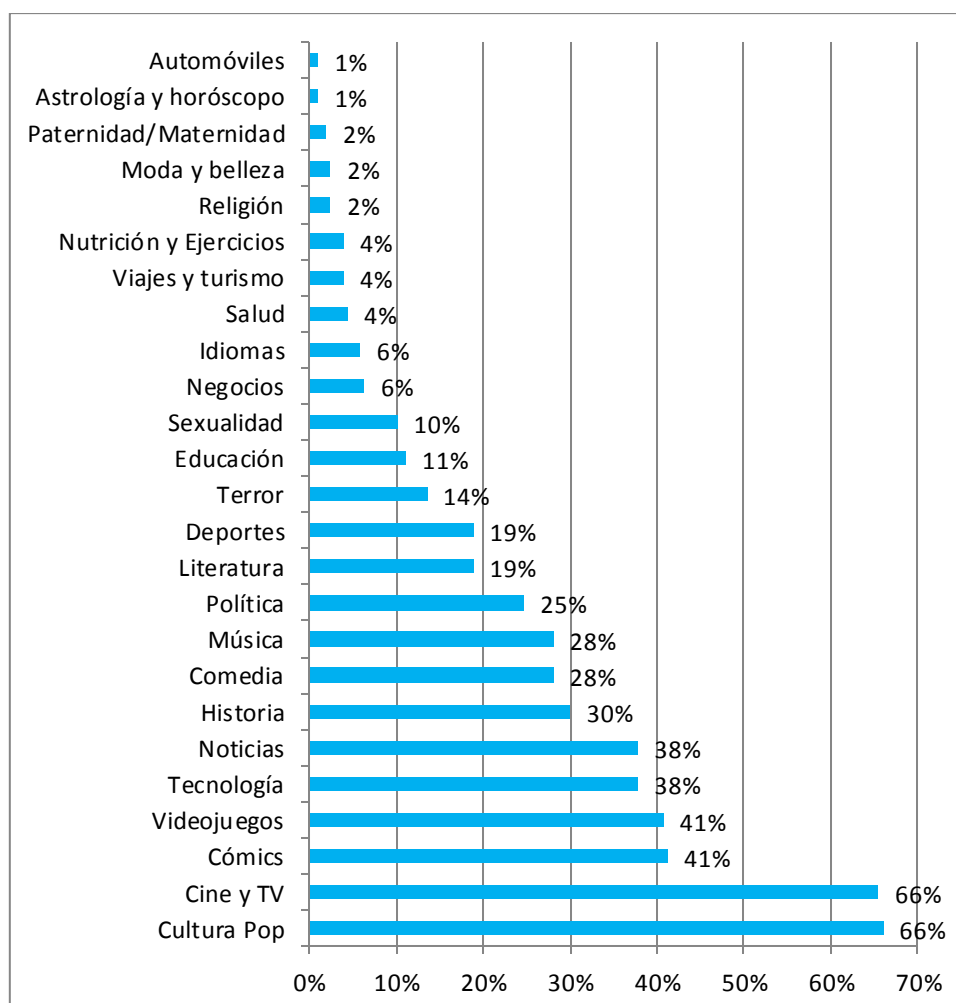
Elaboración: Propia

El 27% de los *listeners* escuchan *podcast* a diario, el 25.5% escuchan 3 a 6 veces por semana y el 32.5% escuchan *podcasts* 1 a 2 veces por semana, el 9% escucha *podcast* hasta tres veces por semana y los oyentes esporádicos llegan al 6%. Estos resultados nos muestran que los oyentes habituales, aquellos consumidores muy frecuentes son más de la mitad de los encuestados.

Si los *listeners* valoran los contenidos de los *podcasts*, ¿cuáles son esos contenidos preferidos para consumir en *podcast*? En primer lugar, hay que decir que son muchos contenidos, muy diversos, de aquellos que suelen estar muy poco presentes en los medios masivos. Sin embargo no están ausentes aquellos contenidos que se comparten con los medios masivos, como noticias, música, política, deportes, etc.

Gráfico 3.5

Temas más consumidos a través de un *podcast*



Fuente: Encuesta nacional de podcast en Perú, 2019

Elaboración: Propia

Por último, rescatamos del estudio las respuestas en relación a los formatos que tienen los *podcasts* favoritos de los encuestados, el 85% señala la conversación, 43% noticias y actualidad y el 40% opinión, que en estricto no son formatos sino la naturaleza del contenido, el 38.5% prefiere entrevista. Los audiolibros con 10% y audioteatro con 7% también son mencionados, como los formatos de *podcast* más preferidos. Estos resultados nos dicen de forma clara la importancia de la palabra, de la comunicación oral, en resumen de toda la comunicación sonora sustentada, basada, expresada en el uso de la voz para darle forma sonora a la palabra, al hecho de hablar de que comunicar de forma hablada-sonora.

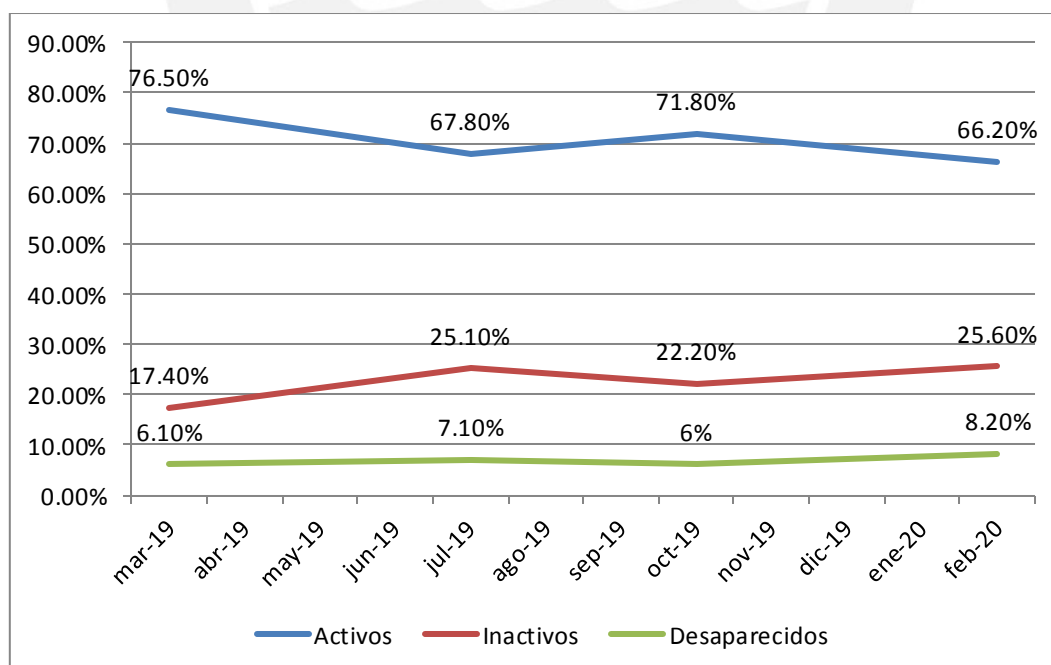
Tal como se mencionó al inicio de esta sección, esta encuesta realizada con más entusiasmo que rigor, nos muestra algunas características del perfil de los consumidores de *podcast* en nuestro país, su valor radica en representar el primer estudio sobre el *podcasting* peruano, mostrándonos algunas de sus principales características, no todas, pero sí algunos de las más importantes en ese momento. Estamos convencidos que a posteriori se realizarán estudios cuantitativos con mayor espesor académico.

3.4 *Podcasting* peruano en pandemia: el 2020

El 2020 se inicia con la publicación de interesantes estadísticas acerca de la podcástfera peruana, gracias al trabajo de Observatorio de *Podcast* de Puerto Rico la Unión Podcastera publica información sobre la evolución del *podcasting* peruano.

Gráfico 3.6

Evolución de la actividad de *podcasting* peruano 2019-2020



Fuente: La unión podcastera/Observatorio de podcast de Puerto Rico

Elaboración propia

Estos datos parecen mostrarnos un descenso en la actividad del *podcasting* peruano, sin embargo el indicador se presenta en porcentaje y trata de exponer la situación de los *podcast* existentes en Perú, si estos están activos, inactivos o han desaparecido. Sin embargo en febrero de 2019 se registraron 133 *podcast*, mientras que para febrero de 2020 el universo de *podcast* en Perú ya eran 305 (ElComercio.pe, 30 agosto 2020, párrafo 3), y seis meses después, en setiembre 2020 la *podcast* peruana ya contaba con 537 producciones sonoras (Economía hoy 2020: párrafo 21) esto nos muestra que el impresionante crecimiento se dio en el inicio de la pandemia por Covid-19.

El estudio antes citado también señala que las temáticas que más abordan los *podcast* peruanos son en primer lugar las informaciones/noticias, seguido de la Comedia y los contenidos de Cultura y sociedad en tercer lugar. La plataforma de distribución que aparece con mayor uso es Ivoox, sin embargo Anchor muestra un crecimiento sostenido desde 2019.

3.4.1 Expansión del *podcasting* y Covid-19

A partir de la segunda mitad del mes de marzo la vida cotidiana en Perú cambió de forma radical debido al Covid-19, el gobierno decretó cuarentena desde el lunes 16 de marzo, la misma que se extendió por 107 días, confinamiento que motivó nuevos y diversos consumos y usos de los medios de comunicación, uno de los que presentó una mayor aceleración en su crecimiento fue el *podcasting*.

El crecimiento de la producción de *podcast* en Perú ha sido exponencial. Para marzo del año 2019 se registraron 133 *podcast*. Sin embargo, el último informe sobre Perú del *Podcast Latin Fest* del Observatorio de *Podcast* de Puerto Rico, registró 537 *podcast* peruanos. El aumento de las escuchas quizá se encuentre en la capacidad de producir *podcasts* que apunten a atender el interés de determinadas audiencias nicho (Economía hoy 2020: párrafo 21).

Según MiDia Research y su estudio Podcasts Q2 2020 (2020) los cambios en la cotidianidad, de la población de todo el mundo, produjo a una mayor y diferente producción de contenidos sonoros, en el *podcasting* han tomado mayor importancia los contenidos informativos y de educación, y también los *podcasts* de entretenimiento de corta duración y aquellos para ser escuchados los fines de semana. Es evidente que durante la pandemia hay una mayor predisposición del público a escuchar y algunos tienen mayor cantidad de tiempo disponible que les permite producir contenidos sonoros.

Tres de cada cinco jóvenes eligen esta vía para aprender o entretenerse. Y otro factor que explica este éxito es la credibilidad. Los oyentes vinculan los *podcasts* a la radio, y justamente este es el medio de comunicación más fiable cuando arrecian las crisis, según se desprende de un informe difundido por [la empresa española] Media Psychology Lab.

(La Vanguardia 2020: párrafo 6)

Cambia el consumo de los medios, entonces se modifica el mercado de las audiencias, “de acuerdo con lo publicado por la empresa de información al consumidor Claritas, aquellas empresas que han incorporado ‘podcast’ en su estrategia de marca, han conseguido entre 24% y un 79% más de visibilidad frente al 2,6% obtenido por aquellas que optaron por medios como la televisión.” (BBVA podcast 2020: párrafo 6)

Según información presentada por el Grupo RPP, hasta setiembre de 2020, sus *podcasts* habían acumulado 14,39 millones de descargas y 8,35 millones de oyentes en distintas plataformas. (Niusgeek 2020: párrafo 4). De otro lado en el reporte de setiembre de 2020 publicado por la división LATAM de Triton, empresa que trabaja en dar soluciones a la industria del streaming en audio, cuatro productos sonoros del Grupo RPP destacaron en el top 100 de la región: “Notas de Radio” (puesto 14), el “Gran resumen de la Hora” (42), la compilación de “Aprendo en Casa” (73) y “Mi novela Favorita” (86). Sin embargo solo el tercero de los mencionados es un *podcast* nativo, es decir original, los otros tres son programas radiales que se han adaptado a *podcast*.

En este capítulo hemos presentado de forma resumida el escenario del *podcasting* peruano, mostrando información de algunos estudios nacionales e internacionales, tanto cuantitativos como cualitativos, además de una revisión de todo lo publicado sobre los *podcast* peruanos. Esta información nos permite tener una noción del escenario en el que se presentan y desarrollan los *podcasts* considerados como muestra, cuyo análisis presentamos en los siguientes dos capítulos.



CAPÍTULO IV

LOS PODCASTS PERUANOS

En este capítulo presentamos una mirada descriptiva de los *podcasts* seleccionados como muestra en el año 2019.

4.1 MTC / Podcast

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones ofrece un servicio al que llaman MTC / *Podcast*, el episodio del 9 de julio de 2019 es “Serpost expande servicio de Ventanilla Única” con una duración de 2 minutos y 18 segundos.

Figura 4.1

Site de MTC/*Podcast* en la web del MTC



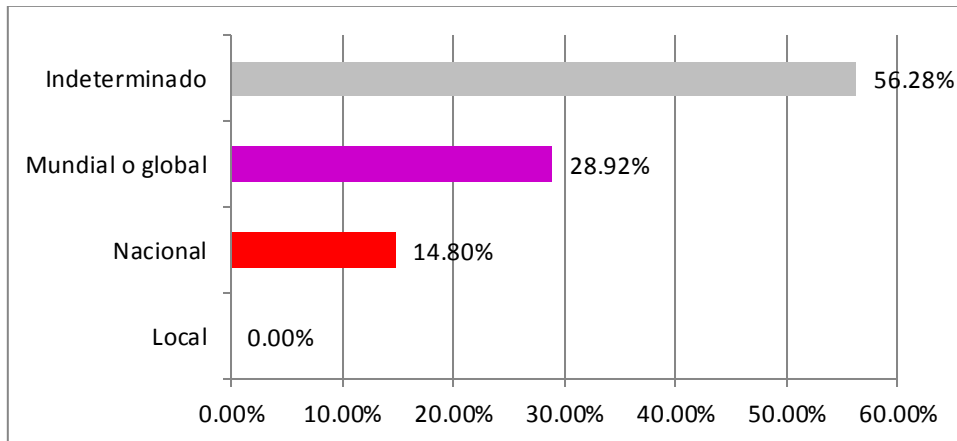
Fuente: <http://podcast.mtc.gob.pe/>

Las fuentes están divididas, un 21% del tiempo de episodio corresponde a una fuente explícita directa, al presentar las declaraciones del Gerente General de Serpost, mientras que el 79% restante corresponde a una fuente implícita, el mismo MTC. El contenido sonoro es muy puntual, formal, sencillo, en buena cuenta un publisreportaje

sonoro. Tiene la estructura y estilo de una nota informativa radial ilustrada con un audio, de la edición de la entrevista antes señalada.

Gráfico 4.1

Los ámbitos de las temáticas de MTC/*Podcast* del 9 de julio de 2019



Elaboración propia

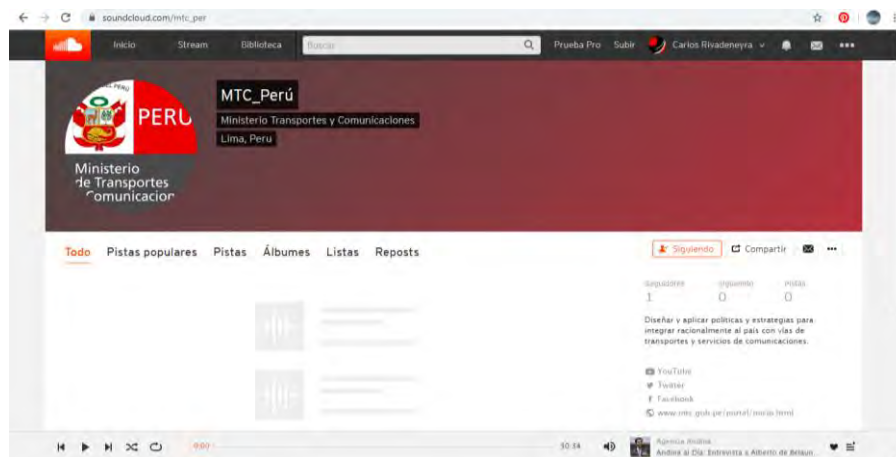
El contenido está al 97% con información técnica acerca de Serpost la misma que es de ámbito indeterminado, luego le sigue el ámbito Mundial/Global con cerca de una tercera parte y con menor presencia el ámbito nacional, tal como se aprecia en el gráfico supra. El 3% restante del tiempo aborda la temática del servicio de *Podcast*/MTC.

El 66% del tiempo del contenido sonoro es de una temporalidad presente ya que habla del servicio de Serpost, el 34% presenta una perspectiva futurista al explicar los servicios que Serpost implementará. Se utiliza el lenguaje ameno y formal como estrategia expresiva. Y como estrategia de difusión el 90% del tiempo son de procedimientos informativos especializados.

No se difunde en ninguna plataforma digital fuera de la web del MTC, ni en ninguna *podcatcher*, a pesar que no lo es, se la llama *podcast*. Al estar disponible en la web institucional, es en realidad un audio por demanda. Además, el MTC, tiene una cuenta en *Soundcloud*, pero que no utiliza, tal como se observa infra. No cuentan con ninguna

práctica *transmedia*, solamente ofrecen un *post* en Facebook, de uno de los episodios de los *podcasts* producidos, no hacen referencia a un servicio de *podcast*, este parece desvinculado las redes sociales del MTC y por ende resulta invisibilizado.

Figura 4.2
Cuenta en *Soundcloud* del MTC



Fuente: https://soundcloud.com/mtc_per

4.2 GRC Radio/Podcast

El Gobierno Regional de Cajamarca ofrece en su página web, y en otras plataformas, material informativo basado en textos escritos, material fotográfico, material audiovisual y audios. El contenido sonoro se ofrece también en *Spotify* como GRC Radio/Podcast.

Figura 4.3

Cuenta en *Spotify* del GRC Radio/Podcast

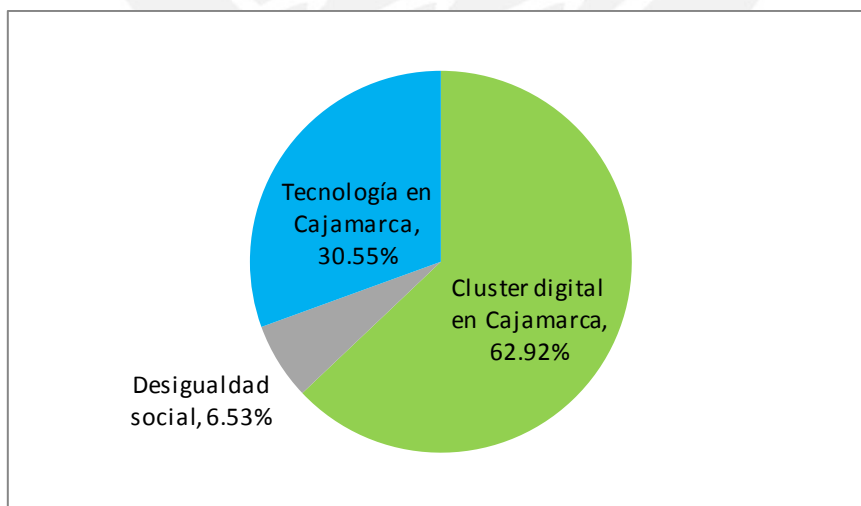


Fuente: <https://open.spotify.com/show/78CnU26eJKug2W5C8m9DsJ>

Tomamos como muestra el contenido sonoro del 18 de junio, llamado Cajamarca Región Digital, Episodio 1, audio en mención tiene el estilo de un micro programa radial informativo, a manera de publrreportaje, ya que informa acerca de un proyecto tecnológico que el Gobierno Regional implementará.

Gráfico 4.2

Las temáticas de GRC Radio/Podcast del 18 de junio de 2019

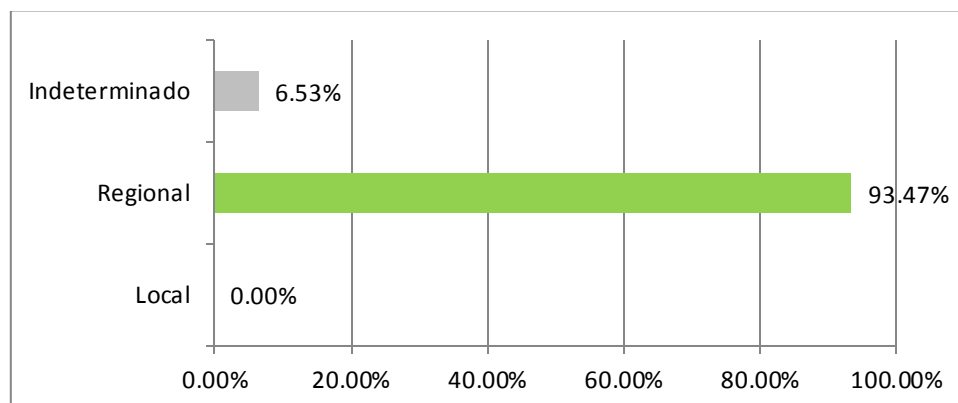


Elaboración propia

Cerca del 63% del tiempo del contenido sonoro es acerca del Cluster digital que será instalado en Cajamarca, el 30% sobre la importancia de la tecnología digital y un brevísimo 6% sobre la desigualdad social que representa la brecha digital.

Gráfico 4.3

Los ámbitos de las temáticas de GRC Radio/*Podcast* del 18 de junio de 2019



Elaboración propia

Tal como se observa en el gráfico supra, los ámbitos al que hace referencia el contenido sonoro de GRC Radio/*Podcast* son en su gran mayoría Regional, el tiempo restante es de ámbito indeterminado. Con respecto a la historicidad el 58% del contenido sonoro corresponde a una temática del presente, mientras que el restante 42% a una visión prospectiva. Tres cuartas partes de las fuentes son directas, ya que es un contenido sonoro de producción institucional. Las estrategias expresivas se basan en su totalidad en un lenguaje ameno y las estrategias de difusión son en 71% de información especializada.

Con respecto a las prácticas *transmedia*, estas no están explotadas, solo se presenta los accesos expandidos cuando los contenidos sonoros se ofrecen en varias plataformas de *podcasts* y cuando a partir de ellos se redactan y ofrecen Notas de prensa, otra forma de difundir la información institucional.

4.3 Agencia Andina

La Agencia Andina es la productora de información de Perú para diversos medios nacionales e internacionales.

“Andina fue creada mediante el Decreto Legislativo N° 180, del 12 de junio de 1981, bajo la denominación de Agencia Peruana de Noticias y Publicidad S.A.; y tenía como objetivo el de obtener, procesar y difundir noticias en todo el país y en el extranjero, así como prestar servicios publicitarios en general y en forma exclusiva, los que requiera el Gobierno Central.

El 19 de agosto de 1994 mediante Decreto Supremo N° 068-94-PCM el área periodística es integrada a EDITORA PERÚ. En marzo del 2001, se da nuevamente un proceso de reestructuración, quedando su área de redacción fusionada al Diario Oficial El Peruano.

...

La reapertura de la Agencia de Noticias Andina fue parte de la estrategia de comunicación del Estado, reiniciando sus actividades en el mes de Agosto del 2002, [produce información para los medios de comunicación masiva del país].” (Agencia Andina web)

La Agencia Andina privilegia la distribución de la información que produce en su Canal Online y la redacción de información ilustrada con fotografías, ver Figura 4.4, infra. El servicio de *podcasting* no cuenta con un *site* ni ubicación alguna en la web de la agencia.

Figura 4.4

La oferta de contenidos de la Agencia Andina en su web



Fuente: <https://andina.pe/agencia/>

El contenido audiovisual está producido pensando su uso como un Canal de Televisión *On line*, entre junio y julio de 2019 –cuando fue tomada la primera parte de la muestra para este estudio- la oferta de *podcast* de la Agencia Andina, se resumía a los audios del material audiovisual, con contenidos con una duración que va de los 20 a los 40 minutos. El Ámbito de la información es nacional.

Figura 4.5

Cuenta *Soundcloud* de Andina Podcast

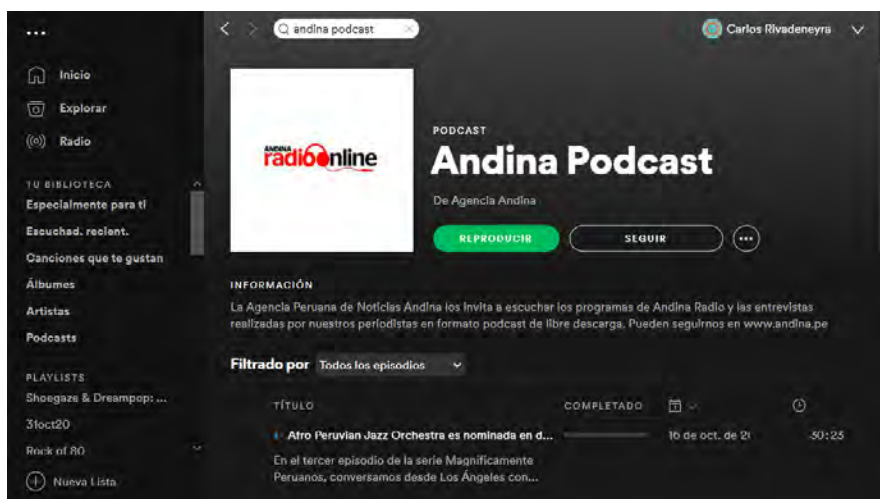


Fuente: <https://soundcloud.com/agenciaandina>

En diciembre de 2019 se lanzó la cuenta en *Spotify Andina Podcast*, que tiene alojados episodios seriadados y no seriadados.

Figura 4.6

Cuenta *Spotify* de *Andina Podcast*



Fuente:

https://open.spotify.com/show/5HOMqn6XV6jWSDrDOTiiST?si=VklD2gwBRD2a4IL_ZPFWDA

4.4 LR *podcast*

4.4.1 Claro y Directo

Es un *podcast* de información, análisis y opinión sobre política, conducido por el conocido periodista Augusto Álvarez Rodrich que se publica a diario en LR *Podcast*.

El audio que se ofrece es muy sencillo, el monólogo del periodista Álvarez sin editar ni fondo musical, tampoco efectos de sonido, en algunas ocasiones presenta audios de testimonios o declaraciones de los actores de la información, con lo cual carga/ayuda/viste de credibilidad la información, y luego el análisis y sus comentarios sobre la política peruana. Suele abordar un tema por episodio de una duración aproximada de 10 minutos.

Figura 4.7

Site del podcast Claro y directo del 19 de junio de 2019

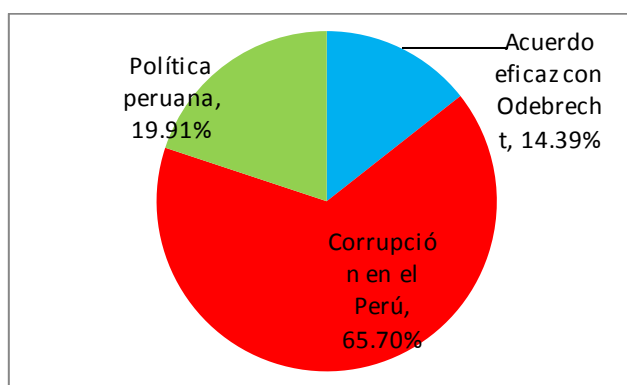


Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/claro-directo-rtv/432-190619-el-peru-apesta>

El 19 de junio de 2019 se presentó el episodio “El Perú apesta” en torno a los graves y profundos problemas de corrupción en todos los niveles de gobierno en Perú. El monólogo no tiene muy buena calidad de audio ya que es el audio de la versión audiovisual que con el mismo nombre se presenta en RTV, ha sido editado de manera desprolija en las partes en las que el conductor menciona el nombre del programa audiovisual y sin evitar la referencia a las imágenes que presenta en pantalla.

Gráfico 4.4

Las temáticas abordadas por el *podcast* Claro y directo del 19 de junio de 2019



Elaboración propia

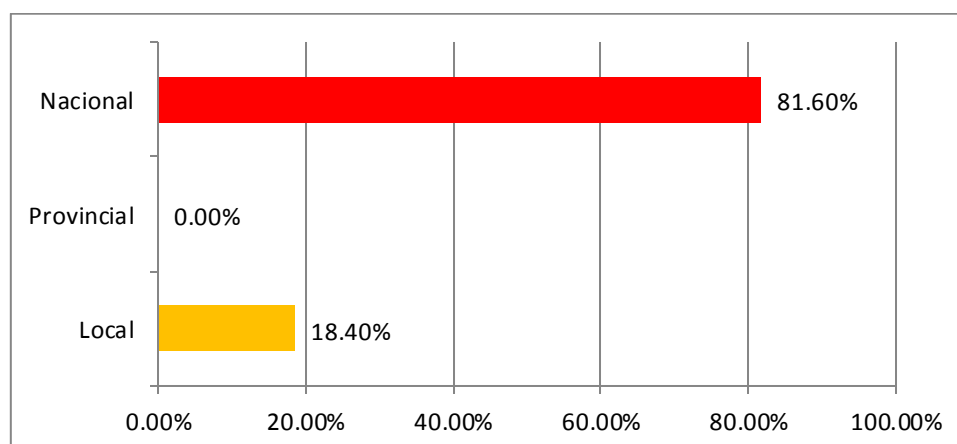
A lo largo de este episodio se aborda el tema de la corrupción una crisis que tiene a nuestros últimos cinco presidentes con serias acusaciones, procesos judiciales en curso o privados de su libertad debido a sentencias firmes. Además el periodista aborda los pormenores del acuerdo de colaboración eficaz que se establece con Odebrecht y la corrupción en una gestión edil. Expone un 82% del contenido de ámbito nacional y un 18% de contenido de ámbito local.

Al ser un *podcast* de análisis político la historicidad de sus contenidos está en el pasado con 52% y el presente con el restante 48%. Cerca del 79% de contenidos usan una fuente implícita, es decir es el mismo medio el que informa, además existe un 21% de fuentes explícitas directas, es decir el mismo audio de los actores de la información. Utiliza una estrategia expresiva de lenguaje atractivo y emotivo, sobre temas políticos.

En suma una mirada amplia, sustentada y abarcadora del problema de la corrupción en nuestro país y con un emplazamiento a los oyentes y ciudadanos para que apoyen la lucha anti corrupción.

Gráfico 4.5

Los ámbitos de las temáticas del *podcast* Claro y directo del 19 de junio de 2019



Elaboración propia

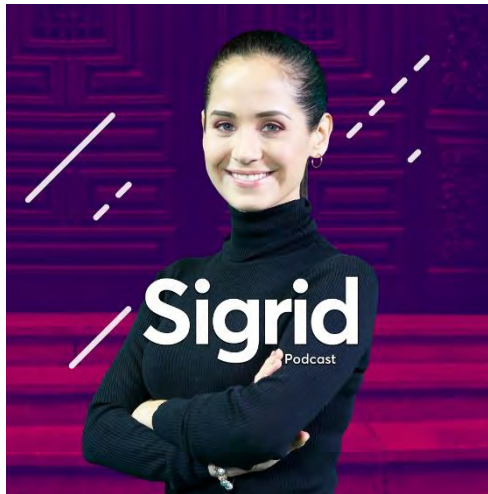
Con respecto a las prácticas *transmedia* observamos que existe interacción con el público cuando este puede ver el episodio en vivo en su transmisión *streaming* por RTV. Se presenta en varias redes sociales del conductor, pero con escasa interacción, con un contenido expandido que resume e introduce el tema del contenido sonoro de cada episodio. Este *podcast* también se ofrece en *Google Podcast*, *Apple Podcast*, *Ivoox* y *Spotify*.

4.4.2 Sigrid

Este es el *podcast* de la periodista Sigrid Bazán en el que, en aproximadamente en un cuarto de hora, desarrolla un comentario, sustentado y basado en experiencias cotidianas, desde un enfoque crítico y vinculado a la actualidad política.

Figura 4.8

Arte de presentación del *podcast* Sigrid de LR *podcast*



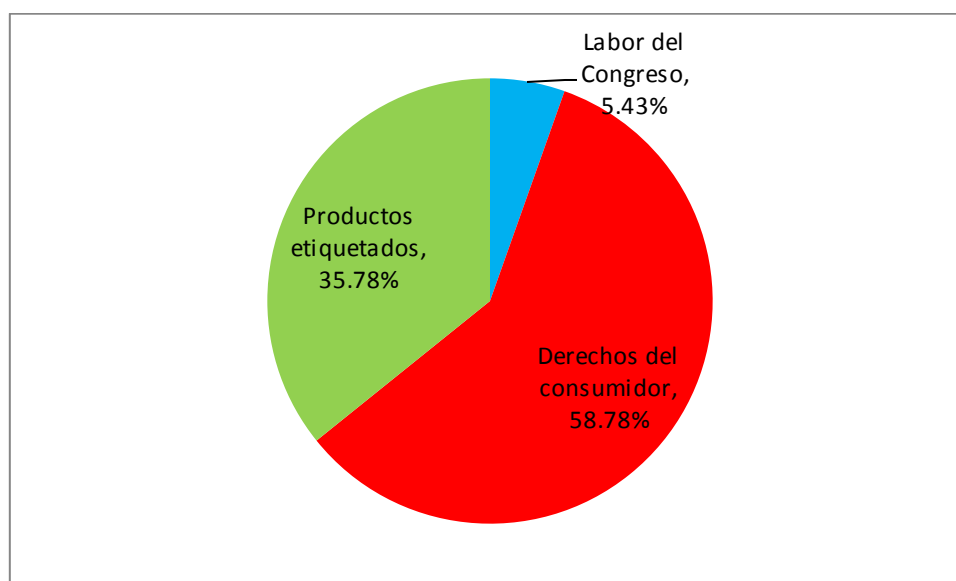
Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/sigridpe>

El ritmo de la locución es muy dinámico, si bien es un comentario, se presenta amical, horizontal, fresco, es decir sin adornos ni formalismos, sino muy claro y en lenguaje sencillo.

En el episodio analizado Sigrid enfoca la importancia que representa para el consumidor conocer los alimentos que consume y qué insumos los componen, comenta el tema de la importancia del uso de los octógonos, el indicativo informativo de alerta sobre contenido “alto en grasas saturadas”, “alto en azúcar”, entre otros, que la normatividad legal de nuestro país ha impuesto. El episodio analizado lleva como nombre “Más allá de los octógonos, con la salud no se juega”, presentando el firme propósito de analizar lo que sucede con los alimentos que escapan a la normativa.

Gráfico 4.6

Las temáticas abordadas por el *podcast* Sigrid del 21 de junio de 2019



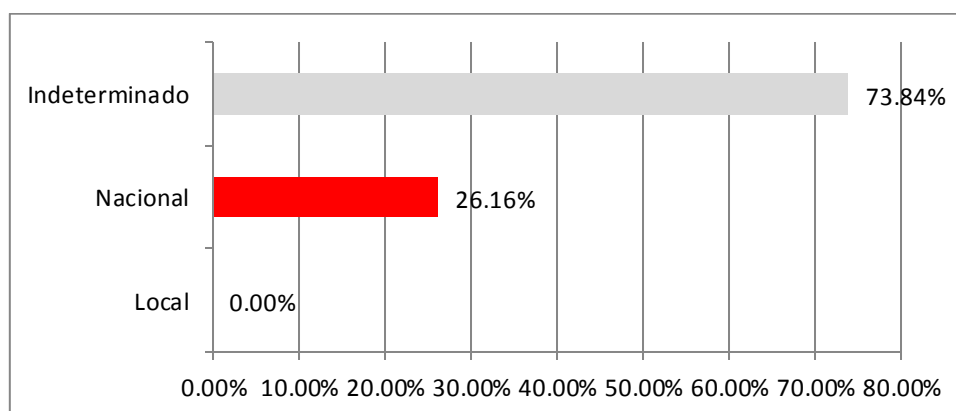
Elaboración propia

Cómo se puede observar en el análisis desagregado de los temas tratados, todos están vinculados a la importancia que los consumidores conozcan de forma transparente y sencilla qué componentes tienen los alimentos que se compran, no solo de la industria, sino de todos los negocios y empresas que venden alimentos. El *podcast* reivindica el derecho del consumidor por estar informado. El tratamiento temático es estructurado, sustentado y explicado de forma sencilla, existe en la conductora una evidente vocación docente.

El 74% de los contenidos que tiene el episodio no definen un ámbito explícito y acotado, están más bien ubicados en la temática del derecho de los consumidores, el 26% de los contenidos si están vinculados y anclados a un determinado ámbito, que en este caso es el nacional.

Gráfico 4.7

Los ámbitos de las temáticas abordadas por el *podcast* Sigrid del 21 de junio de 2019



Elaboración propia

Todas las fuentes que utiliza son informativas y no existe apelación ni presencia explícita del oyente (destinatario), es decir son fuentes implícitas. Con respecto a la historicidad del contenido sonoro, el 65% se remite al pasado y el 35% al análisis de la situación presente.

Presenta una locución atractiva como estrategia expresiva de primera opción. Sigrid tiene en 50% una estrategia de difusión basada en procesos informativos generales, y el otro 50% la estrategia está basada en los testimonios o experiencia propia vivida por la conductora. Por último cabe señalar que este *podcast* está producido como tal, no es el audio editado del programa difundido por *Youtube* de la misma periodista.

Con respecto a la práctica *transmedia*, se da interacción con el público cuando el episodio se emite en *live streaming* por RTV. Se presenta en varias redes sociales de la conductora, además en las redes sociales del medio se observa contenido expandido que por escrito resume e introduce el tema del contenido sonoro de cada episodio. Este *podcast* también se ofrece en *Google Podcast*, *Apple Podcast*, *Ivoox* y *Spotify*.

4.4.3 Sin Guion

Este *podcast* es dirigido por la reconocida periodista política Rosa María Palacios, es el audio del programa audiovisual que presenta a diario en RTV.

El contenido del episodio analizado versa sobre el acuerdo de colaboración eficaz firmado por la empresa Odebrecht con el Estado Peruano, que dará la posibilidad de contar con información fundamental que ayudará a la lucha contra la corrupción en nuestro país. Las temáticas abordadas se dividen en la lucha anticorrupción con respecto al Acuerdo de colaboración eficaz 64%, información vinculada al caso Odebrecht cerca del 24%, mientras que una evaluación con respecto a la performance de la justicia peruana un 12%.

Figura 4.9

Website del *podcast* Sin guion de LR *podcast*



Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/sin-guion>

Palacios analiza el tema tomando información de varias fuentes que tienen que ver con el caso Lava Jato, el más importante sobre corrupción en Perú. Es un *podcast* monotemático con el 74% de la información es de referencia nacional, ya que aborda

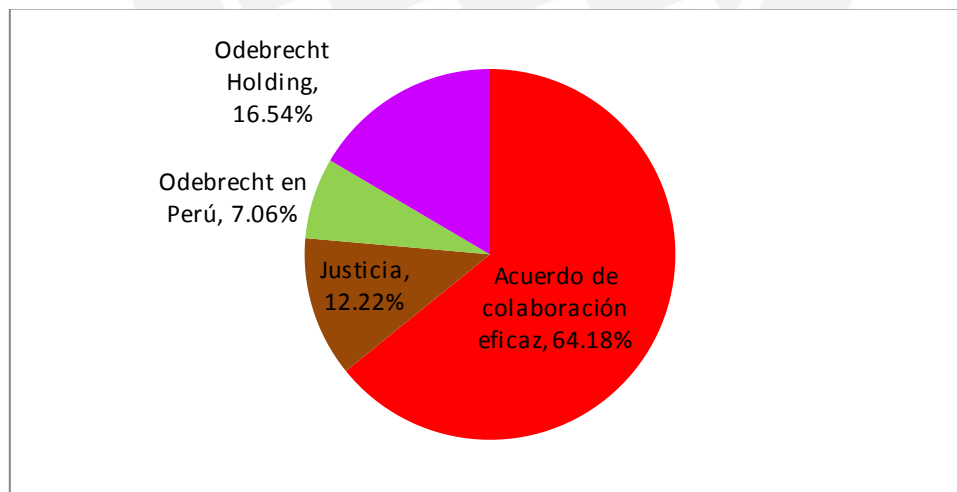
el tema de la corrupción en la ejecución de obras de infraestructura contratadas por instituciones de diferentes niveles del ejecutivo. Pero también está presente la información de ámbito internacional ya que este caso involucra una empresa de origen brasilero.

Lo interesante del episodio es que explica la importancia del acuerdo de colaboración eficaz, lo que implica, lo que se podrá lograr con el mismo a favor de la administración de justicia, los personajes e intereses que se oponen, y en ese aspecto es categórica y expone su opinión “quiénes pierden con este acuerdo, los políticos corruptos que no quieren que se sepa la verdad” (8min 50seg. del episodio en mención).

La historicidad del contenido se reparte entre el pasado 38.37%, el presente 56.17% y la mirada prospectiva con un 5.46%, esto debido a que la periodista explica el proceso del tema tratado, con sustento y con información clara que soportan la opinión que expone.

Gráfico 4.8

Las temáticas abordadas por el podcast Sin guion del 19 de junio de 2019



Elaboración propia

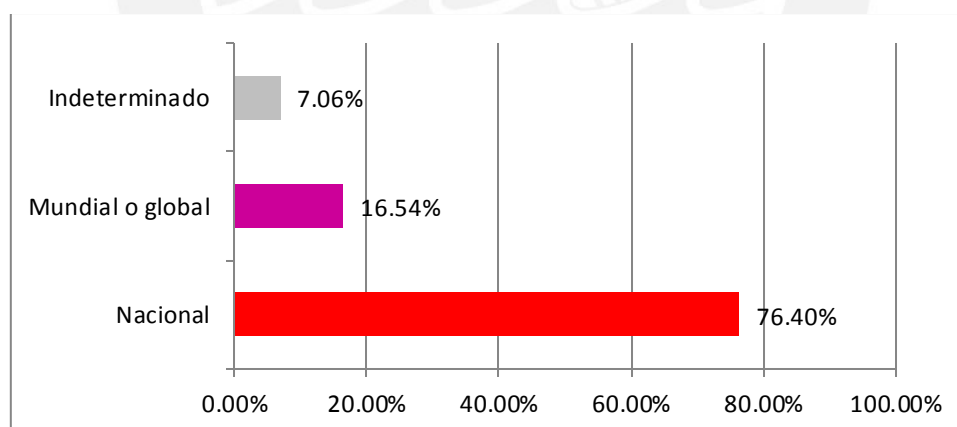
Todas las fuentes que utiliza son informativas, no hay apelación ni presencia del destinatario, su exposición utiliza como estrategia expresiva el uso de lenguaje atractivo, los casi 10 minutos de monólogo no se hacen densos ni pesados, y las

estrategias de difusión utilizadas son de temas especializados (la periodista es abogada y explica con singular facilidad temas que para los no iniciados resultan complejos) y temas generales, como la política nacional.

Cuatro son los actores a los que se refiere el *podcast*: la empresa Odebrecht, el Poder Judicial peruano, los funcionarios –de diferentes niveles- corruptos y los políticos que se oponen a los procesos de la justicia peruana. Se hace una mención especial a los ex presidentes de nuestro país que están involucrados con este caso de corrupción. Lo singular y valioso de este *podcast*, que es el líder de la oferta de LR Podcast (Bendezú, 2019) es que los temas complejos y difíciles de entender de la política peruana, en muchos casos vinculados a procesos judiciales los explica, se explican en detalle y con gran paciencia.

Gráfico 4.9

Los ámbitos de las temáticas abordadas por el podcast Sin guion del 19 de junio de 2019



Elaboración propia

El tema de la corrupción es abordado con enfoque nacional (76.4%) vinculada a los corruptores internacionales (16.54%) y como un problema legal de ámbito indeterminado en 7.06%. Todas las fuentes que maneja este *podcast* son Implícitas, una estartegias expresivas amenas en un 88% y estrategias de difusión de información general en un 80%.

Este podcast presenta las mismas características *transmedia* de los dos anteriores, con algo más de interacción en las redes sociales, cuando el episodio es emitido en *live streaming*.

4.4.4 Al pie de la letra

Es presentado como “exclusivo de LR podcast”, con el objetivo de dejar claro que es un *podcast* nativo, es producido y realizado por tres conductores, una voz femenina y dos masculinas. Toman el nombre de una obra de Ricardo Palma debido a que en 2019 se conmemora el primer siglo de su muerte. Es un podcast sobre literatura peruana y universal.

Figura 4.10

Site del *podcast* Al pie de la letra de LR Podcast

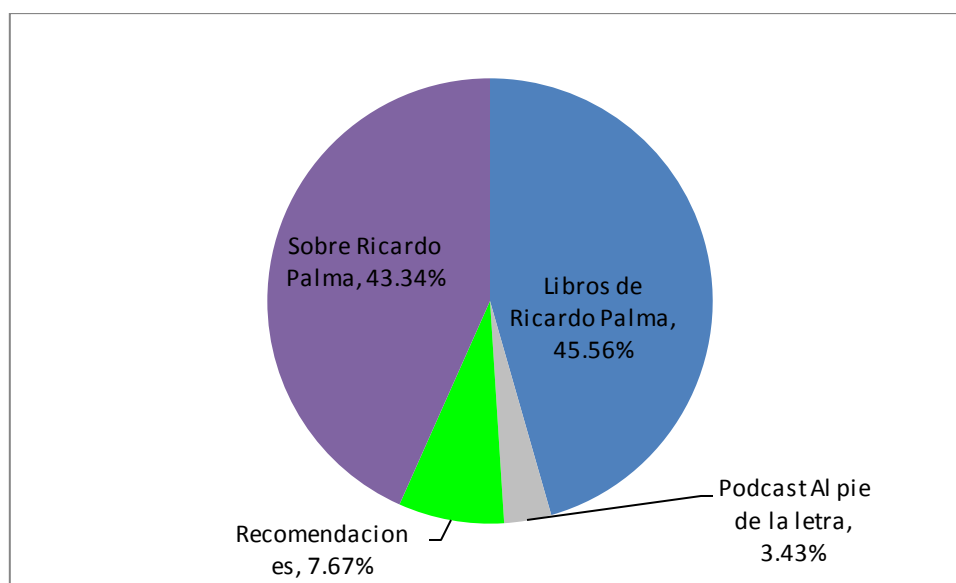


Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/al-pie-de-la-letra>

Los conductores muestran gran entusiasmo en la conversación sobre literatura, y en el episodio analizado presentan datos biográficos y comentan la obra de Ricardo Palma, lo que se observa en el siguiente gráfico.

Gráfico 4.10

Las temáticas abordadas por el *podcast* Al pie de la letra del 20 de junio de 2019

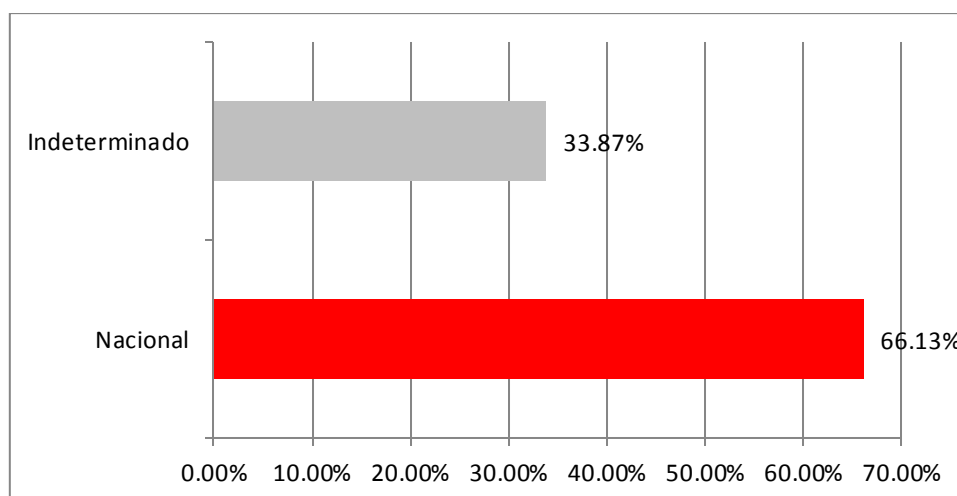


Elaboración propia

El valor educativo del *podcast* es importante, puede ser de utilidad para cualquier persona que quiera introducirse en la obra del autor. El episodio usa una interesante, bien informada y sencilla tertulia para presentar sus contenidos, además la participación muy homogénea de los conductores logra ser bastante amena. El ámbito temático es en un 66% nacional, mientras que el 34% restante no tiene una referencia clara, por ende lo consideramos como indeterminado. El 61% del contenido sonoro hace referencia al pasado, por la obra de Ricardo Palma, mientras que el 38% está anclado en el presente. Las fuentes directas son solo el 18%, siendo las indirectas el 82%.

Gráfico 4.11

Los ámbitos de las temáticas del *podcast* Al pie de la letra del 20 de junio de 2019



Elaboración propia

La estrategia expresiva está basada en su totalidad en un lenguaje ameno, mientras que las estrategias de difusión son en 91% especializadas.

Este *podcast* nativo de LR *Podcast* tiene su propia cuenta en Facebook y genera *posts* promoviendo una expansión de contenidos que no logra mucha interacción con el público.

4.4.5 Balón parado

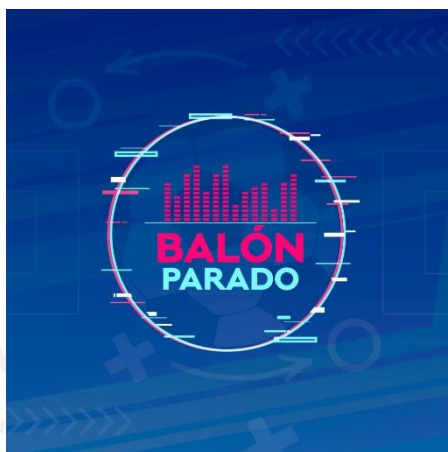
Otro *podcast* nativo de La República, sobre fútbol, cuenta con tres conductores que comentan e intentan analizar información noticiosa sobre el llamado “deporte rey”, el fútbol.

El episodio analizado está especializado en la campaña de la selección nacional de fútbol en el torneo Copa América. El 98% del tiempo se habla del tema antes mencionado, mientras que el 2% restante se utiliza para anunciar los temas que se tratarán en el siguiente episodio. El 57% del tiempo del contenido sonoro es sobre el

pasado, el 8% acerca del presente y un 35% sobre el futuro del equipo de fútbol peruano en el torneo en mención.

Figura 4.11

Arte de presentación del *podcast* Balón parado de LR *podcast*



Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/balon-parado>

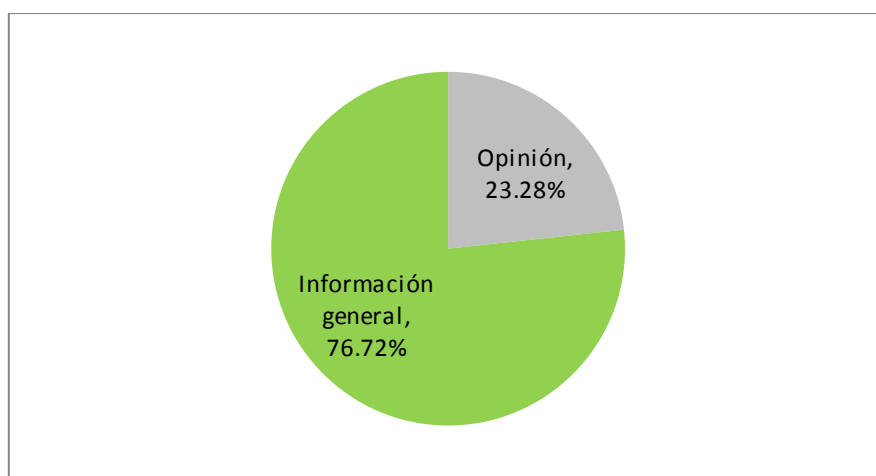
Una característica importante, del universo de los comentarios sobre fútbol, es que no utilizan fuentes explícitas, sino –en este episodio- única y de forma exclusiva se utilizan fuentes implícitas.

La principal estrategia expresiva es el uso de un lenguaje atractivo, emotivo, con mucho calor sobre la performance del seleccionado peruano de fútbol en el mencionado torneo.

Si se escudriña sobre las estrategias de difusión de información que utiliza podemos encontrar que no todo el contenido es opinión, aunque así parece, en su mayoría se utilizan comentarios de información general, es decir de público conocimiento, ergo no brindan información exclusiva, presentada y trabajada por el *podcast*, sino que lo que ofrecen es comentar información con estilo diferente, incluso uno de los tres conductores llega a mencionar que “le estamos dando a Gareca algunas sugerencias de lo que se podría hacer ...” en clara alusión a cómo conformar el equipo peruano. Esta situación, en la que los comentarios de fútbol, dan recomendaciones a los técnicos de fútbol es muy conocida en el llamado periodismo deportivo peruano.

Gráfico 4.12

Estrategias de difusión utilizadas por el *podcast* Balón parado del 19 de junio de 2019



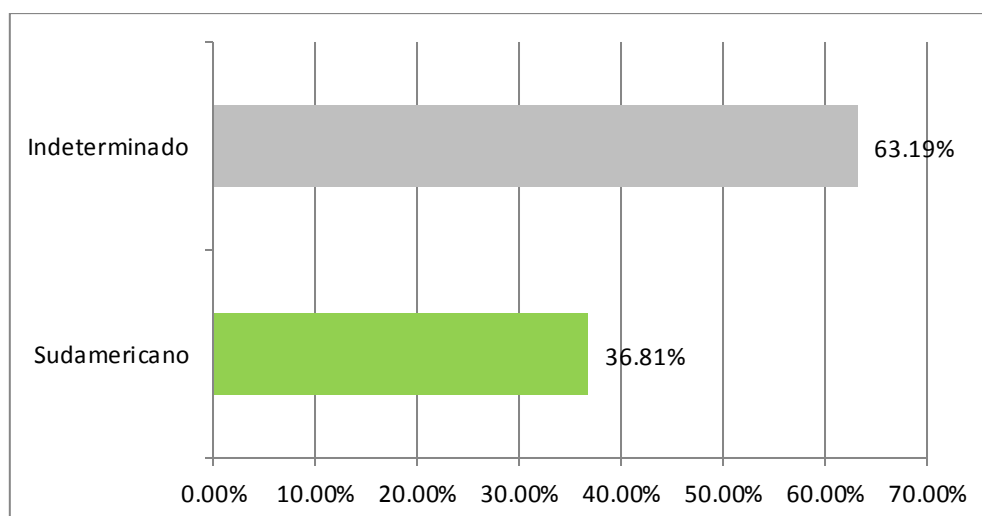
Elaboración propia

Por lo señalado este *podcast* no aporta información nueva, ni puntos de vista innovadores sobre un tema sumamente abordado en Perú, nos referimos al fútbol. Abunda en comentarios sobre temas conocidos y lugares comunes y, la opinión que presenta está basada en análisis. Desaprovecha la oportunidad de brindar algún ángulo de análisis diferente sobre un tema muy atractivo, sin embargo, parece referirse a una audiencia masiva y no selectiva como la que el *podcasting* da la oportunidad de alcanzar.

En cuanto a la práctica *transmedia*, esta posibilidad no se explota en todas sus posibilidades, no tiene una cuenta propia en redes sociales, pero si se apoya de las redes del diario El Líbero, producto periodístico también del grupo La República, al cual pertenecen LR *Podcast*, sin embargo la interacción es muy baja.

Gráfico 4.13

Los ámbitos de las temáticas del *podcast* Balón parado del 19 de junio de 2019



Elaboración propia

En su mayoría el contenido sonoro de este *podcast* es presentado en un ámbito indeterminado, al hablar de fútbol y sus estrategias, al ser el tema principal la Copa América, el ámbito territorial utilizado es el de Sudamérica.

4.4.6 Perdidos en el espacio

Este contenido sonoro de LR *Podcast*, no es otra cosa que la columna de opinión de Juan Francisco Escobar, comunicador y músico, y en 2019 conductor del programa de radio "Sin paltas" de Radio Oasis 100.1 FM.

Figura 4.12

Site del *podcast* Perdidos en el espacio de LR *Podcast*



Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/perdidos-en-el-espacio>

En el episodio analizado este *podcast* presenta la opinión del conductor sobre el Día del padre, en general Escobar expresa una postura crítica sobre diversos temas de actualidad, además utiliza como estrategia expresiva el uso de un lenguaje emotivo y atractivo, siempre apelando al oyente en relación al tema abordado, con el fin de alentar una posición crítica del oyente.

Este *podcast*, no cuenta con cuentas propias en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, pero es promocionado en las redes sociales del diario La República. Este *podcast* logra interacción a manera de reacciones con sus seguidores en las redes sociales del diario y en las propias del periodista Escobar.

4.4.7 Señales

Podcast conducido por Jhan Sandoval, quien en su web <https://jhansandoval.com/> se autodefine como astrólogo y tarotista.

El episodio analizado, al igual que todos los difundidos en el *site* de LR *podcast* presenta el horóscopo del día, combinando la lectura del tarot en respuesta a los pedidos del público recibidos mediante los mensajes entregados en la web del

conductor, además alterna con la presentación del ritual de los guindones, un ritual necesario para tener éxito en alguna negociación.

Figura 4.13

Website del podcast Señales de LR Podcast



Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/señales>

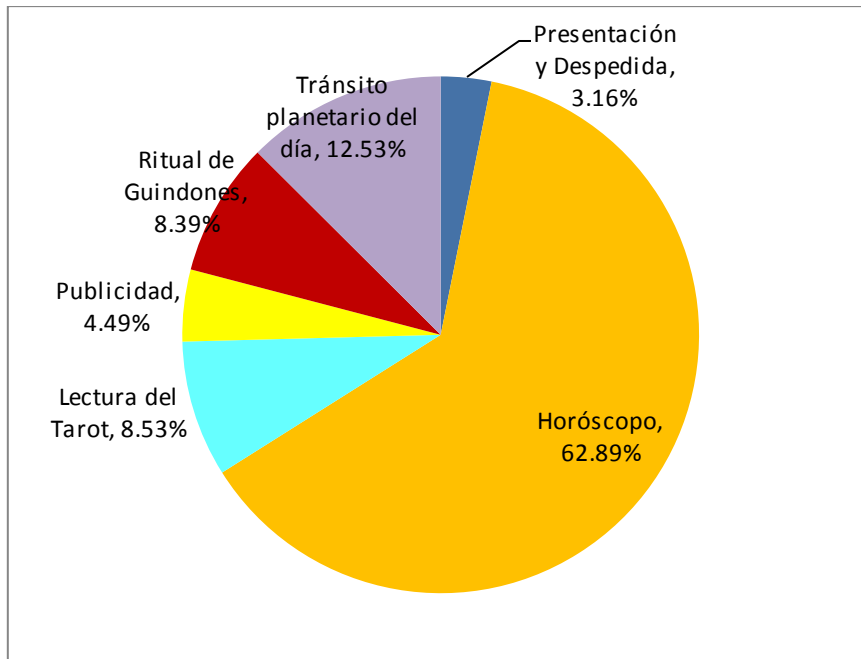
Este contenido es la banda sonora del programa audiovisual del mismo nombre ofrecido en vivo y por demanda por RTV, el canal de contenidos audiovisuales de La República, por ende este *podcast*, al no haberse preparado de forma exclusiva como tal, muestra ciertas imprecisiones en el contenido ya que en ciertas partes hace referencia a imágenes mostradas en la versión original audiovisual.

Las temáticas abordadas son claras y están vinculadas a la astrología, el futuro y las cábalas o rituales que pueden usarse para tener éxito.

El anuncio de los servicios, y las citas personales, son constantes y expresan un mecanismo de promoción del trabajo del conductor en el contenido sonoro.

Gráfico 4.14

Las temáticas abordadas por el *podcast* Señales del 21 de junio de 2019

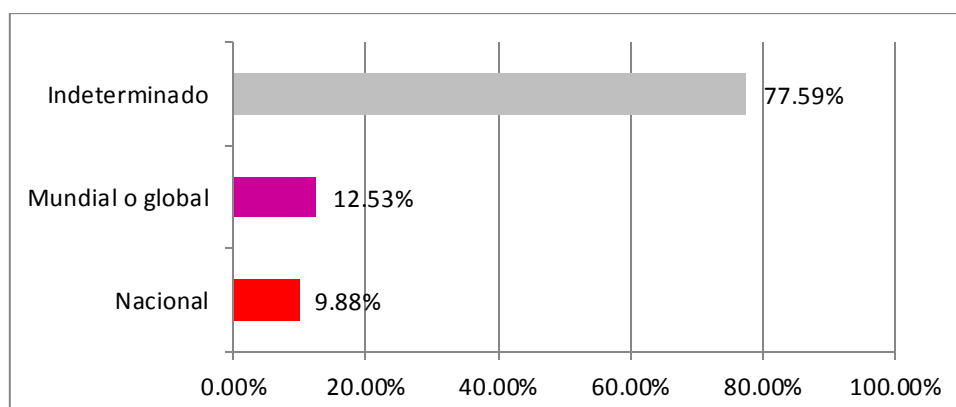


Elaboración propia

La audiencia está presente de dos formas, una es con la lectura del tarot para responder las inquietudes puntuales del público, recibidas por el conductor mediante mensajes enviados a la *web* del mismo, y otra cuando es apelado en la lectura del tarot o la explicación de una cábala o rito. La historicidad del contenido es en 85% sobre el futuro, sobre lo que posiblemente suceda, esa eterna intriga de los seres humanos. El lenguaje emotivo y ameno está siempre presente. El ámbito de los contenidos sonoros en su gran mayoría es indeterminado, le sigue el ámbito global/mundial y por último gracias a la participación del público el ámbito nacional.

Gráfico 4.15

Los ámbitos de las temáticas abordadas por el *podcast* Señales del 21 de junio de 2019



Elaboración propia

Utiliza una estrategia expresiva que combina el lenguaje emotivo y el lenguaje atractivo en un 96%, mientras que las estrategias de difusión que usa las generales en un 44% y las especializadas en un 56%.

Sobre la práctica *transmedia* de este podcast es singular y diferente a otros. Tiene extensiones en el propio grupo en Facebook del conductor, está presente en el diario La República, por su contenido de horóscopo y aparece en el Facebook de la revista Wapa, también producto del grupo La República. La interacción es mayor, que la lograda por otros *podcasts*, pero puntual en consultas de horóscopo y tarot. En su propia cuenta de Instagram el conductor hace concursos y promueve la relación con sus seguidores, en buena cuenta el producto a promocionar es él: Jhan Sandoval.

4.4.8 Sobre las cuerdas

Podcast nativo con la conducción de Julio Estrada, contenido sonoro sobre el mundo de la Lucha libre, en el episodio analizado se hacen comentarios y se entrega información sobre los padres e hijos luchadores.

Figura 4.14

Site del podcast Sobre las cuerdas de LR Podcast

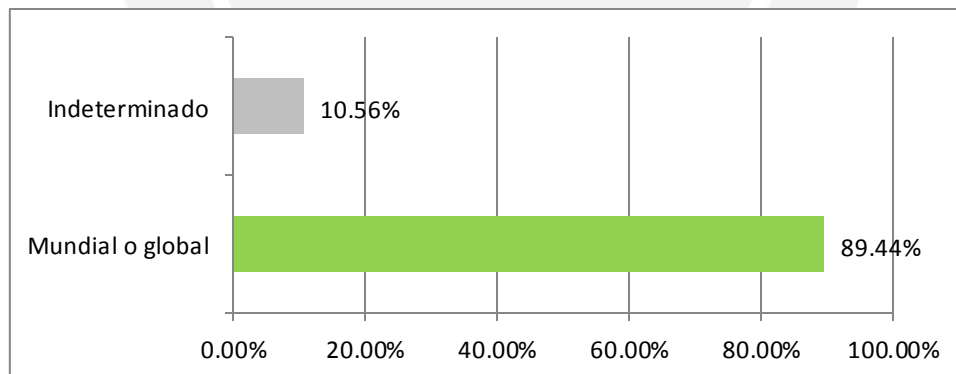


Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/sobre-las-cuerdas>

El contenido es especializado y dirigido a un público iniciado y seguidor o fan de la lucha libre. Este *podcast* tiene una cuenta propia en Facebook y se vincula con las cuentas de Deportes LR y Diario Libero. No promueve la interacción con la comunidad seguidora de la lucha libre en nuestro país.

Gráfico 4.16

Los ámbitos de las temáticas del *podcast* Sobre las cuerdas del 19 de junio de 2019



Elaboración propia

La temática es abordada, en gran medida, desde una mirada internacional y muy poco desde un enfoque de ámbito indeterminado. Este episodio aborda el legado de la lucha libre en nuestro país en un 96% del tiempo del contenido sonoro. Un 49% hace referencia al pasado y un 51% al presente. La estrategia expresiva más usada es la del

lenguaje emotivo y ameno y la estrategia de difusión usada es la de información especializada.

Con respecto a su propuesta *transmedia* este *podcast* no muestra mayor esfuerzo, poco más de doscientos seguidores en Facebook y si bien postean frecuentemente información sobre los contenidos y temas que tratan en el *podcast* la interacción que se logra es mínima.

4.4.9 TR3S D

Este *podcast* es la banda sonora del programa del mismo nombre de RTV. Está conducido por Augusto Álvarez Rodrich, Mirko Lauer y Fernando Rospigliosi. Es una interesante tertulia de tres experimentados periodistas políticos que han sido columnistas y analistas políticos por muchos años en diversos medios escritos.

Figura 4.15

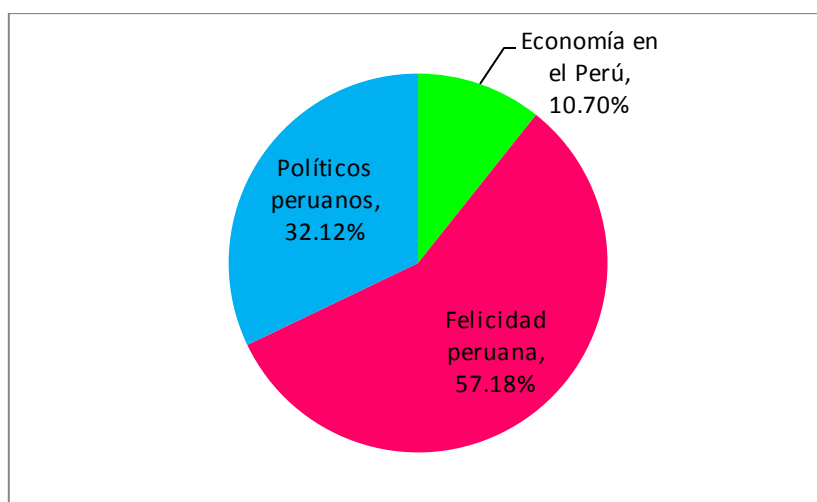
Arte de presentación del *podcast* TR3S D de LR *podcast*



Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast>

Gráfico 4.17

Las Temáticas abordadas por el *podcast* TR3S D del 17 de junio de 2019



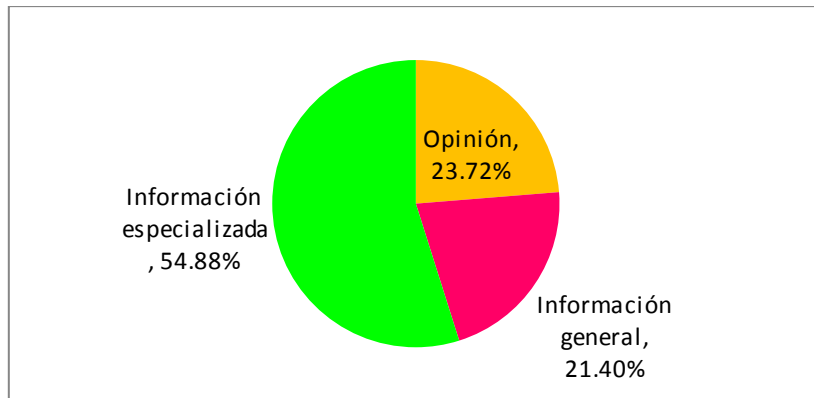
Elaboración propia

El tema central en el episodio analizado es la felicidad peruana o qué pone contenta a la población, para explicar esta cuestión se analiza la política nacional, básicamente desde lo económico y desde la situación y performance de los políticos nacionales.

Cabe resaltar que las estrategias de difusión de información que maneja este *podcast* resultan coherentes, tal como presenta el gráfico 4.18, aproximadamente la cuarta parte del tiempo está dedicado difundir opinión, pero en su mayoría basada en información especializada y no general. Es decir la opinión se presenta sustentada y ese sustento es explicado para una audiencia interesada en la lectura y el análisis de la política nacional y de edad adulta.

Gráfico 4.18

Las Estrategias de difusión de información del *podcast* TR3S D del 17 de junio de 2019

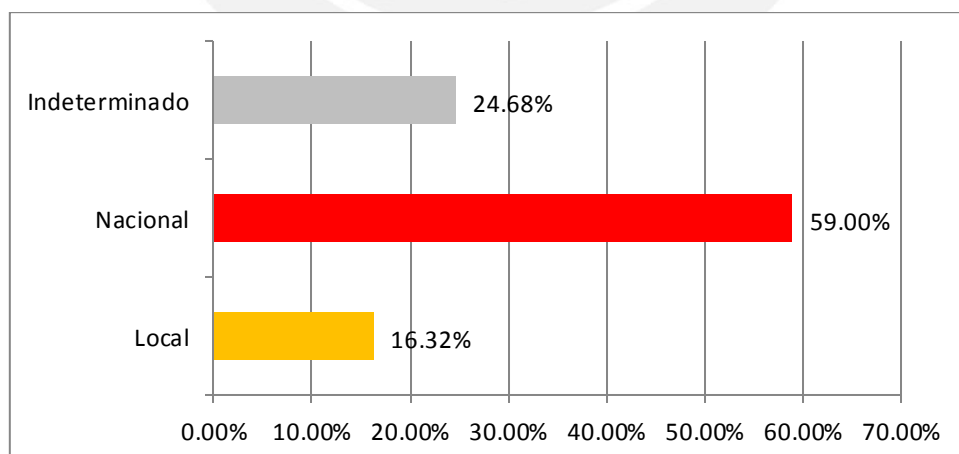


Elaboración propia

Lo interesante de este *podcast* es que a pesar que cada uno de los panelistas tienen una posición política determinada y diferente de la de los otros, que se muestra en sus columnas de opinión política que publican en diversos medios, en este contenido sonoro se concentran en conversar, confrontan puntos de vista sobre determinados temas, pero no llegan a debatir, lo que hace que el contenido logre ser una muy buena y atractiva conversación.

Gráfico 4.19

Los ámbitos de las temáticas del *podcast* TR3S D del 17 de junio de 2019



Elaboración propia

Tres cuartas partes del tiempo del contenido sonoro de este *podcast* son de ámbito nacional o local, es decir peruano. El tiempo restante, una cuarta parte aproximadamente, es de ámbito indeterminado al ser parte de las categorías de análisis político que usan los conductores en sus comentarios. Sus estrategias expresivas están entre el lenguaje ameno y el lenguaje emotivo, mientras que sus estrategias de difusión están entre las de opinión, de información general, pero en su mayoría, cerca del 55%, en procedimientos informativos especializados.

Este *podcast* no cuenta con estrategias *transmedia*. Como todos los *podcasts* generados a partir de la banda de sonido de los contenidos audiovisuales de RTV, son los *podcasts* una expresión de un acceso expandido.

4.4.10 Vértigo

Podcast producido por el equipo de Cine y Series del diario La República. Presenta noticias del mundo audiovisual y comentarios sobre los estrenos del cine y de series de actualidad en diversas plataformas.

Figura 4.16

Arte de presentación del *podcast* Vértigo de LR podcast

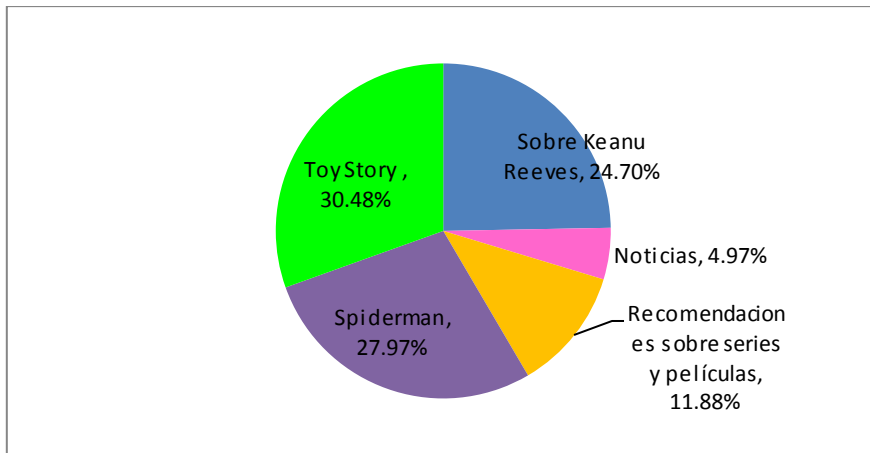


Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/vertigo>

Lo interesante es lo equilibrado y simétrico del uso del tiempo en las diferentes partes, que corresponden a temas determinados, del contenido sonoro.

Gráfico 4.20

Las temáticas abordadas por el *podcast* Vértigo del 16 de junio de 2019

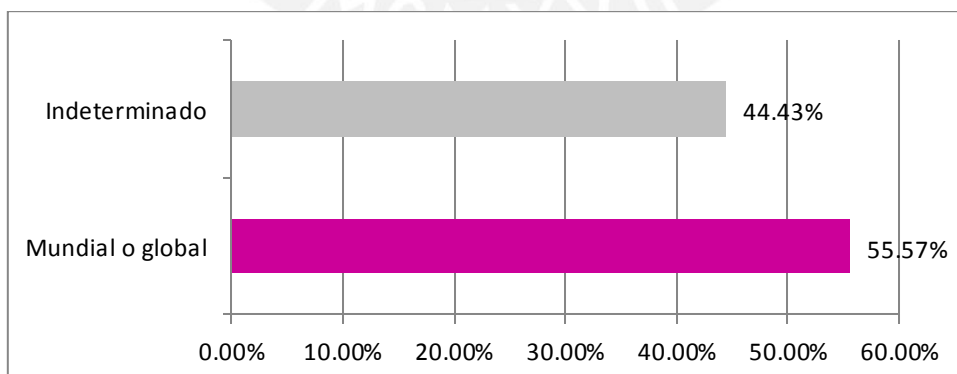


Elaboración propia

No es un *podcast* de análisis sino de comentarios, de información de conocimiento público, por ende utiliza una estrategia de difusión de información general en el 72% del tiempo de su duración, mientras que la información especializada alcanza solo al 16% y la opinión un modesto 6%. Principalmente el ámbito de la información es mundial o global en poco más de la mitad del tiempo del contenido sonoro, el tiempo restante corresponde a un ámbito indeterminado.

Gráfico 4.21

Los ámbitos de las temáticas abordadas por el *podcast* Vértigo del 16 de junio de 2019



Elaboración propia

Este *podcast* no cuenta con ningún afán de explorar siquiera posibilidad alguna del *transmedia*, se dedica solo a la difusión del *podcast* en cuatro plataformas especializadas y el acceso desde LR *Podcast*.

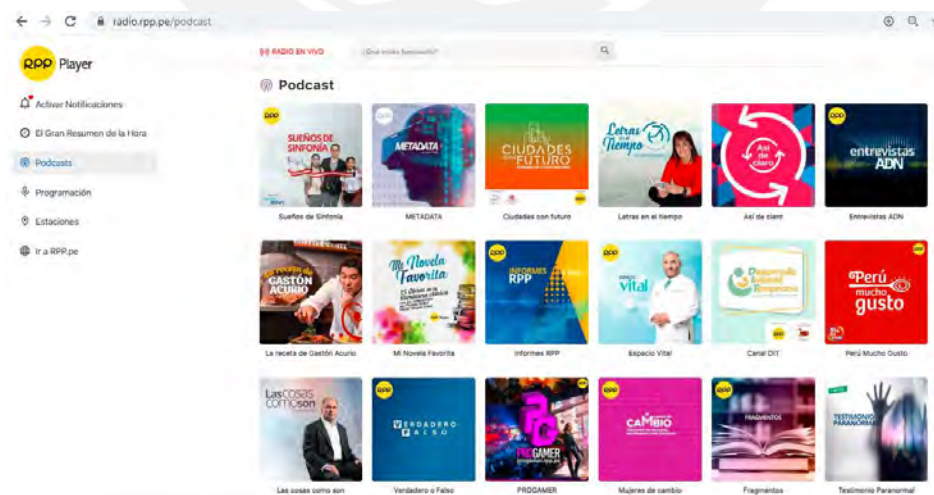
4.5 RPP *Podcast*

Iniciativa de RPP.com y Radio Programas del Perú (RPP), la emisora radial informativa más importante del país, porque tiene la más amplia cobertura del país y logra la mayor audiencia²².

Los contenidos como “Espacio Vital”, conducido por el Dr. Elmer Huerta, “Letras en el tiempo” conducido por Patricia del Río, “ADN” las entrevistas del programa radial Ampliación de Noticias dirigido por Fernando Carvallo, “La receta de Gastón”, “Así de claro”, “Las cosas como son” entre otros son productos sonoros ofrecidos como *podcast* pero que originalmente son programas o secuencias radiales realizadas para la emisora, todas con información de ámbito nacional.

Figura 4.17

Site de RPP *podcast*



Fuente: <https://radio.rpp.pe/podcast>

²² Ver en

https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Acumulada&Frecuencia_FebreroLima2020.pdf

Sin embargo existen contenidos sonoros producidos exclusivamente para *podcast*, dos de ellos se encuentran entre los más escuchados en América Latina²³ según el estudio de Triton Digital difundido en noviembre de 2019, nos referimos a “Metadata” y “Progamer”, de los cuáles presentamos su descripción analítica.

Los espacios radiales producidos para la emisora RPP, y que también se difunden por RPP *podcasts*, son promocionados en Facebook por el Grupo *EscuchaPodcast* (<https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/>) pero sin ninguna intención *transmedia*.

Solo en el caso de “ADN” existe un contenido expandido por su emisión en *live streaming* en YouTube.

4.5.1 Metadata

Jesús Veliz presentador del programa radial “Familia.com” de RPP noticias, editor de “Niusgeek”²⁴ conduce este *podcast* que comienza con un segmento de presentación de los contenidos del episodio. Luego en un segundo segmento explica sobre *Libra* la nueva moneda de *Facebook* y expone todo un desarrollo adecuado y bien sustentado del dinero digital.

Luego en el tercer segmento informa acerca de los futuros lanzamientos de teléfonos celulares de diversas marcas y con múltiples funciones y utilidades. El tercer segmento está dedicado a la comparación de dos micrófonos especialmente diseñados para producción de contenidos sonoros digitales.

²³ <https://rpp.pe/tecnologia/mas-tecnologia/podcast-metadata-y-progamer-entre-los-programas-mas-escuchados-por-los-latinoamericanos-en-2019-noticia-1235231>

²⁴ NiusGeek es el portal de tecnología de RPPNoticias.

Figura 4.18

Site de Metadata de RPP podcast



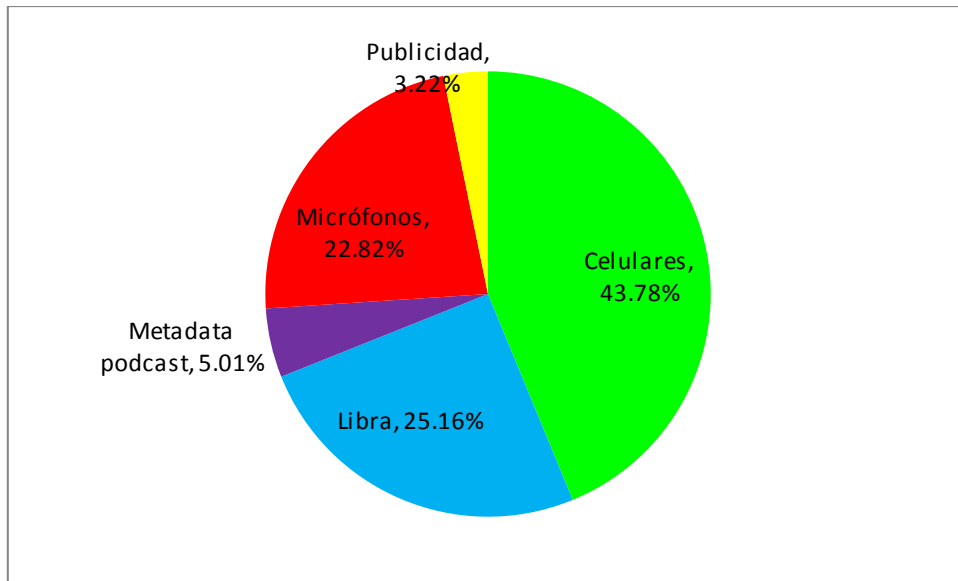
Fuente: <https://radio.rpp.pe/podcast/metadata>

El ritmo de la conducción es bastante ágil y lleno de información novedosa, presentada con pasión, emotividad y mucho sustento, además el conductor invierte una buena dosis de esmero en explicar cada una de los temas que presenta con considerable detalle. En varios momentos promueve la suscripción y el consumo de “Niusgeek” el producto informativo sobre tecnología de RPP.com.

Es un contenido sonoro bastante estructurado, con información preparada y con un conductor que domina el tema. Cada episodio aborda la actualidad del mundo digital.

Gráfico 4.22

Las temáticas de Metadata episodio 35 del 20 de junio de 2019

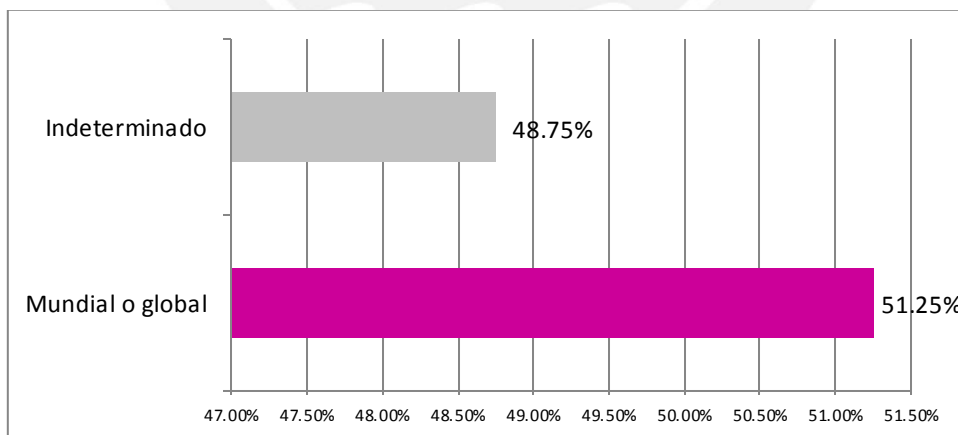


Elaboración propia

El gráfico supra muestra de forma clara el orden estructural y la especialización del contenido sonoro de Metadata.

Gráfico 4.23

Los ámbitos de las temáticas de Metadata episodio 35 del 20 de junio de 2019



Elaboración propia

Este *podcast* aborda temas globales/mundiales o de ámbito indeterminado, ya que su temática especializada en temas de tecnología corresponde a esos ámbitos.

Las estrategias expresivas están relacionadas con el uso del lenguaje ameno en 32% del tiempo del episodio, el lenguaje ameno y emotivo en 64% del tiempo y el resto del tiempo en la combinación de lenguaje ameno, emotivo y popular.

Las estrategias de difusión de información van de la opinión 6%, la información general 19%, mientras que la mayor parte, el 42%, es información especializada y el 32% restando es información fruto de la experiencia del conductor, un experto en la materia.

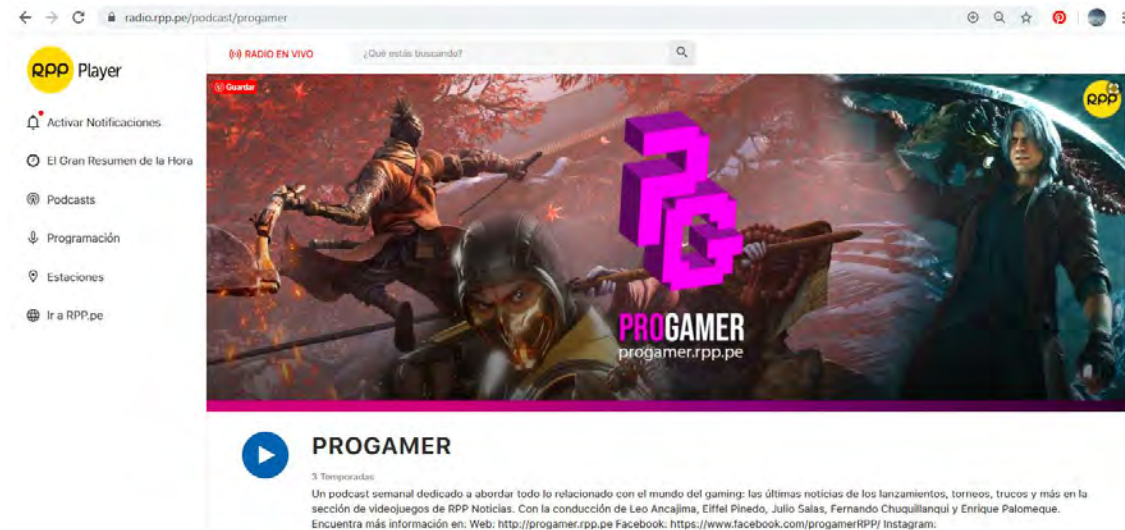
Como práctica *transmedia* solo presenta la expansión de contenidos mediante las notas redactadas en “Niusgeek”, también es posible intuir que el mecanismo es inverso, siendo el *podcast* un acceso expandido del *site* especializado en tecnología de RPP.com.

4.5.2 Progamer

Este es un *podcast* dedicado al mundo del *gaming*, presenta información de los más recientes los lanzamientos, torneos, comentario, etc., es producido por la sección de videojuegos e *e-sports* de RPP Noticias. El episodio analizado corresponde al 18 de julio de 2019, es el episodio #17 de la primera temporada, cuenta con la conducción de Seiji Kohashigawa, Gino Peña y Diego Silva (Joker).

Figura 4.19

Site de Progamer de RPP podcast



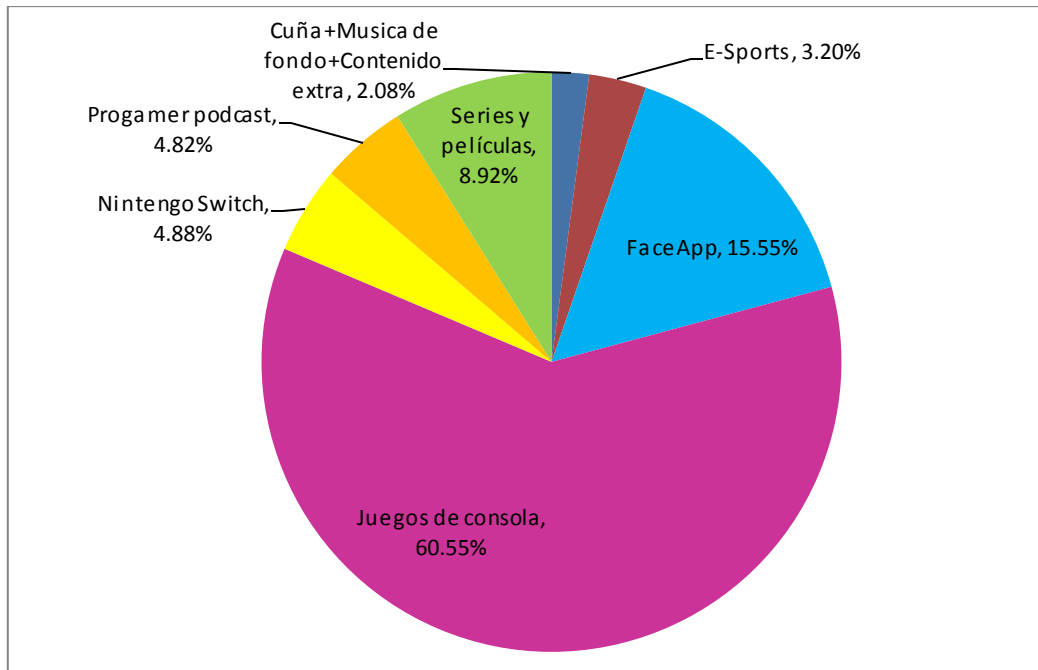
Fuente: <https://radio.rpp.pe/podcast/progamer>

Cada conductor se presenta y comenta los juegos que utilizó la última semana. Y las películas que han visto, se incluyen comentarios y críticas.

Presenta además un bloque de noticias de la semana, cada conductor cuenta las informaciones que considera más relevantes de los últimos siete días.

Gráfico 4.24

Las temáticas de Progamer EP#17 del 18 de julio de 2019



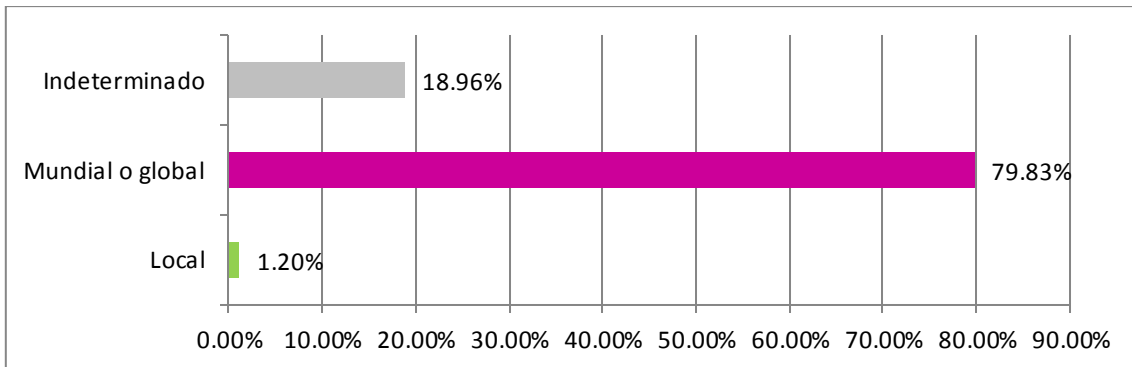
Elaboración propia

Tema de fondo, del episodio analizado, es el repaso o revisión de los video juegos aparecidos en 2019, lo que se llama los premios GotY 2019 (*Game of the Year*), además anuncian los próximos lanzamientos de juegos. Los conductores bromean sobre la ausencia de otros conductores o panelistas que no pudieron entrar en la cabina porque es muy pequeña.

La historicidad del contenido sonoro es 54% del presente porque analiza coyuntura, un 29% del pasado y solo un 17% acerca de información prospectiva. En las estrategias expresivas destaca el uso del lenguaje ameno en 40%, lenguaje ameno y emotivo 21%, mientras que el 35% del tiempo del episodio se combina el lenguaje ameno, emotivo y popular, incluso usan el lenguaje vulgar, en una sola oportunidad, al parecer se les escapa la frase “oe ctm porque me hiciste comprar esta webada” haciendo referencia a un juego recomendado, pero que no le gustó al adquiriente, que era uno de los conductores.

Gráfico 4.25

Los ámbitos de las temáticas de Progamer EP#17 del 18 de julio de 2019



Elaboración propia

Los ámbitos a los que se refiere la información son básicamente mundial, global o internacional, ya que este *podcast* aborda temas de dicha naturaleza: juegos online y aplicaciones digitales. Las estrategias de difusión informativa son opinión en 56%, de información general menos de 6% y de información especializada llega a 36%.

Este *podcast* nativo de RPP *podcast* si cuenta con cuentas propias en *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* y coloca *hashtags* en la cuenta *Facebook* de RPP, si bien esta cuenta suma cerca de doce mil seguidores la interacción es muy baja. Sin embargo los conductores interactúan con los oyentes mediante sus cuentas personales de *twitter*.

4.6 Nacional *Podcast*

Radio Nacional del Perú tiene este servicio de *podcast* presentado de la siguiente forma:

Las historias no tradicionales necesitan medios no tradicionales para ser contadas. Por eso, hemos creado Nacional *Podcast*. Un espacio alternativo y libre, en el que todos los temas con aire a Perú son bienvenidos. Aquí, lo poco convencional es la norma. Libera los ojos y disfruta de nuestro contenido

exclusivo en audio, donde y cuando prefieras. Nacional *Podcast* es más que una radio digital, es el lugar donde suenan nuestras historias.

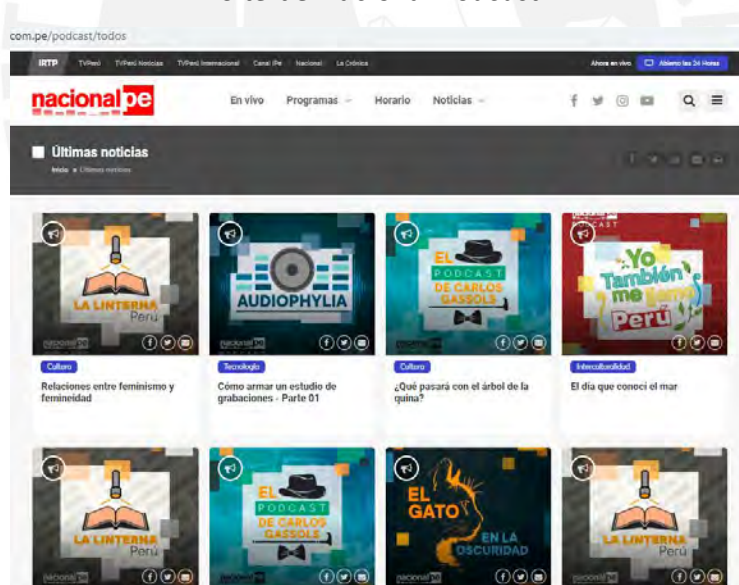
¿Listo? Escoge una categoría y ¡dale play!. Si quieres conocer más de nosotros búscanos en www.radionacional.com.pe.

(Radio Nacional web)

Los contenidos sonoros que ofrece esta cuenta datan de abril y mayo de 2019, lapso en el que se pusieron a disposición 7 audios que lograron entre 31 y 126 reproducciones, y solo a disposición en *SoundCloud*. Sin embargo en febrero de 2020, Nacional *Podcast* fue relanzada ofreciendo de forma semanal seis nuevos *podcasts*, que no fueron considerados en la primera parte de la muestra, que fue registrada en junio y julio de 2019.

Figura 4.20

Site de Nacional *Podcast*



Fuente: <https://www.radionacional.com.pe/podcast/todos>

Los *podcast* ofrecidos en 2019 eran presentados como historias “no tradicionales”, sin embargo la narración sonora no es diferente a los contenidos habituales que suele difundir la radio peruana, cabe señalar que su estilo, está más cerca de a la de un gran reportaje radial.

Figura 4.21

Cuenta en Soundcloud de Nacional *Podcast*



Fuente: <https://soundcloud.com/radionacionalperu>

4.7 Radio Moda: El Show de Carloncho

Este es un programa radial de Radio Moda, que sale al aire de lunes a viernes de 7 a 12m. Sin embargo la versión ofrecida como *podcast*, no es otra cosa que la edición del contenido hablado de menos de dos horas, es decir se elimina el contenido musical, dejando solamente la performance de los locutores que son cuatro: Carlos Banderas “Carloncho”, Mariana Espinoza “Marianita”, Renzo Winder y Lucecita, esta cuarta conductora con mínima participación.

Figura 4.22

El Show de Carloncho en la web de Radio Moda



Fuente: <https://moda.com.pe/programas/el-show-de-carloncho>

Figura 4.23

El show de Carloncho en *podcast* disponible en omny.fm



Fuente: <https://omny.fm/shows/el-show-de-carloncho/playlists/podcast>

En esta edición de El Show de Carloncho, el conductor principal y uno de los locutores más reconocidos de la radio musical peruana, no llegó a la hora del inicio del programa, el motivo fue el exceso de tránsito a inmediaciones de la emisora ubicada en el distrito de Chorrillos. Cuando Carloncho llegó a la cabina se dedicó a criticar los

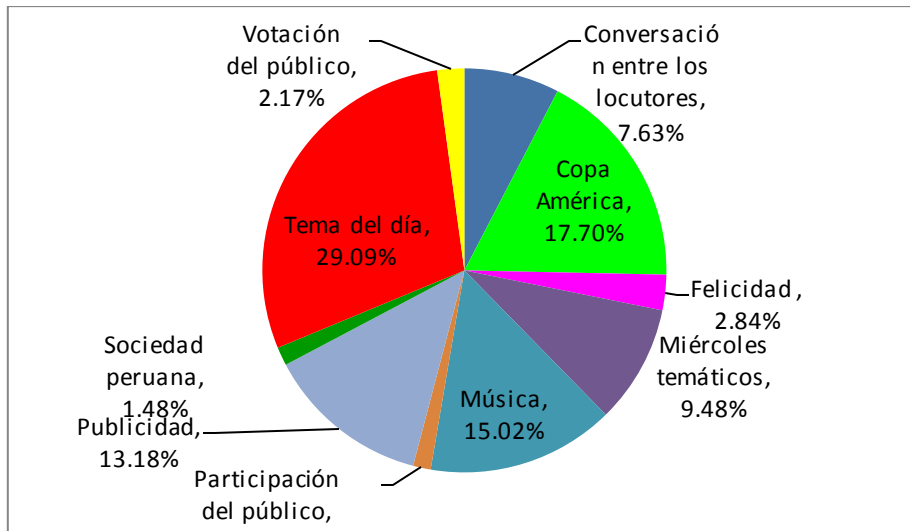
trabajos de mantenimiento de las calles que realiza el municipio distrital y la falta de respeto de las reglas de tránsito de los conductores limeños a quienes tildó de “lacrosos”, es más afirmó que la peruana es una “sociedad de lacrosos”, con el fin de señalar que la nuestra es una sociedad signada por la falta de respeto a diferentes reglas, de personas egoístas y malvadas, que no tienen ninguna consideración por el otro.

Carloncho bromea con la co-conductora Marianita y con Lucecita, la relación que establece con ambas es vertical y cargada de mucha ironía, por ejemplo afirma que “todos los jeropas del Perú dan *like* a la foto de Lucecita” y en una ocasión cuando habla con Marianita señala “tú sabes que tu opinión me la paso por donde tú sabes, más puede el poder de tu batán”, la postura misógina expresada por el conductor es extrema, pero al parecer Carloncho no tiene límites en la emisora y tampoco en la audiencia.

Los conductores bromean, hablan en doble sentido, numerosas veces lo interrumpe una cuña que dice “Oye, qué monse” haciendo alusión lo que dijo un locutor es considerado como tonto, absurdo o irrelevante. Este estilo popular, lleno de bromas y burlas, tiene la secuencia #mequedaclaroque como un segmento que se presenta en varios momentos a lo largo del programa y que sirve para comentar, opinar y criticar algunos aspectos de la vida cotidiana limeña, así se abordan los resultados de la selección peruana de fútbol en la Copa América, los problemas de tránsito por los mototaxis, los futbolistas peruanos, lanzamientos musicales y estrenos de películas, pero siempre en clave de burla y mofa, con abundante uso de jergas incluso palabras vulgares, como cuando Carloncho dice “Niña potona” refiriéndose a Lucecita, entre otras frases. La presencia de un discurso machista en la radio peruana tiene una larga historia, materia que no es menester desarrollar en esta investigación, pero que se refleja en este *podcast* de una emisora de radio.

Gráfico 4.26

Temáticas del Show de Carloncho de Radio Moda del 19 de junio de 2019

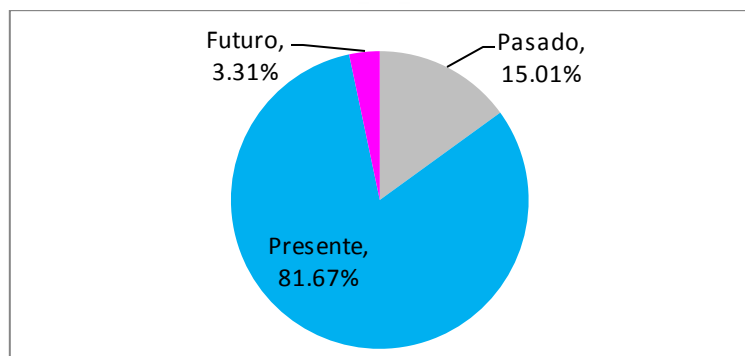


Elaboración propia

Cómo se observa en el gráfico supra la versión *podcast* del programa radial el Show de Carloncho tiene varios segmentos y aborda varios temas es decir el discurso hablado, lo que está ausente es la emisión musical, solo se escuchan en el *podcast* las canciones que los mismos conductores cantan y varias menciones comerciales de los auspiciadores y anunciantes dentro del programa.

Gráfico 4.27

Historicidad del contenido del Show de Carloncho de Radio Moda del 19 de junio de 2019

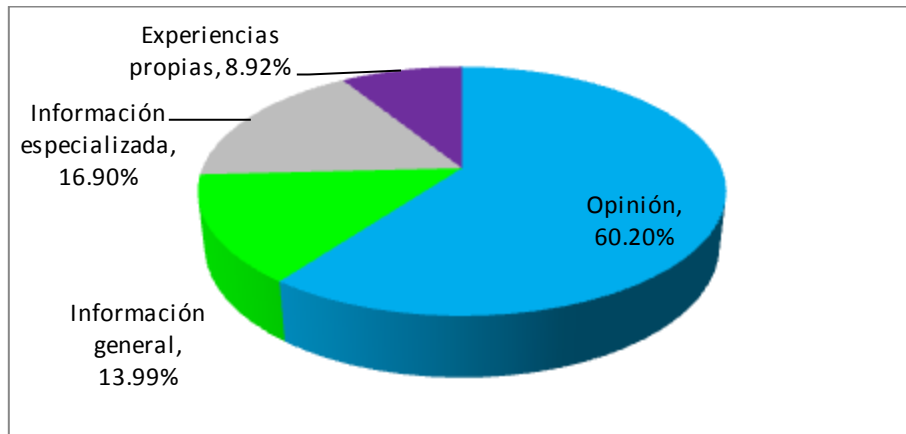


Elaboración propia

La narrativa tiene una historicidad presentista, esto resulta obvio porque el *podcast* es una edición de un programa radial de emisión en vivo.

Gráfico 4.28

Estrategias de difusión de información de El Show de Carloncho del 19 de junio de 2019

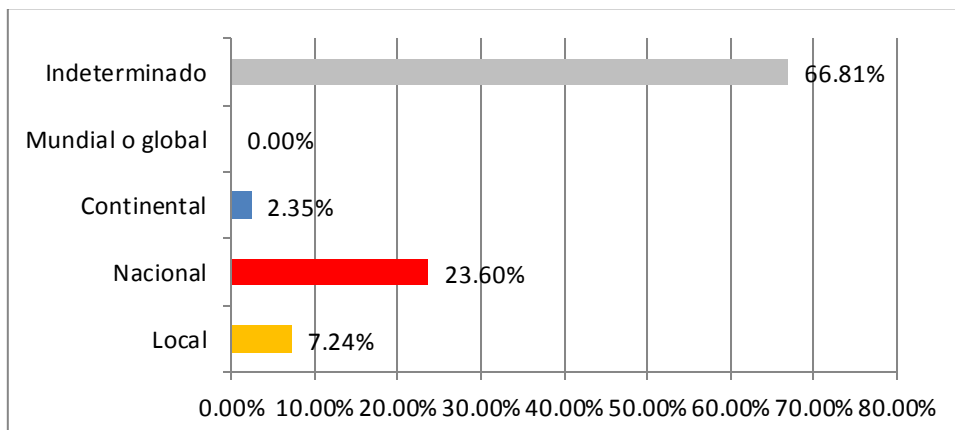


Elaboración propia

La opinión de los locutores está presente de forma muy clara, en el 60% del tiempo del *podcast*, sus experiencias/testimonios son menos del 9% la información general es el 14% y la información especializada, del espectáculo en su gran mayoría, alcanza cerca del 17%.

Gráfico 4.29

Los ámbitos de los contenidos de El Show de Carloncho del 19 de junio de 2019



Elaboración propia

Este al ser un programa de entretenimiento se toma la libertad de no contar con fuentes de información y privilegia el comentario de sus conductores, que en varios casos resultan muy subjetivos. Los contenidos al estar referidos a los oyentes y temas de la vida cotidiana son, en su mayoría, de ámbito indeterminado, lo nacional aparece en segundo lugar y en poco más de la quinta parte del tiempo del episodio y lo local en menos del 10%.

Este *podcast*, fruto de la edición del programa radial del mismo nombre, no presenta ninguna práctica *transmedia*, utilizan las redes sociales para comunicarse en vivo con su audiencia, pero no para expandir contenidos. Las actividades extra, no son de El Show de Carloncho, sino del locutor/animador Carloncho.

4.8 El Langoy

El Langoy es un contenido sonoro que se presenta como “tu *podcast* favorito sobre cultura popular transmitiendo desde 2014 siempre con la mejor información de cine, televisión, cómics y muchísimo más”, en el episodio del 15 de junio de 2019 el tema principal es el Mundo *Pokémon*.

Figura 4.24

El Langoy en Ivoox



Fuente: https://pe.ivoox.com/es/podcast-langoy-podcast_sq_f1115612_1.html

El episodio analizado tiene como conductores a Javier Martínez, Sergio Sáez, Talía Arias, Anderson Silva, no estuvo Carlos Wertheman fundador y director de este *podcast* que se autotitula como “... el *podcast* de cultura popular más escuchado en el Perú” (0:38”).²⁵

Este *podcast* organiza su contenido en cuatro segmentos, en el primero repasa de forma breve los contenidos a desarrollar y agradece a los auspiciadores como Tecno Store servicios informáticos²⁶, Monkey Planet²⁷ negocio especializado en gamers, FunAticoStore²⁸ que ofrece todo tipo de Funkos, además agradecen a los aportantes vía el portal Patreon²⁹, a los que llaman “nuestros patreons”.

En el segundo segmento hacen un recuento de las noticias del mundo, de lo que llaman cultura popular, se presenta un largo comentario sobre CD projekt RED y su videojuego Cyberpunk 2077 donde aparece Keanu Reeves, las nuevas producciones de Warner y la siguiente versión en el cine de Batman. Además hacen una introducción al tema central del episodio comentando, por ejemplo, *Pokémon sword and shield*, la octava temporada del juego elaborado por *The Pokémon Company*³⁰ formada por tres empresas: Nintendo, *Game Freak* y *Creatures*.

El tercer segmento está pre-grabado y es presentado por el Pelao Gamer³¹, sobre el E3³² que es el Electronic Entertainment Expo 3. El reporte del E3 dura poco más de 25 min, es decir el 13.8% del tiempo total, bastante bien informado y con interesantes comentarios, siempre con la opinión del Pelao Gamer que es *host* en *Wilson Podcast*.

El cuarto segmento, el principal, presenta abundante información y comentarios sobre el Mundo *Pokémon*, los conductores comentan sus experiencias, las de otros, exponen

²⁵ Este *podcast* define *Cultura pop* como las expresiones artísticas del cine, la televisión, el mundo de la comunicación audiovisual en general; además de cómics, incluso la política de actualidad y temas vinculados. Sus *hosts* se autodefinen como *frikis*.

²⁶ <https://tecnostore.pe/>

²⁷ <https://themonkeyplanet.com/>

²⁸ <https://www.facebook.com/FunaticoStore/>

²⁹ <https://www.patreon.com/>

³⁰ <https://www.pokemon.com/el/>

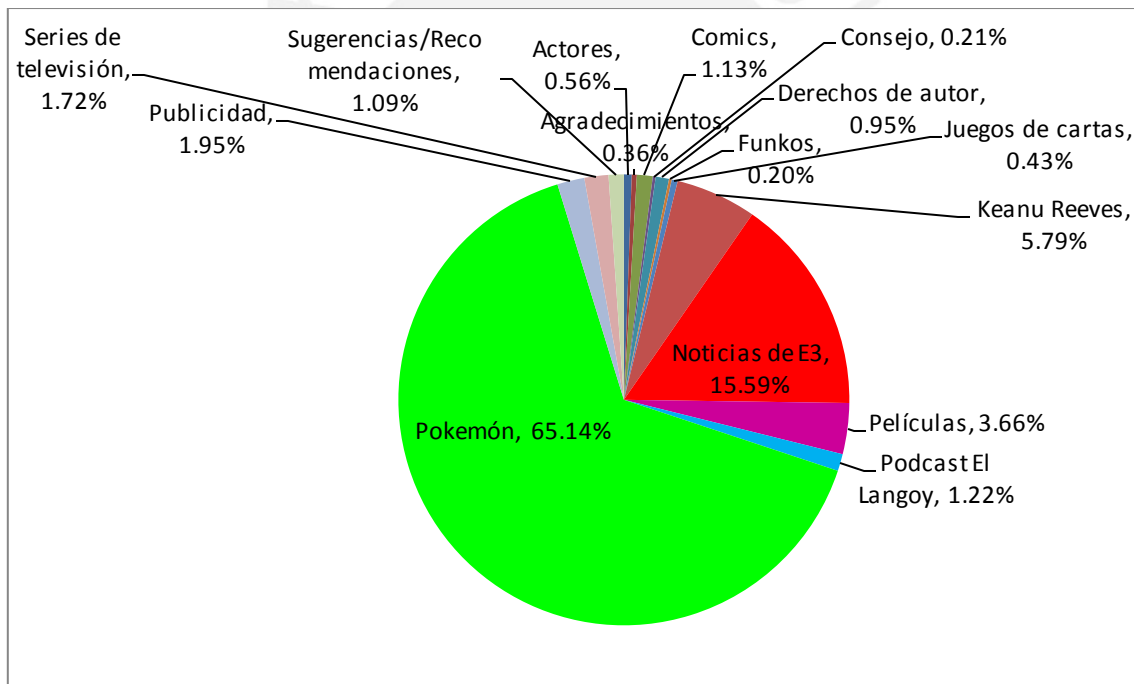
³¹ <https://www.facebook.com/elpelaogamer/>

³² <https://www.e3expo.com/>

su conocimiento acerca del juego, las producciones audiovisuales, los cómics, etc., todo sobre *Pokémon*. Sus comentarios no son ni ordenados ni complacientes, cuando comentan sobre la evolución y diversas versiones del juego se pueden escuchar frases como “son tantas versiones, que son una sacadera de plata”, y completan la crítica acerca de los numerosos productos del juego cuando señalan que determinado gadget “lo pueden comprar en Ishop, pero yo soy pobre”, esta frase nos señala la posición económica desde la que se muestran los conductores del *podcast*, son jóvenes a los que les cuesta mucho la adquisición de los productos del Mundo *Pokémon*.

Gráfico 4.30

Las temáticas Episodio 183 El Langoy *podcast*: Mundo *Pokémon* del 16 de junio de 2019

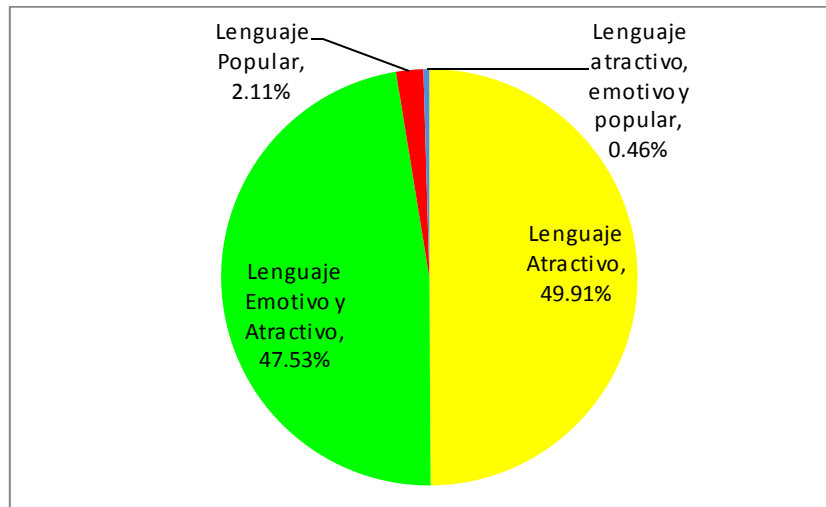


Elaboración propia

Las locuciones son de gran naturalidad, en realidad parece un grupo de amigos conversando frente a micrófonos sobre un tema que les apasiona, usan lenguaje muy coloquial, cuando comentan sus propias experiencias en las diferentes generaciones del juego utilizan exclamaciones como “esa huevada!” o “... a la mierda!”. Tal como se observa en detalle en el gráfico 4.31 presentado a continuación. En el caso de este *podcast* el lenguaje popular también incluye palabras consideradas vulgares.

Gráfico 4.31

Estrategias expresivas utilizadas por El Langoy *podcast*: Mundo *Pokémon* del 16 de junio de 2019



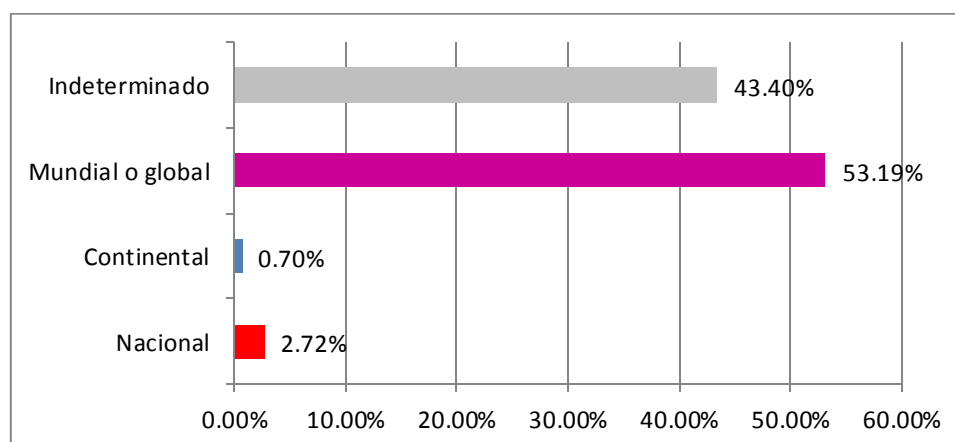
Elaboración propia

A pesar de ser un *podcast* especializado en lo que llaman “cultura popular” y de conocer mucho acerca de los temas que presentan y comentan en extenso, cerca de la mitad de sus contenidos son fruto de información general, no producida por ellos, sino recopilada por ellos.

La información especializada que ha sido lograda por una búsqueda adecuada, comprometida y de conocedores de los temas, es el 40%, mientras que la experiencia personal, el testimonio sobre el uso de los materiales de interacción con la cultura popular es poco menos que la décima parte y solo el 1.2% del tiempo del *podcast* es invertido en brindar opinión sustentada sobre la información que se presenta.

Gráfico 4.32

Los ámbitos de los contenidos de El Langoy *podcast*: Mundo *Pokémon* del 16 de junio de 2019



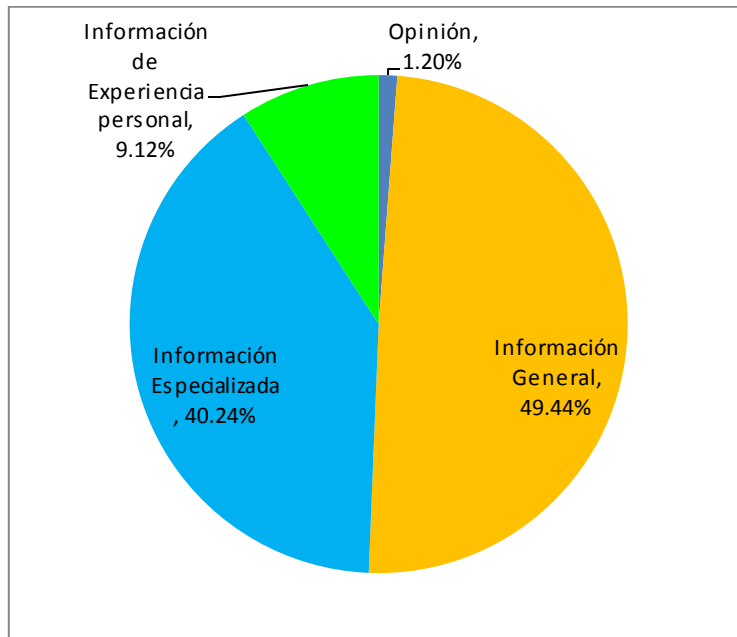
Elaboración propia

Los contenidos que presenta este *podcast* son de ámbito internacional o global en poco más de la mitad, o de ámbito indeterminado en poco más de dos quintas partes del tiempo del episodio analizado, mientras que la información nacional aparece muy poco y la de ámbito continental menos aún. Con respecto a la historicidad de los contenidos se observa que el 56% de ellos es del pasado, ya que comentan hechos sucedidos.

El episodio analizado tiene una duración de 3 horas 2 minutos y 30 segundos, en general los episodios de El Langoy tienen una duración superior a las 2 horas. Entendemos que esto se debe a dos factores, de un lado dar gran cantidad de información sobre el tema central del episodio que presentan los *hosts* y, además para acompañar un buen tiempo a los oyentes, que en su mayoría parecen ser personas que usan transporte público para sus diversas actividades cotidianas, tal como lo señala uno de los conductores, entonces tienen en el contenido sonoro de este *podcast* una buena e informada compañía. De la audición se intuye que su público objetivo son jóvenes entre 20 y 35 años, trabajadores dependientes o estudiantes, con medio alto conocimiento de informática, intenso uso de redes sociales y contenidos audiovisuales, poco masivos.

Gráfico 4.33

Estrategias de difusión de información utilizadas por El Langoy *podcast*: Mundo *Pokémon* del 16 de junio de 2019



Elaboración propia

Con respecto a sus prácticas *transmedia*, este *podcast* utiliza sus redes para ampliar el contenido. En cuanto a la interacción, tienen mayor respuesta en *Twitter* realizando retuits a mensajes de sus oyentes; en *Facebook* e *Instagram*, consiguen reacciones en sus *posts* y algunos comentarios y en *YouTube*, la interacción es mínima o nula.

4.9 Hablemos con spoilers

Este es el *podcast* peruano con mayor distribución, se accede a él en 15 plataformas. El episodio analizado corresponde al #150 y es conducido por Lúen Mendoza, Saussure Figueroa, César Vilchez, José Miguel Gredi, Carlos Huamán, no todos reunidos físicamente en un lugar para la grabación, sino que pueden estar conectados por *Skype*, lo que produce que la calidad de sonido no sea la mejor. El episodio también sale en directo por *Youtube*, pero usando solo la opción de audio.

Figura 4.25

Podcast Hablemos con Spoiler en Facebook



Fuente: <https://www.facebook.com/hablemosconspoilers>

Spoiler es el término anglosajón que se le asigna como calificativo a una persona que describe la trama de un contenido audiovisual, anticipando el final, sin embargo en español se suele usar el término “destripe”, consideramos que este *podcast* destripa pero en el sentido de estropear, descomponer, desarmar, diseccionar no solo los contenidos audiovisuales, sino buena parte de los temas de cultura popular que abordan en sus episodios. Este *podcast* se define así:

Hablemos con Spoilers es un *podcast* y una comunidad de *facebook* que nacen por la necesidad de comunicar los últimos acontecimientos relacionados a la cultura pop (series, películas, cómics, etc.) sin ningún tipo de restricción, es decir, con *spoilers*. Con el pasar del tiempo, Hablemos con Spoilers se convirtió en un *podcast* show en el que se analiza y debate sobre lo último de la cultura pop, matizado con acontecimientos nacionales y mundiales.

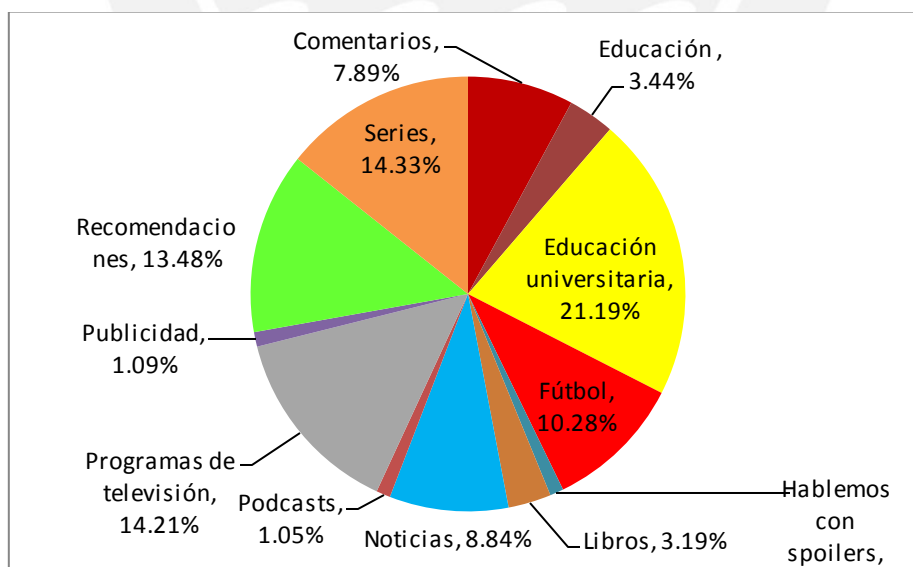
El contenido sonoro de este *podcast* está organizado en partes o bloques que tienen que ver con los diversos contenidos que presentan y desarrollan mediante extensas conversaciones entre los conductores, las que pueden durar hasta 30 minutos sobre el mismo tema. Los *hosts* usan un lenguaje informal, popular, chacotero y usan en muchos momentos palabras y frases vulgares.

Hablemos con spoilers tiene un bloque de saludos a los *podcasts* amigos como El Langoy, Wilson *Podcast*, Me paso los sábado hablando sobre videojuegos, La mesa de grido, Nación Combi, Vago sin sueño, Dos viejos quiosqueros, Hablemos de animes, BGM *podcast*; también agradecen a sus auspiciadores. El desarrollo de contenidos comienza con un bloque de noticias, comentarios de series y películas, de actualidad nacional en este episodio comentan acerca de la Copa América de fútbol, y sobre el licenciamiento de universidades, además de opinar sobre algunos programas de televisión.

Este *podcast* se define también como una comunidad, lo que se evidencia cuando emiten el audio en vivo por *Youtube* y reciben comentarios de oyentes, *feedback* que les sirve para desarrollar los temas que abordan y para establecer un vínculo con sus oyentes en vivo, algo que pocos *podcasts* tienen. Por el tiempo que invierte en abordar la temática, este *podcast*, enfoca con especial atención el tema educativo y en particular el proceso de licenciamiento de universidades en nuestro país.

Gráfico 4.34

Las temáticas del episodio 150 de Hablemos con Spoilers del 19 de junio de 2019



Elaboración propia

Una característica general de este *podcast* es el uso de la chacota para mofarse, criticar y burlarse de todos los temas que abordan en cada episodio. El uso de lenguaje

agresivo, rudo y malsonante es muy frecuente en las 2 horas y 38 minutos, de duración, del episodio analizado.

Por ejemplo, al referirse a una película coreana uno de los conductores dice “ ... puta ahí webón, tu mirabas esa película y te daba cáncer... a la mierda!”, con el objetivo de burlarse acerca de la calidad del producto audiovisual al que se refieren.

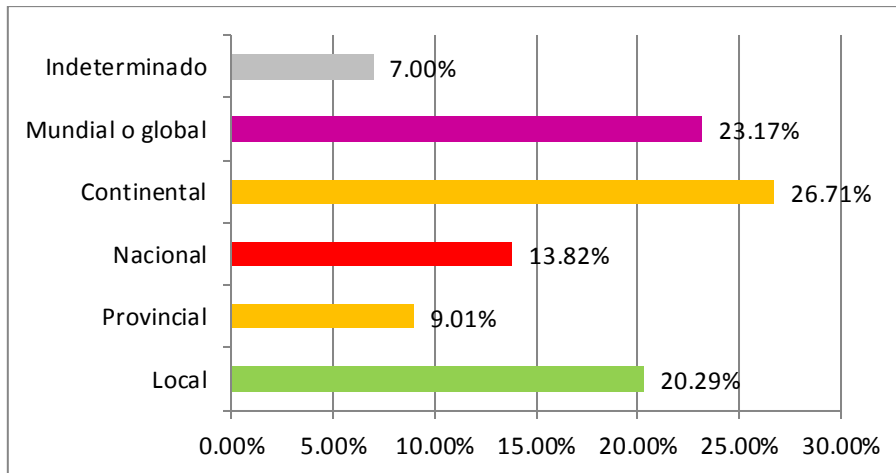
No son pocos los comentarios que denotan homofobia al burlarse de los conductores del *podcast* peruano Moloko afirmando “... entre los dos se lactan ... dos chupadas no te hacen gay”, incluso al referirse a uno de los conductores de Hablemos con spoilers, afirman que “No saben que Lúen también le quiere soplar la flauta ...”. Esa postura homofóbica es una de las características muy presente en la población peruana, ergo es una posición congruente con la forma de pensar de muchas personas en nuestro país y el habitual humor homofóbico de los medios masivos peruanos.

Cuando realizan los comentarios sobre fútbol y la Copa América dicen que “Toño Vargas es el Mateo Garrido Lecca de lo locución peruana!”, Vargas es un narrador de televisión de partidos de fútbol y Garrido Lecca un joven humorista, que este *podcast* critica de forma ácida y frecuente, como se dice de forma popular en nuestro país “lo han cogido de punto” burlándose de su calidad artística, entonces la comparación resulta peyorativa.

El 67.8% del contenido sonoro tiene una historicidad del presente, el 24.9% es del pasado y solo el 7.3% del futuro, lo que nos dice de forma clara que el contenido de este *podcast* es de mucha actualidad, con referencias al pasado y poca vinculación al futuro. De otro lado el 75.3% de los contenidos combinan estrategias de difusión con contenidos generales y opinión, este *podcast* no puede dejar de opinar, criticar y burlarse de los temas que aborda, es quizá su principal característica distintiva, el restante 24.7% utiliza proceso de difusión con información especializada, sin opinión.

Gráfico 4.35

Los ámbitos del EP# 150 de Hablemos con Spoilers del 19 de junio de 2019



Elaboración propia

Tal como este *podcast* presenta diversidad de temáticas de varias historicidades también observamos que utilizan contenidos que corresponden a diversos ámbitos, sobresale lo continental y mundial, juntos estos ámbitos son la mitad de los contenidos, le siguen lo local, provincial y nacional, con poco más de dos quintas partes, el 43.12%. Los contenidos de ámbito indeterminado solo llegan al 7%.

Hablemos con spoilers presenta mucha información recopilada de diversos medios, sin citar la fuente, información de acceso general y de uso común, pero comentadas con burla. Luego de dos horas, el episodio llega a perder ritmo, al parecer los conductores se van cansando. Cuando faltan 28 minutos para terminar uno de los *hosts* anuncia que están terminando, pero el episodio continúa por casi media hora más.

Es notorio que este *podcast* tiene una estructura y pauta de contenidos, pero no hay una dirección clara, menos libreto, la estructura resulta flexible por el manejo de los tiempos, sin embargo podemos afirmar que otra de sus características importante es que la conversación entre los conductores es absolutamente espontánea, muy ágil en el 80% del tiempo.

Es importante señalar que Hablemos con spoilers mantiene una buena comunicación mediante redes sociales con sus oyentes, los toma en cuenta para que sus opiniones, comentarios y solicitudes de información se incorporen en el discurso sonoro, sin duda que esta actitud que asume el *podcast* en su relación con sus oyentes fortalece el vínculo con ellos y la comunidad. Así por ejemplo, cuando se anuncia durante la semana los temas a desarrollar en el próximo episodio, son los oyentes, seguidores y miembros de la comunidad en Facebook los que comentan acerca de estos, aportan información y puntos de vista, incluso diseñan *flyers* promocionales o producen videos acerca de los temas que presentará el *podcast*.

En cuanto a la práctica *transmedia*, podemos afirmar que este *podcast* cuenta con una propuesta para expandir contenidos con el objetivo de promover la comunidad. Hacen videos, memes, postean información, siempre en el estilo mordaz que los caracteriza y que el *podcast* expresa con claridad.

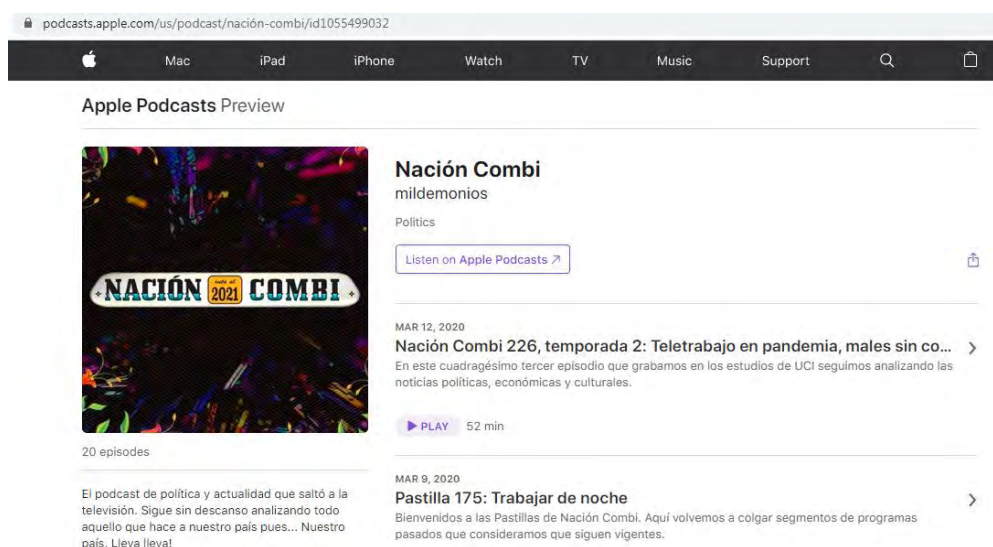
Este *podcast* cuenta con 13 plataformas de distribución de su contenido sonoro, uno de los que se distribuye en mayor cantidad. Su práctica *transmedia* está concentrada en sus cuentas en *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*, en estas redes interactúan con sus seguidores de diferentes formas, ya que los contenidos expandidos desarrollan lo que se presenta en el *podcast* pero en formatos diferentes, como videos, textos, memes, *flyers*, entre otros. Estos contenidos expandidos generan interacción, diferente a la que logran cuando hacen el *podcast* en vivo y se transmite en *YouTube Live* y dónde ciertos seguidores oyentes, expresan sus reacciones.

4.10 Nación Combi

Conducido por Hans Rothgiesser, Erick Iriarte y Carlos Zúñiga, un economista y periodista, un abogado y un publicista, se unen para hacer un *podcast* informativo sobre temas de actualidad.

Figura 4.26

Nación Combi en *Apple Podcast*



Fuente: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/nación-combi/id1055499032>

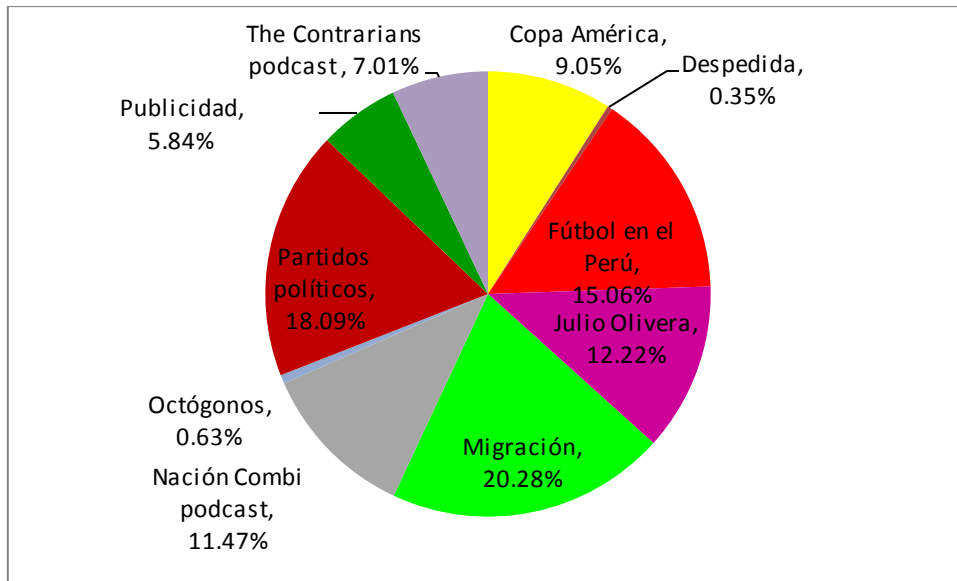
Los conductores señalan que “hemos decidido que este programa tenga un hashtag (#)” y anuncian de lo que van hablar: “qué hacer en el Perú si no te importa la Copa América, el sueño de migrar a un país y que te reciban con xenofobia, las elecciones internas de los partidos, además del invitado”. En este bloque de presentación de contenidos aparece una cuña, que anuncia que Nación Combi en su segunda temporada es también un programa de televisión en el canal de TV UCI noticias³³.

A pesar de expresar su posición crítica con respecto al fútbol, comentan el más reciente encuentro de la selección de fútbol y la remontada de Perú, hablan de fútbol como expresión social y de la pasión que genera en algunos países y personas, separan los bloques con una breve cortina musical, que además es utilizada para hacer menciones publicitarias.

33 UCI noticias, Un Canal Inteligente, se define como un medio de comunicación independiente que promueve la libertad, la pluralidad y el diálogo. Además señala que alienta las ideas positivas y contribuye generando contenidos de alta calidad en diversas plataformas. Ver en <https://uci.pe/>

Gráfico 4.36

Las temáticas de Nación Combi Podcast del 20 de junio de 2019



Elaboración propia

El segundo tema del episodio analizado aborda la presencia del presidente Vizcarra en el acto de expulsión de ciudadanos venezolanos, algo que es entendido –por uno de los conductores- como una actitud xenófoba, presentan un buen análisis de la situación de los migrantes venezolanos en nuestro país, además de anotar algunos problemas de discriminación de la sociedad peruana.

El tercer tema es sobre las elecciones internas de los partidos, lo importante y viable de las elecciones internas en los frágiles y débiles partidos políticos peruanos, se comenta sobre el rol de los militantes, dirigentes, la ciudadanía y la ONPE.

La cuarta parte es la entrevista al *podcaster* y profesional de la industria del cine Julio Olivera, de The Contrarians, un *podcast* sobre cine y producido desde USA, la conversación es amena pero desordenada, y despiden la entrevista de forma abrupta. Al final del episodio los conductores se despiden y comentan algunas de sus actividades profesionales de la siguiente semana.

En general podemos señalar que este es un *podcast* bastante estructurado y con una producción que le asegura un nivel de calidad para ser emitido en un canal de

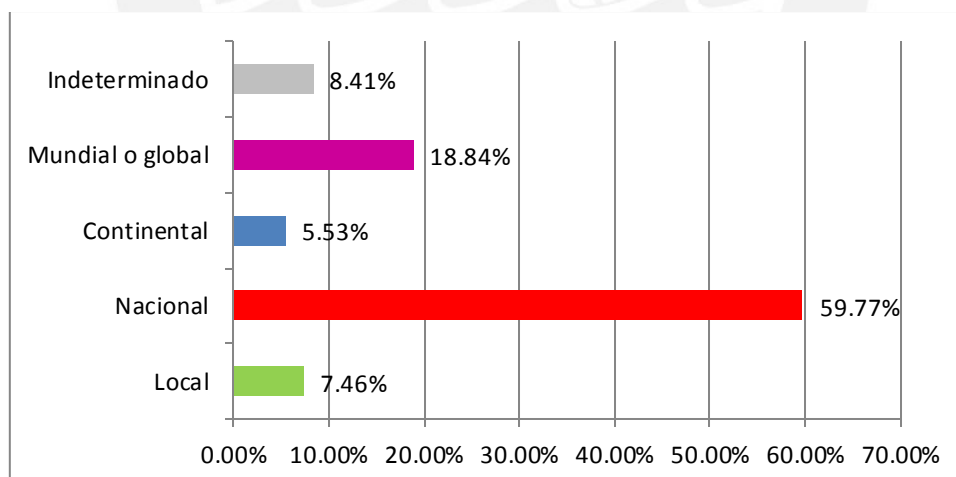
televisión. En cuanto al contenido, los comentarios que se ofrecen se muestran bastante bien informados, debido a la conformación profesional de su equipo de conducción y a la preparación en cada uno de los temas que cada conductor denota.

La historicidad del Nación Combi es 75% presentista, y con ciertas vinculaciones con el pasado 20%, la visión de futuro es muy poco utilizada. Es decir comentan lo sucedido. Las estrategias expresivas se dividen en el uso de un Lenguaje Ameno 35% y el lenguaje Ameno y Emotivo 65%, no hay uso de lenguaje popular, lo cual señala que es un *podcast* con contenido sonoro de estilo formal.

Con respecto a las estrategias de difusión de información podemos afirmar que el uso de información general, por los temas de actualidad, es el 55% del tiempo del contenido sonoro, la información especializada el 14% y el 30% es de información basada en la experiencia personal.

Gráfico 4.37

Los ámbitos de las temáticas de Nación Combi *Podcast* del 20 de junio de 2019



Elaboración propia

Los contenidos de Nación Combi son de ámbito nacional y local, que abarcan poco más de las dos terceras partes, es decir la gran mayoría del tiempo este *podcast* aborda temáticas del Perú, lo extranjero, sea Global o Continental llega a la cuarta parte del

tiempo, dejando muy poco tiempo para los contenidos de ámbito indeterminado, es decir los contenidos se refieren en gran medida a un ámbito claramente identificable.

En cuanto a la práctica *transmedia* que puede mostrar este *podcast*, podemos afirmar que no existe, también podemos inferir que el *podcast* es un acceso extendido de Nación Combi en UCI Noticias, el canal de televisión *online*. Esto se observa de forma clara cuando en las redes sociales se promociona el programa de televisión y no el *podcast*, en todo caso este producto mediático que comenzó siendo un *podcast*, se convirtió en un programa de tv.

4.11 Convoca Podcast

Disponible desde su página web <https://convoca.pe/convoca-radio>, Convoca Podcast es la oferta en contenido sonoro de Convoca “una apuesta de periodismo de investigación, innovador y en red” (<http://convoca.pe/quienes-somos>, consultado 13 ene de 2020), el único *podcast* de la muestra con estas características. En junio de 2019 el *podcast* disponible fue #ElRastro: El 'Rey de la Pesca Negra' y 'Los Cuellos Blancos del Puerto', este es un contenido sonoro a manera de gran reportaje de investigación que da cuenta de las malas prácticas de un empresario pesquero y sus vínculos con una presunta mafia de jueces miembros del poder judicial peruano.

Figura 4.27

Site de Convoca podcast

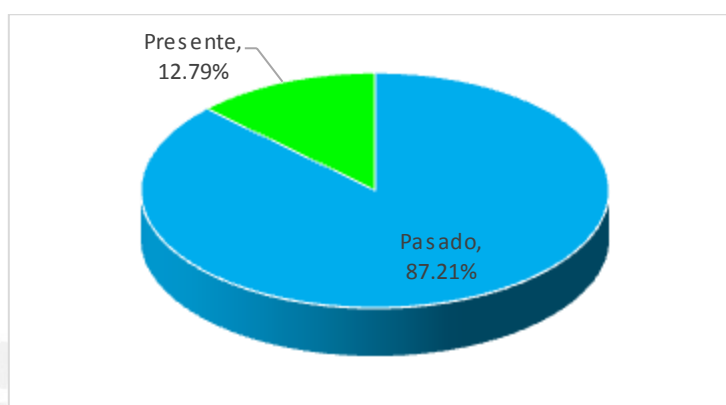


Fuente: <https://convoca.pe/convoca-radio>

El relato es de Milagros Salazar Herrera, la edición de audio de Sonia Tello, Alejandra Canchanya y Edwin Montesinos y la Edición de guion de Karla Velezmoro. Al ser un *podcast* fruto de una investigación periodística la gran mayoría de su contenido se refiere a hechos del pasado, presentando una visión retrospectiva, tal como lo muestra el gráfico infra.

Gráfico 4.38

La historicidad de las temáticas del *podcast* #ElRastro: El 'Rey de la Pesca Negra' y 'Los Cuellos Blancos del Puerto' de Convoca Podcast del 16 de junio de 2019

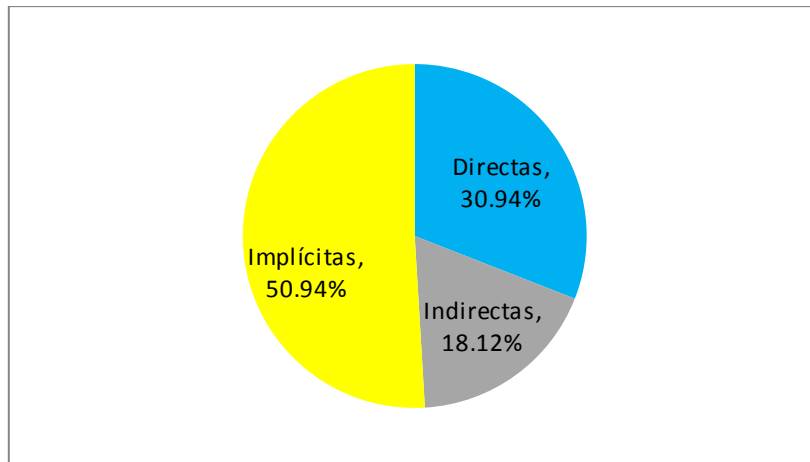


Elaboración propia

Resulta interesante observar el uso de las fuentes de información en un *podcast* de investigación periodística, aproximadamente la mitad son fuentes explícitas y el 30% Directas, es decir la información presentada por el mismo actor que la produce. La mitad de las fuentes son implícitas debido al relato de los hechos en el estilo propio de un reportaje de investigación.

Gráfico 4.39

Las fuentes de los contenidos de Convoca *Podcast* del 16 de junio de 2019



Elaboración propia

La principal estrategia expresiva es el uso de un lenguaje emotivo y atractivo, claro y directo y con una locución que genera interés en el tema y en cada uno de los hallazgos fruto de la investigación periodística. En cuanto a las estrategias de difusión de información, se privilegia la narración que desarrolla la información, también aparece la información especializada, en este caso de carácter judicial, y la información fruto de la experiencia del quehacer investigativo del equipo periodístico de Convoca, no existe una estrategia de difusión de la opinión de los periodistas, el relato se basa en hechos reales y hallazgos fruto del periodismo de investigación. El ámbito de la información que presentan es absolutamente nacional.

Con respecto a sus prácticas *transmedia* podemos afirmar que estas no existen en el mundo digital, ya que su contenido se expande solo en sus cuentas en *Facebook* y *Twitter*, ambas llamadas ConvocaRadio. Sin embargo con el fin de recaudar fondos para sus proyectos de investigación y promover la producción de *podcasts* hacen cursos de capacitación en producción de *podcasting* y ofrecen a la venta productos de *merchandising* como polos, tazas y libretas, estategia habitual en este tipo de producción de *podcast*, como una forma de alcanzar sostenibilidad.

4.12 Hablando huevadas

Es un show de humor presentado en vivo por Jorge Luna y Ricardo Mendoza, quienes se inspiraron en el programa radial *Nadie sabe nada*³⁴ de la cadena radial SER de España. Ambos comenzaron su actividad artística hace unos años en presentaciones de Stand Up Comedy.

Figura 4.28

Podcast Hablando huevadas en Youtube



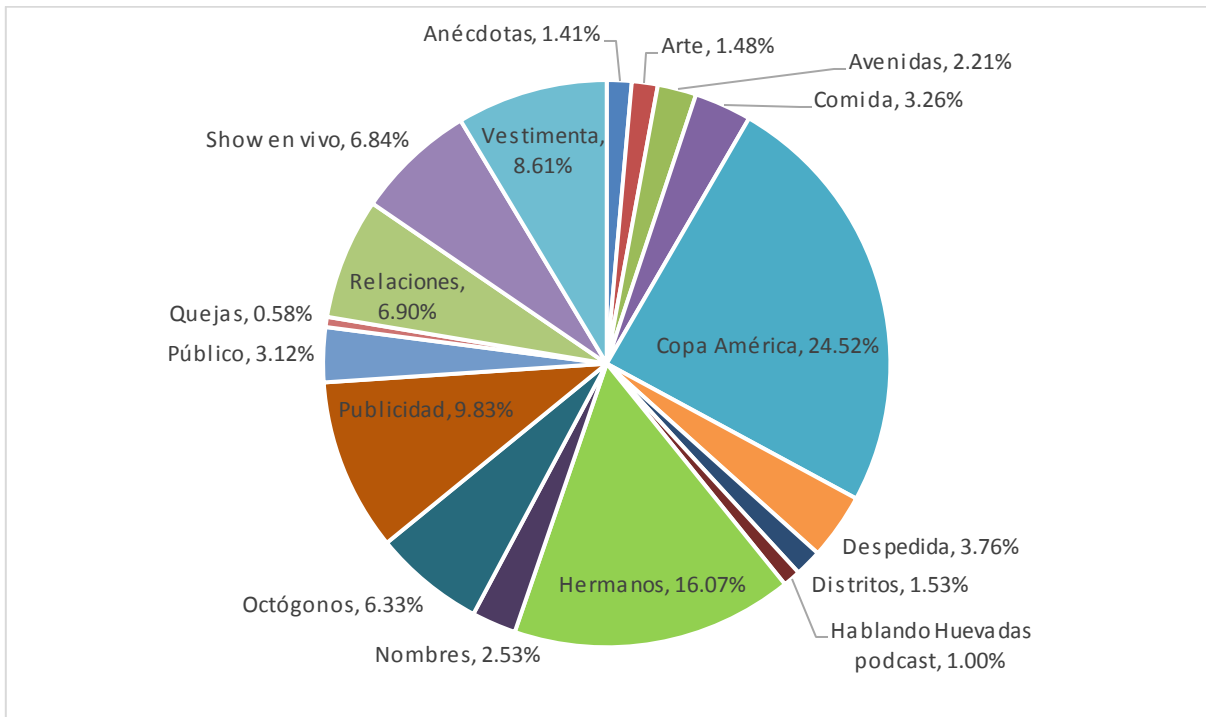
Fuente: <https://www.youtube.com/channel/UCba1vMvOHWIMddLARS382Zw>

El episodio analizado corresponde a la grabación de una presentación en vivo de este par de comediantes en el Bar Clandestino del distrito de Carabayllo. Usan la presentación en ese local como parte de la temática para generar humor espontáneo, siempre usando la técnica de la anécdota para la construcción de humor.

³⁴ Ver en https://play.cadenaser.com/programa/nadie_sabe_nada/

Gráfico 4.40

Las temáticas de Hablando huevadas episodio 1 del 18 de julio de 2019

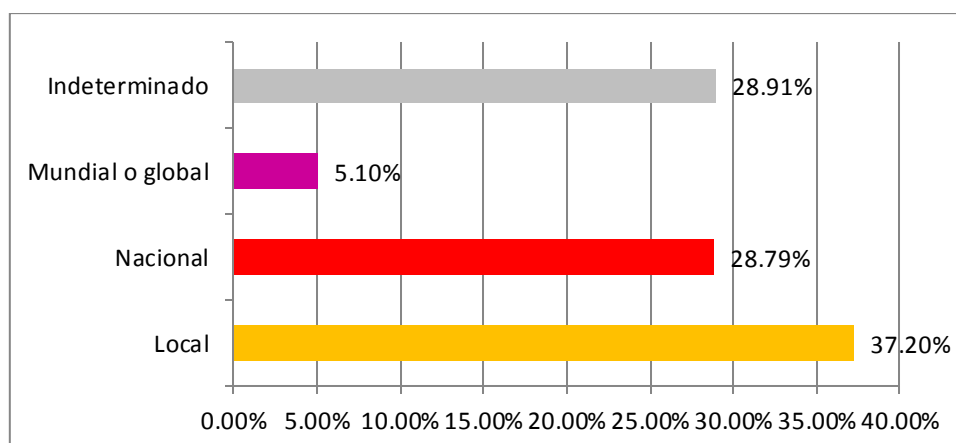


Elaboración propia

Abordan diversos temas, todos con mofa, sorna y burla que llega al humor a partir del tratamiento hilarante de cada uno de ellos. Apuestan por abundante interacción y participación del público y un notorio uso de palabras vulgares. Palabras como “cagada”, “mierda” y “conchesumadre” se escuchan por decenas. Se observa gran cantidad y diversidad de temas abordados, donde la temática del fútbol peruano sobresale. La historicidad de los contenidos es básicamente de actualidad y la locución sumamente popular, es decir usan una estrategia expresiva de lenguaje ameno, emotivo y popular.

Gráfico 4.41

Los ámbitos de las temáticas de Hablando huevadas episodio 1 del 18 de julio de 2019



Elaboración propia

Sus contenidos tienen básicamente tres ámbitos, en primer lugar lo local, le sigue de cerca lo nacional e indeterminado, al abordar temáticas personas o íntimas. Lo mundial o global aparece en pequeño porcentaje. Con respecto al uso de la *transmedia*, el *podcast* es un acceso expandido del producto central que es el show en vivo de los humoristas, que es ofrecido en su canal de *YouTube*³⁵, este acceso es a la vez una estrategia de promoción del contenido sonoro el humor.

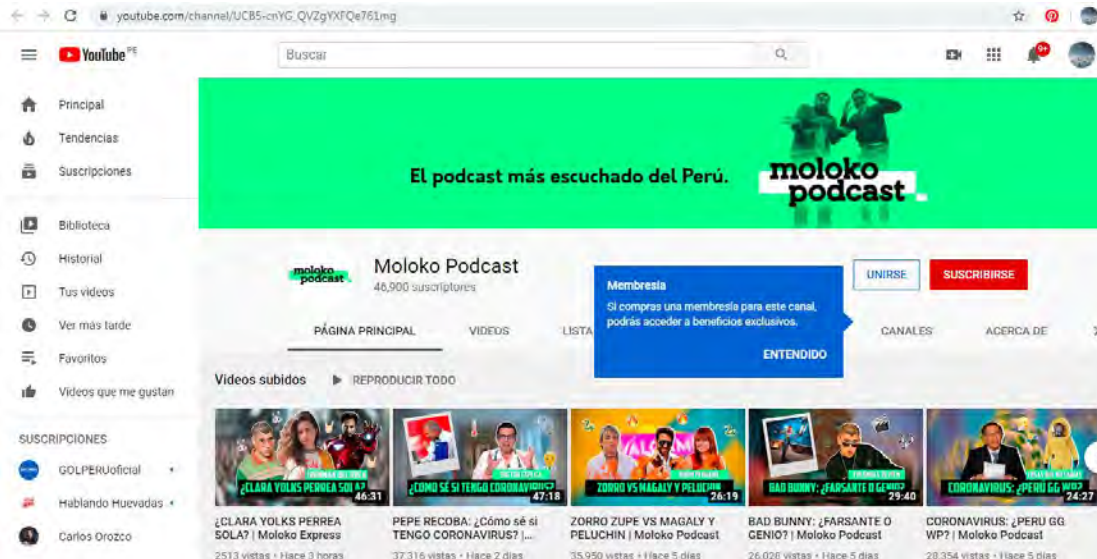
4.13 Moloko *Podcast*

Conducido por Carlos Orozco y El Barbas de Cinesmero (Hugo Lezama) se presentan como “Moloko *Podcast* el *podcast* más influyente del país”, agradecen a los oyentes por los regalos recibidos. Piden a los auspiciadores que “... inviertan en Moloko, porque Moloko es barato ... por ahora”, denotando de forma clara uno de sus objetivos.

³⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=NxcbBUDbZCE&t=1438s>

Figura 4.29

Moloko Podcast en Youtube



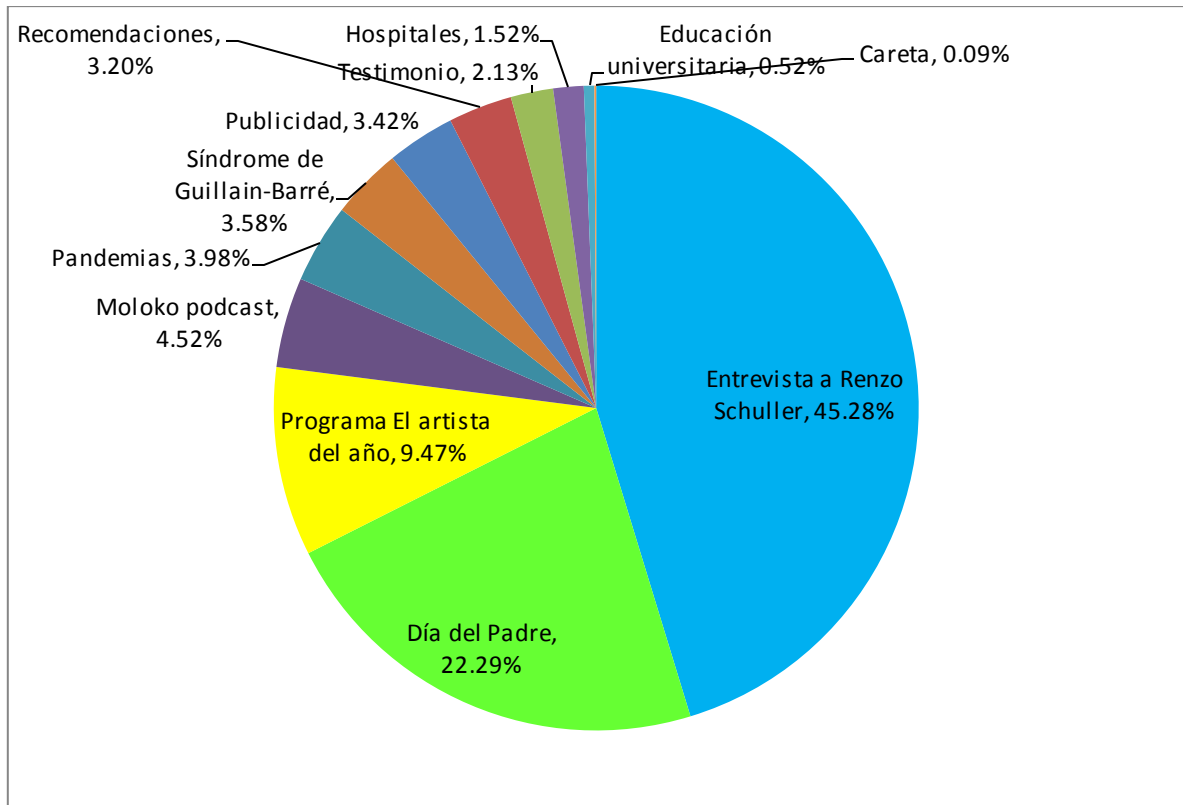
Fuente: https://www.youtube.com/channel/UCB5-cnYG_QVZgYXFQe761mg

El episodio analizado es el #022 correspondiente al 16 de junio de 2019, tiene como nombre *Luke, I am your father* (haciendo referencia directa a la película *Star Wars*), fue dedicado al Día del Padre, en el primer bloque ambos conductores cuentan sobre la relación que tienen o tuvieron con sus respectivos padres. Los testimonios son íntimos, sinceros, no son historias de felicidad, ni la narración es edulcorada, se presentan y sienten como testimonios reales.

El segundo bloque es para informar sobre la pandemia del Síndrome de Guillain-Barré, presentan información básica con buen humor pero sin burla. Comentan sobre la educación nacional y sobre artistas y cantantes peruanos. Repiten, varias veces, que Moloko Podcast es el *podcast* más escuchado del Perú y anuncian su presentación en vivo en un local miraflorentino llamado La Tarima.

Gráfico 4.42

Las temáticas de Moloko Podcast del 17 de junio de 2019



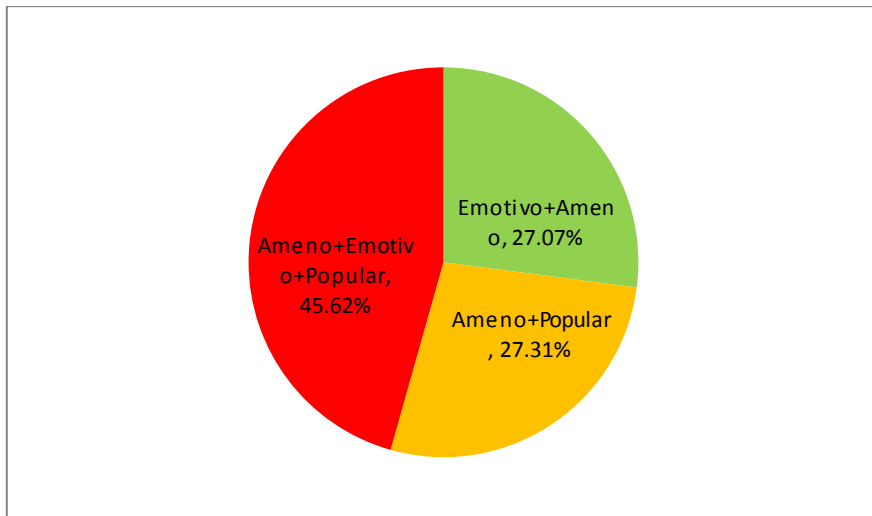
Elaboración propia

El principal contenido de este episodio es la entrevista a Renzo Schuller, con quien hacen un largo y bien informado recorrido sobre su vida artística. Este segmento, que es cerca de la mitad del tiempo del episodio, deja en claro que cuenta con una muy buena producción ya que utilizan audios de presentaciones importantes y producciones audiovisuales en la carrera del artista entrevistado, audios de referencia que contextualizan la narrativa y desarrollo de la entrevista, usando un recurso sonoro tan importante que ubica al oyente y al invitado, facilitando el logro de una muy buena entrevista.

En todas las secciones promueven la información, del pasado, y su relación con el tiempo actual, por eso más del 76% del tiempo del episodio tiene una perspectiva del pasado.

Gráfico 4.43

Las Estrategias Expresivas utilizadas por Moloko *Podcast* del 17 de junio de 2019

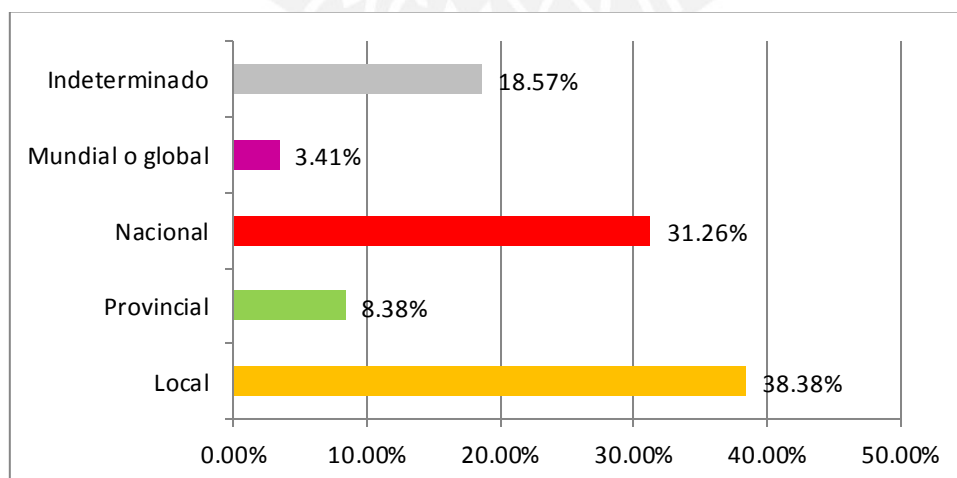


Elaboración propia

Como se observa en el gráfico supra, las estrategias expresivas están concentradas en el uso de un lenguaje ameno, el cual –por momentos- se combina con el emotivo y también el popular, lo curioso de esta combinación, que logran los conductores con bastante acierto, es que en todo el episodio de 1 hora y 49min, no dicen una sola palabra vulgar.

Gráfico 4.44

Los ámbitos de las temáticas de Moloko *Podcast* del 17 de junio de 2019



Elaboración propia

Moloko *Podcast* tiene una estructura definida, al presentar bloques con contenido acotado, propone un desarrollo narrativo claro y bastante ordenado, lo que facilita el consumo de los oyentes. El ámbito de sus contenidos es básicamente local, provincial y nacional que juntos llegan a cerca del 80% del tiempo del episodio, le sigue el ámbito indeterminado, y el ámbito mundial aparece muy poco.

Llama la atención que al terminar la entrevista con Schuller, termina el episodio, sin ninguna despedida más estructurada ni formal acorde con mismo estilo de la presentación y del *podcast* en general.

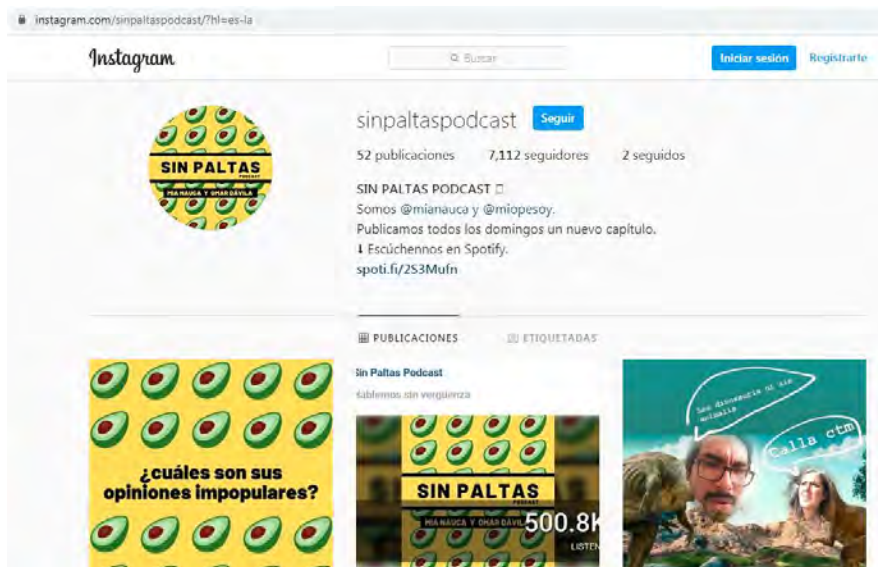
Moloko es un producto mediático que está en medio camino entre un *podcast* y un contenido audiovisual, se distribuye de forma muy similar por ambas plataformas, no se privilegia una más que la otra, ambas tiene seguidores, sus conductores cuidan mucho el lenguaje para que no existan referencias visuales que desorienten al oyente de *podcasting*, y consideramos que lo logran. Sin embargo no explotan las posibilidades *transmedia*, este se objetualiza en la participación de los seguidores mediante *chatting* con los conductores a sus cuentas personales o en los *post* en *YouTube*. Tienen algunas y esporádicas presentaciones en vivo, lo cual es una actividad fuera del entorno digital.

4.14 Sin Paltas

Podcast de Mia Nauca, comunicadora y reconocida booktuber, y Omar Dávila, también comunicador, inician el episodio saludándose y presentan el contenido temático del episodio: las anécdotas vergonzosas.

Figura 4.30

Podcast Sin paltas en Instagram



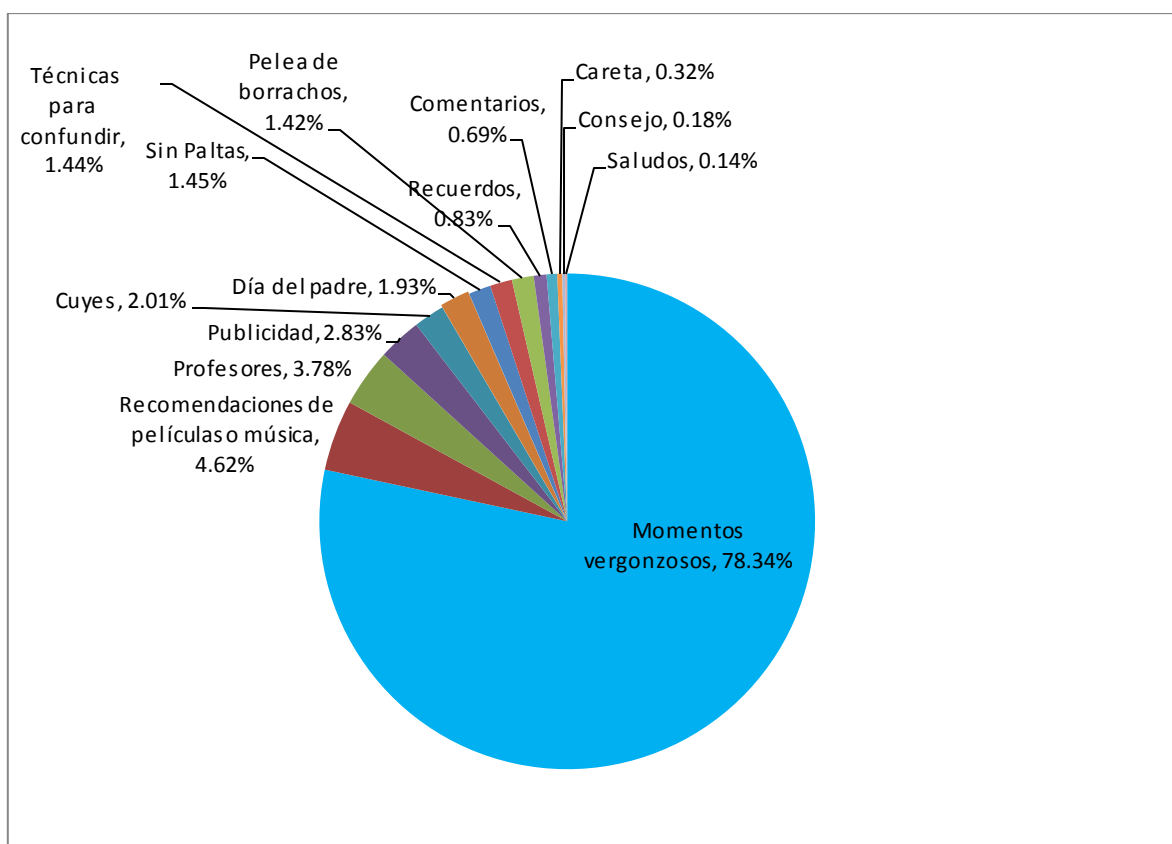
Fuente: <https://www.instagram.com/sinpaltaspodcast/?hl=es-la>

Él cuenta una anécdota de su vida universitaria, ella cuenta otra en una fiesta cuando estuvo ebria, señala que casi se pelea y le dijo a otra chica “oe te quieres mechar conmigo, ven pe mierda ... conchetumare”. La tercera anécdota es la visita a una discoteca, y a manera de testimonio, con una narración muy suelta y cerca al humor, poco a poco logran contar ocho anécdotas por las que se sintieron, en su momento, muy avergonzados.

El lenguaje utilizado por los conductores es popular, sencillo y por momento matizado con ciertas palabras malsonantes que dejan traslucir una estrategia de vinculación con un tipo de público joven y desinhibido.

Gráfico 4.45

Las temáticas del episodio 12 de Sin paltas del 16 de junio de 2019



Elaboración propia

Sobre algunos temas presentan algunas conclusiones, nunca como recomendaciones o aprendizajes, sino como una reflexión hacer de las vivencias, de la vida. Como se puede observar en el gráfico supra, en la narración de los momentos o anécdotas vergonzosas, el tema del episodio, este *podcast* invierte cerca del 80% del tiempo. Luego tienen algunos segmentos con comentarios y hasta recomendaciones de películas, música, etc. Así como anuncios publicitarios.

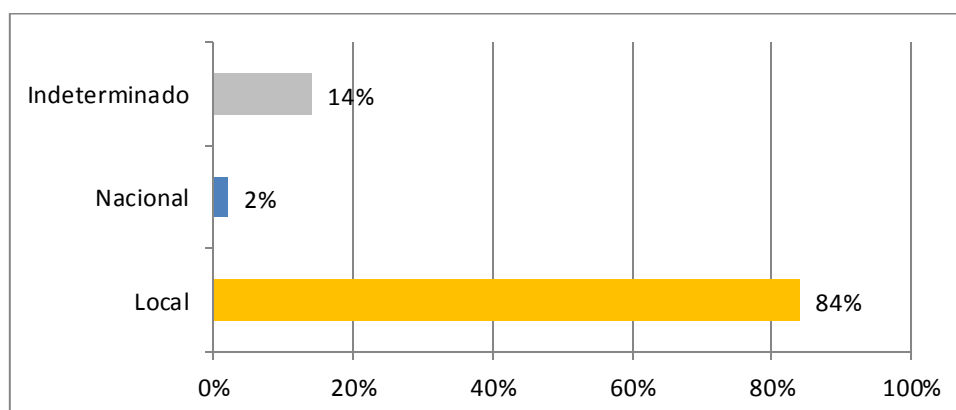
La narración es emotiva, amena y por momentos apasionada, se narra desde las experiencias de vida, desde “lo no conocido” con el fin de seducir a los oyentes. Hablan de sus experiencias, lo que se refleja en la historicidad de la narración, más del 80% es del pasado.

Al ser una narración de experiencias propias, casi como una historia de vida, las fuentes son implícitas, es decir los mismos conductores son sus fuentes. En cuanto a

las estrategias expresivas éstas se concentran en el lenguaje emotivo, atractivo y popular, siempre combinado con alguna palabra gruesa que hace que el otro co-conductor siga el diálogo como una entretenida e íntima conversación entre amigos.

Gráfico 4.46

Los ámbitos de las temáticas del episodio 12 de Sin paltas del 16 de junio de 2019



Elaboración propia

Las anécdotas de las que habla Sin Paltas, son de sus conductores y de su vida cotidiana en Lima, ergo de ámbito local. Algunos comentarios se generalizan y presentan ámbito indeterminado.

En cuanto a su práctica *transmedia* esta se limita a promover la participación de los oyentes, mediante el uso de redes sociales, fundamentalmente *Instagram*. Han participado de algunos videos de otros *podcasters*, sin que esa sea una estrategia clara del *podcast*. Usan 13 plataformas para distribuir su contenido sonoro.

Hemos presentado una descripción y entregado un primer análisis del contenido (en el Anexo 3 se presenta el detalle del registro del contenido de cada caso) de los *podcasts* considerados como muestra y de sus propuesta *transmedia* (ver detalle en el Anexo 4).

CAPÍTULO IV

EL *PODCASTING* PERUANO EN PANDEMIA

La cuarta pregunta de investigación que nos motiva preguntarnos qué sucedió con los *podcasts* peruanos durante el año 2020. A continuación una mirada descriptiva y analítica de los *podcast* muestra durante dicho año, los detalles del registro y análisis de contenido del *podcasting* peruano en pandemia se pueden ver en el Anexo 5.

5.1 MTC / Podcast

El último episodio postado fue el 12 de mayo de 2020, acerca de las nuevas reglas para el transporte urbano, <http://podcast.mtc.gob.pe/podcast/nuevas-reglas-para-el-transporte-urbano/>. No hubo ningún episodio en junio ni julio de 2020, durante la semana en que se tomó la muestra.

5.2 GRC Radio/Podcast

Como sabemos este es un servicio del Gobierno Regional de Cajamarca. Los últimos tres episodios postados fueron el 28 de abril de 2020, y trataron sobre el reinicio de los proyectos de desarrollo de dicha región, la implementación de un laboratorio de pruebas moleculares de Covid-19 y un anuncio sobre la migración de paisanos cajamarquinos, luego de esa fecha no se registraron producciones sonoras.

5.3 Agencia Andina

Esta agencia oficial de noticias del Perú aún no logra ordenar su oferta de *podcasts*, lo curioso es que la cuenta de Agencia Andina en *Souncloud*³⁶ lleva como nombre Andina Radio OnLine y está vinculada a Andina *Podcast*, servicio que también se ofrece en

³⁶ Ver en <https://soundcloud.com/agenciaandina>

*Spotify*³⁷, en esta plataforma de distribución de *podcasting* al 31 de marzo de 2021 se ofrecen 31 episodios, mientras que en la plataforma denominada Andina Radio OnLine de *Souncloud* se cuentan más de dos mil contenidos sonoros.

5.4 LR *podcast*

5.4.1 Claro y directo

El Congreso persiste en el sabotaje al Perú, es el nombre del episodio del 17 de junio. Su análisis muestra que el periodista (sigue siendo conducido por Augusto Álvarez Rodrich) critica de forma dura las propuestas de la Comisión de Defensa del Consumidor, señala que “nos va tomar más de 10 años” que el Perú se recupere del trabajo del Congreso. Comentó la más reciente a encuesta de opinión sobre la gestión del presidente Vizcarra, con lo que la temática del *podcast* sigue siendo política. De otro lado se observa que los contenidos con historicidad del pasado son un 63%, mientras que el 27% son del presente, la mirada prospectiva se encuentra ausente.

5.4.2 Sigrid

Este *podcast* dejó de aparecer en marzo de 2020. En el último episodio del lunes 16 de marzo la *host* muestra su sorpresa sobre la cuarentena por la pandemia. “Si este *podcast* no sigue saliendo, es porque estamos reduciendo la cantidad de cosas que se hacen, hay gente que se queda en sus casas”, dijo en aquel episodio, el último que se escuchó.

5.4.3 Sin guion

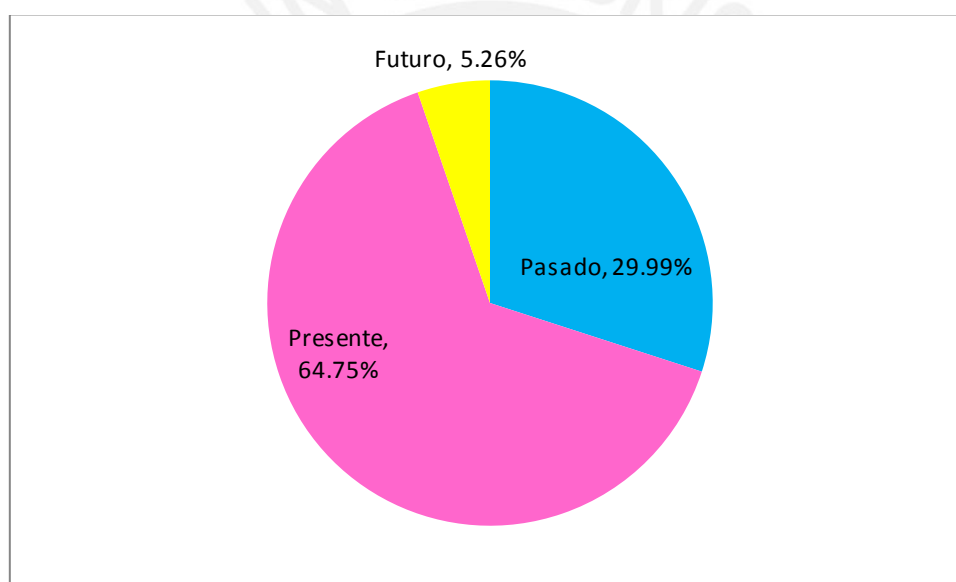
³⁷ Ver en https://open.spotify.com/show/5HOMqn6XV6jWSDrDOTiIST?si=ZzMglXhPRi6oex8WiQpc_w

Se analizó el episodio del 17 de junio de 2020, que fue titulado Salud para todos, evidentemente fue un episodio monotemático sobre el Covid-19, de carácter educativo y de consejería sobre cómo evitar más contagio a nivel de la sociedad y con recomendaciones para la prevención de la enfermedad a nivel personal.

En varios momentos del contenido sonoro Rosa María Palacios interpela al gobierno y critica el toque de queda y la cuarentena que afectó la economía de Perú.

Gráfico 5.1

La Historicidad de los contenidos de Sin guion del 17 de junio de 2020



Elaboración propia

En cuanto a las estrategias expresivas el lenguaje emotivo es usado en un 39% del tiempo de duración del contenido sonoro, mientras que el lenguaje ameno en 61%. Las estrategias de difusión están más ligadas a los procesos informativos especializados.

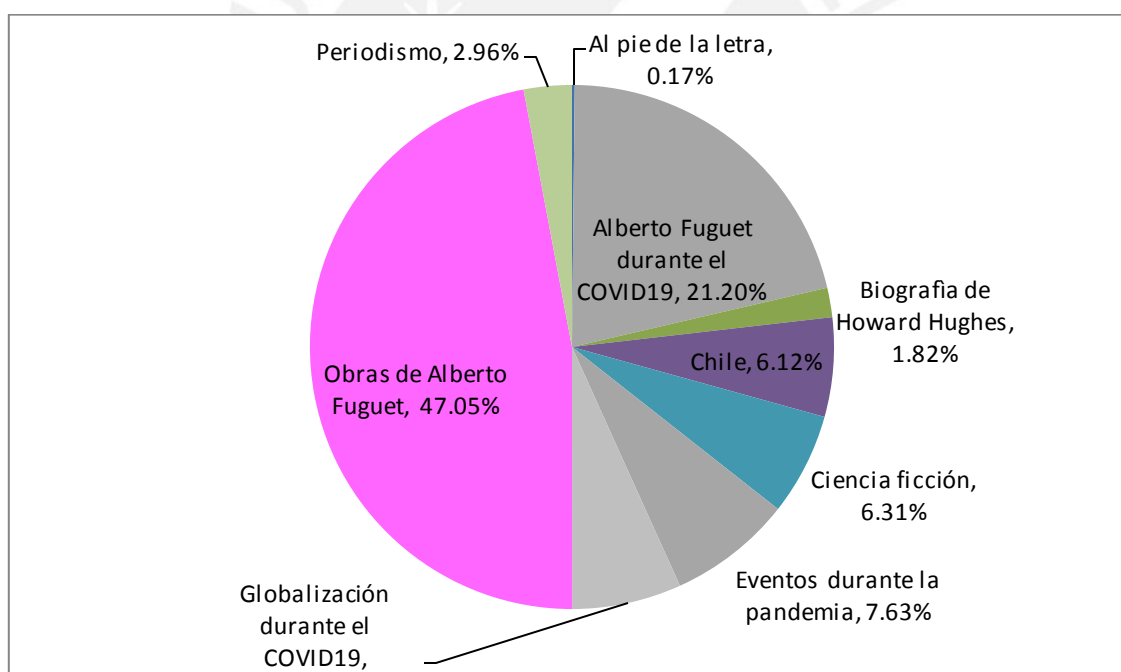
Se debe añadir que la mencionada periodista *host* de este *podcast* es conductora de un programa en Radio Santa Rosa, que lleva por nombre A pensar más con RMP, espacio radial de una hora y media de frecuencia de lunes a viernes., que aborda temas de la actualidad política nacional.

5.4.4 Al pie de la letra

Este *podcast* especializado en literatura presenta un 35.58% del tiempo del contenido sonoro dedicado a información vinculada con el Covid-19. El 87% habla de información del presente y 13% del pasado. Las estrategias expresivas están concentradas en lenguaje emotivo y ameno y las estrategias de difusión son en 79%: las estrategias de difusión se dispersan en estrategias de opinión en 34%, 22% de información general, 2% en información especializada y 43% en estrategias de difusión de experiencias.

Gráfico 5.2

La Historicidad de los contenidos de Al pie de la letra del 18 de junio de 2020



Elaboración propia

Este *podcast* dejó de ser producido en agosto de 2020.

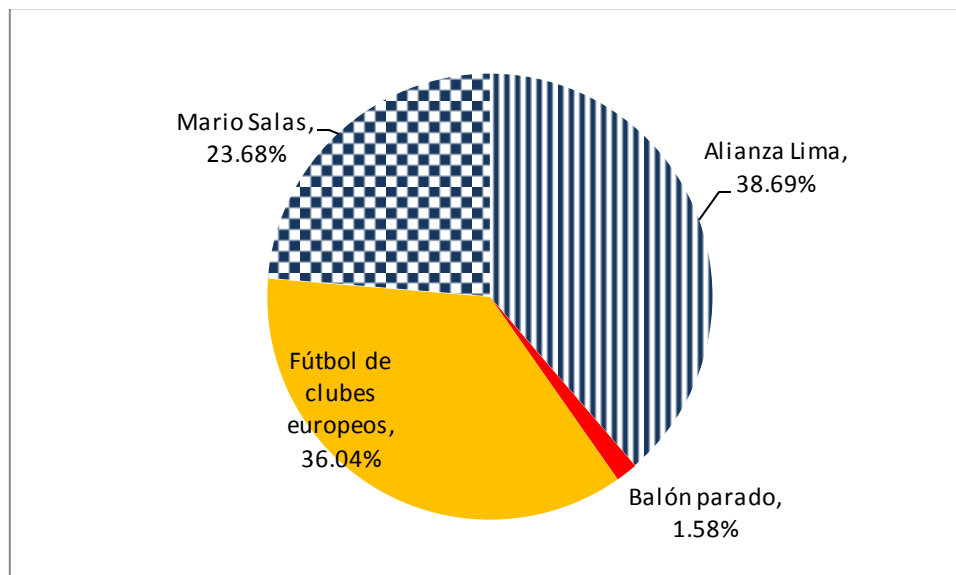
5.4.5 Balón parado

“¿Mario Salas podrá campeónar con Alianza Lima?” es el nombre del episodio del 17 de junio de 2020 y analizado como parte de la muestra. Todo el contenido está

enfocado en informar cómo marchan los equipos peruanos de fútbol y los torneos en diferentes partes del mundo, que cambiaron bastante por la pandemia del Covid-19.

Gráfico 5.3

Las temáticas tratadas en Balón parado del 17 de junio de 2020

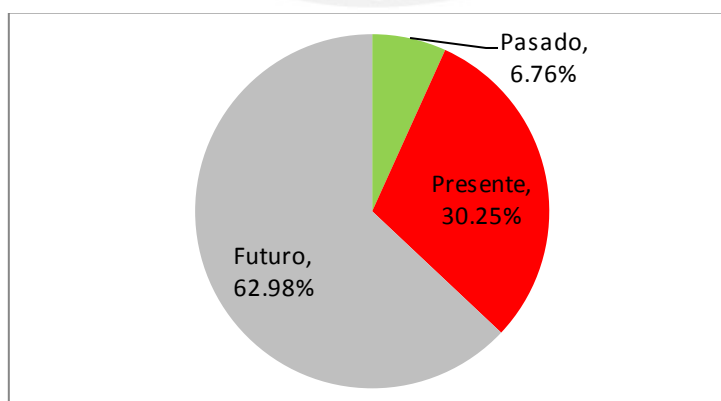


Elaboración propia

Aparece poco más de un tercio del tiempo del contenido sonoro de un ámbito mundial, y 30% de historicidad presente y más de 60% de historicidad a futuro, debido a que por la pandemia toda la actividad deportiva se detuvo y se realizará a futuro.

Gráfico 5.4

Historicidad de los contenidos de Balón parado del 17 de junio de 2020



Elaboración propia

5.4.6 Perdidos en el espacio

Este *podcast* dejó de ser producido y publicado.

Figura 5.1

Screenshot del *site* en LR *podcast* de Perdidos en el espacio 17junio 2020



Fuente: <https://podcast.larepublica.pe/podcast/perdidos-en-el-espacio>

5.4.7 Señales

Este *podcast* dejó de ser producido.

5.4.8 Sobre las cuerdas

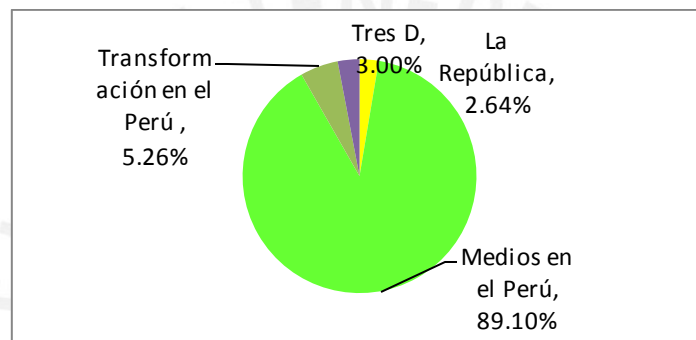
El episodio analizado corresponde al puesto a disposición el 17 de junio de 2020, es un episodio de temática única, enfocado en el WWE Backlash 2020. Un evento de lucha libre organizado, promocionado y difundido por la World Wrestling Entertainment, que tuvo lugar el 14 de junio, tres días antes del episodio.

5.4.9 TR3S D

El episodio del 17 de junio de 2020 lleva como título una interrogante de vital importancia, y tuvo que ver con la situación que vivían los medios de comunicación por la pandemia, en especial los diarios. La inquietud fue ¿Sobrevivirán los medios?

Gráfico 5.5

Las temáticas de los contenidos de Tr3s D del 17 de junio de 2020

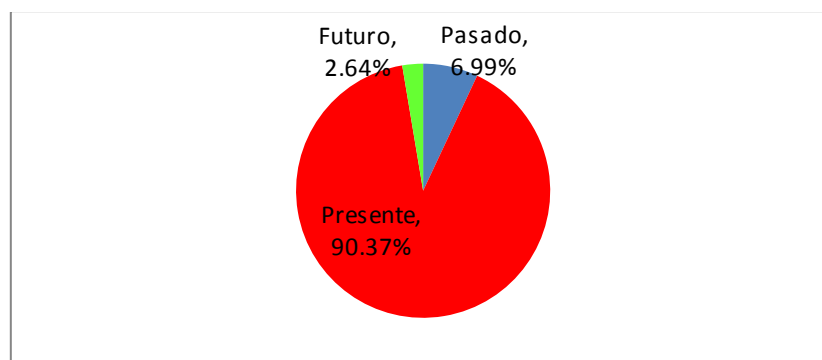


Elaboración propia

Sin embargo a pesar que la interrogante es para pensar el futuro de los medios de comunicación la mirada está puesta en el análisis del presente, enfoque que domina el 90% del tiempo del episodio.

Gráfico 5.6

Historicidad de los contenidos de Tr3s D del 17 de junio de 2020



Elaboración propia

5.4.10 Vértigo

Este *podcast* no presenta episodios en las semanas de junio y julio tomadas como muestra, pero si se observan publicaciones de forma irregular en otros meses, por ejemplo en enero 2020 hubo 3 episodios, en febrero 2 episodios, en marzo 1 y en junio 2, y de ahí en adelante no hay ningún episodio. Desapareció.

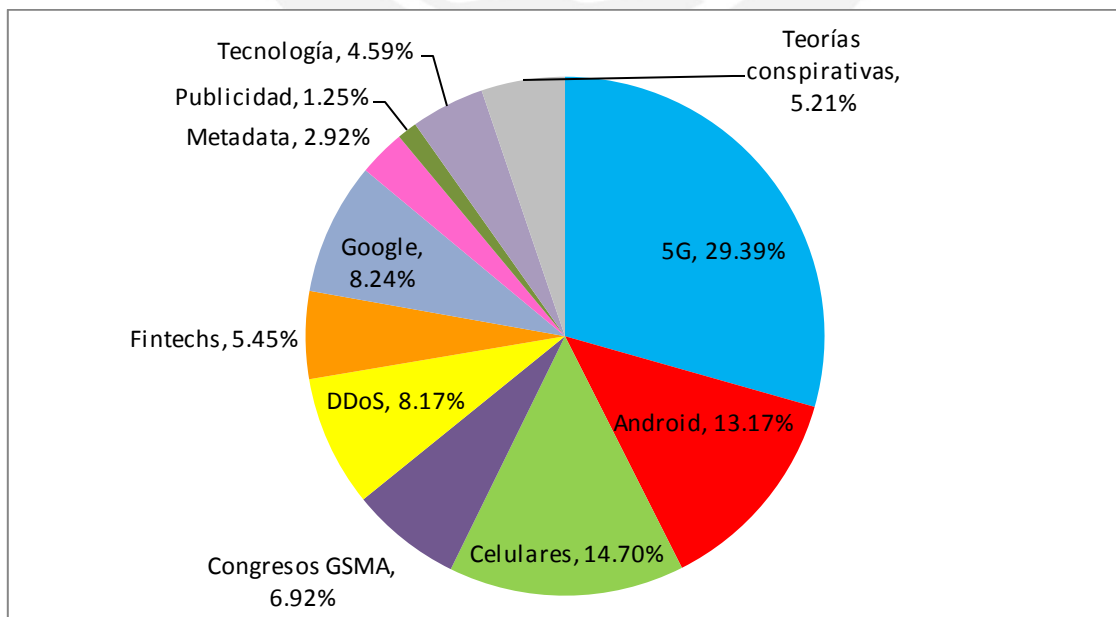
5.5 RPP *podcast*

5.5.1 Metadata

Como sabemos Metadata es un *podcast* nativo de la empresa RPP, que aborda con especial atención y especialización las temáticas vinculadas a la tecnología digital. Presta especial atención a los nuevos gadgets y a la orientación a los usuarios en general.

Gráfico 5.7

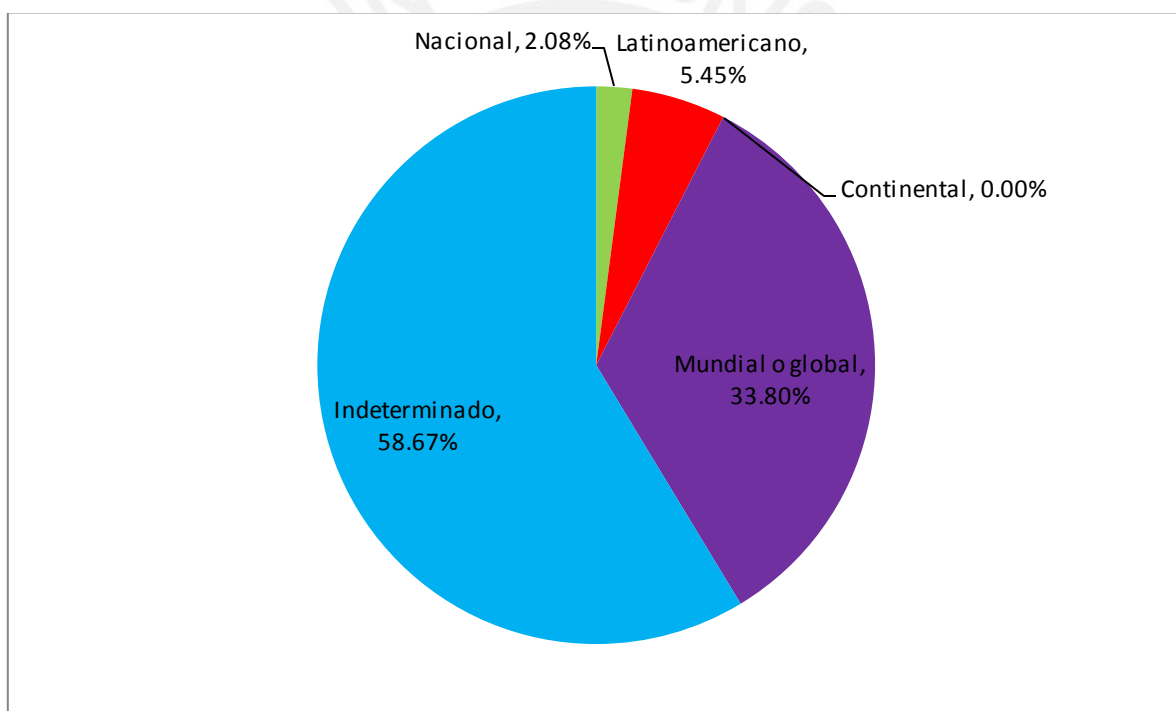
Temáticas de los contenidos de Metadata del 18 de junio de 2020



Elaboración propia

En el gráfico supra se observa la gran cantidad de temas que aborda el episodio analizado, todos vinculados con la tecnología y las novedades que éstas ofrecen a los usuarios. Con respecto al ámbito de la información presentada se observa que si bien la información internacional es importante, abarcando un tercio del tiempo del contenido sonoro, el análisis de la tecnología y nuevos dispositivos abarcan hasta un 59% del tiempo del episodio, siendo estos de ámbito indeterminado.

Gráfico 5.8
Ámbito de los contenidos de Metadata del 18 de junio de 2020



Elaboración propia

5.5.2 Progamer

No hay publicado ningún episodio en las semanas definidas como muestra. Del episodio 53 del 11 de junio se pasan al episodio 54 del 22 de junio. En meses

anteriores y posteriores a junio 2020 se observa la publicación de 4 episodios por meses, cumpliendo una frecuencia semanal.

5.6. Nacional *podcast*

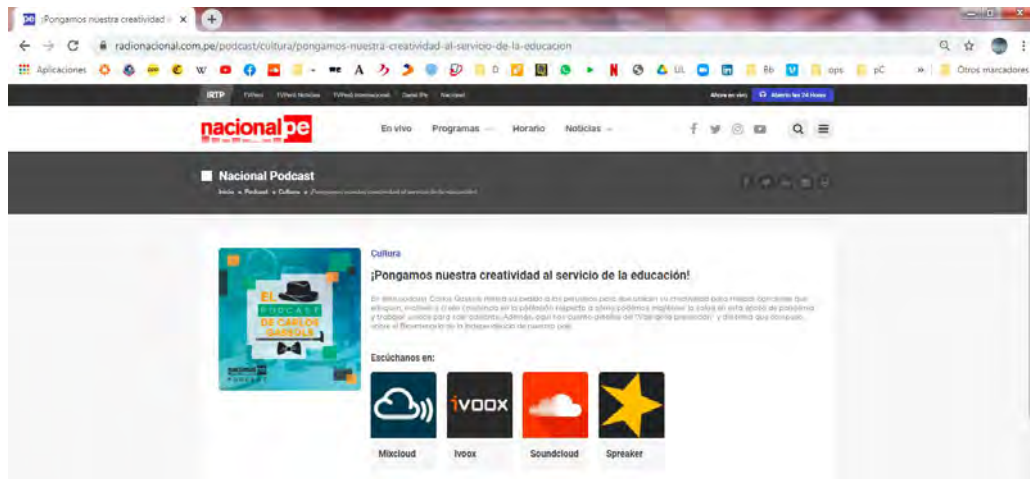
Desde febrero 2020 en que fue relanzada la oferta de Nacional *podcast*, los episodios de los siete *podcasts* que se ofrecen no han dejado de ponerse a disposición desde la web de Radio Nacional y disponibles en Mixcloud, Ivoox, Souncloud y Spreaker. Sin embargo se observa que no en todas las plataformas se encuentran todos los episodios.

Nacional *Podcast* ofrece

- Testigo de la noticia, con información producida por el programa radial Diálogo Abierto.
- La Linterna Perú, es un *podcast* nativo producido por Milagros Añí, que aborda temas culturales.
- El *podcast* de Carlos Gassols, es un *podcast* nativo producido sobre temas culturales con especial énfasis en artes escénicas nacionales.
- Yo también me llamo Perú, con Cynthia Gonzales y Denis Contreras, conductores del programa radial Ashi Añane, pero que en este caso producen el *podcast* en mención.
- Audiophylia, desaparecido.
- El gato en la oscuridad, desaparecido.
- Pa' que te digo que no, desaparecido.

Figura 5.2

Screenshot de Nacional Podcast



Fuente: <https://www.radionacional.com.pe/podcast/cultura/la-ensenanza-del-teatro-como-herramienta-contral-machismo-y-la-violencia>

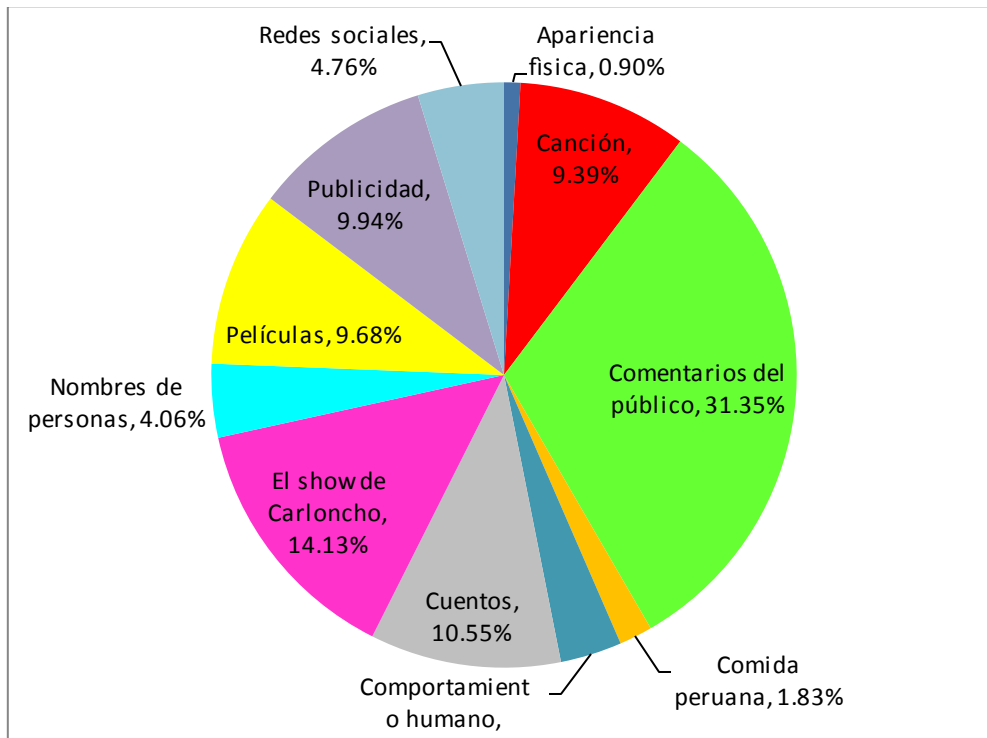
A pesar de los esfuerzos en la producción de contenido y en el uso de diversas plataformas Nacional *podcast* aún no es un servicio que se presente ordenado ni promocionado para ganar audiencia.

5.7 Radio Moda: El show de Carloncho

Este singular *podcast*, que nace de un programa de radio editado, hace referencia a los oyentes, pero no aparecen sus voces como parte del discurso sonoro. Se hace mención a los oyentes al parecer en contacto por *WhatsApp*. El discurso sonoro no tiene que ver con la actualidad, es de entretenimiento y bromas, sobre diversos temas, como por ejemplo que significan los nombres o cómo son las personas de acuerdo a la fecha de nacimiento.

Gráfico 5.9

Las temáticas de El Show de Carloncho del 17 de junio de 2020

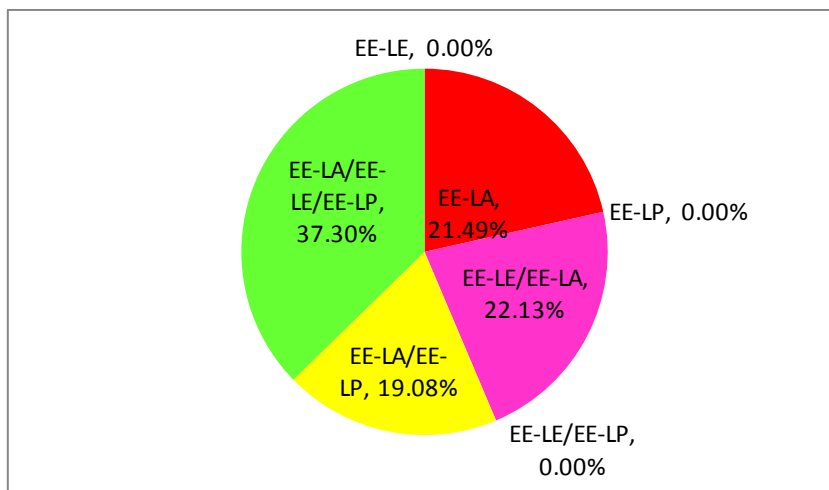


Elaboración propia

Incluyen la publicidad, p.e. de Caja Trujillo que es auspiciador, “a pesar de la crisis Caja Trujillo te ayuda”, en directa alusión a lo ocasionado por la pandemia.

Gráfico 5.10

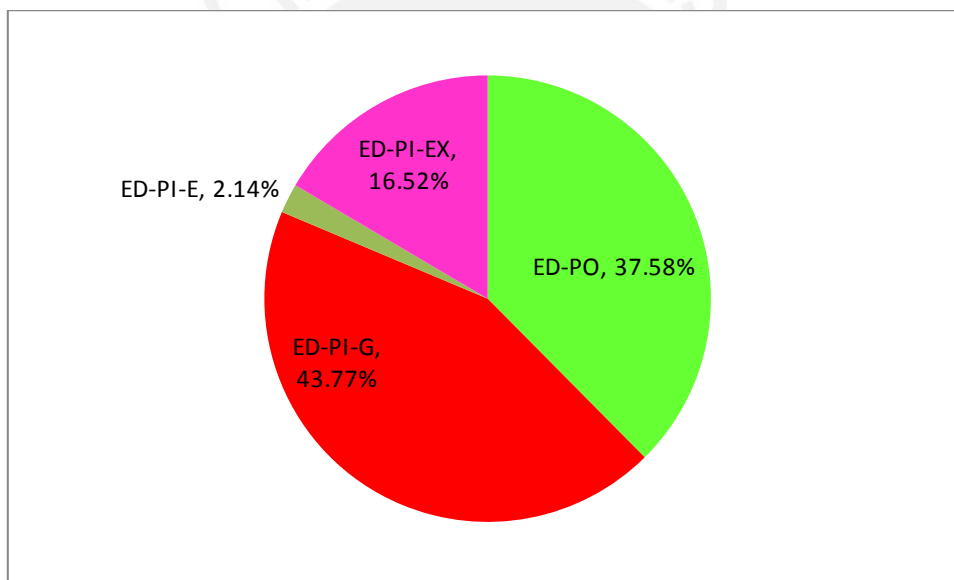
Las Estrategias Expresivas de El Show de Carloncho del 17 de junio de 2020



Elaboración propia

Gráfico 5.11

Las Estrategias de Difusión de El Show de Carloncho del 17 de junio de 2020



Elaboración propia

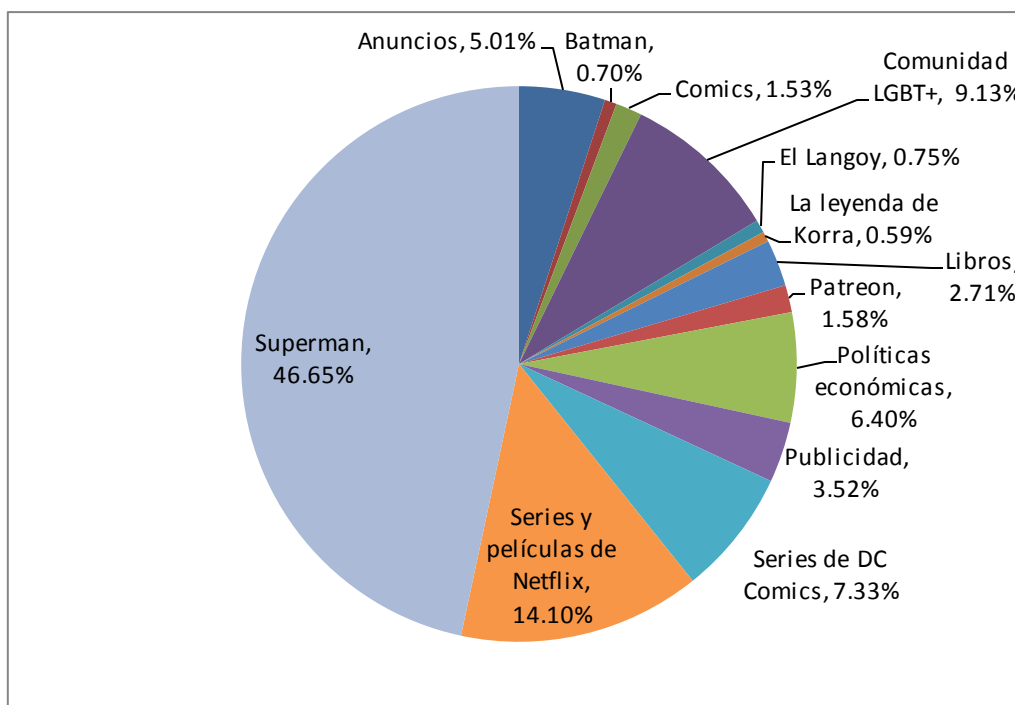
Las estrategias expresivas siempre son emotivas, amenas y con lenguaje popular. Y las estrategias de difusión se basan en 43% en procesos informativos generales, 37% en opinión y 16% en experiencias de los conductores/locutores, mientras que la información especializada alcanza solo el 2%, es un programa radial superficial y de entretenimiento, que ha sido editado para parecerse o intentar un *podcast*.

5.8 El Langoy

El *podcast* de cultura popular más antiguo de Perú, tal como se presenta, tiene en la fecha de muestra un episodio habitual y uno Extra.

Gráfico 5.12

Las temáticas de El Langoy del 18 de junio de 2020



Elaboración propia

Si bien el episodio desarrolla diversos tópicos de la cultura popular, tal como lo muestra el gráfico 5.12 supra, en varios de ellos hacen mención a la que llaman “puta pandemia” en referencia al Covid-19.

El 76% del contenido trata temas del presente y el 24% del pasado, siendo la mirada prospectiva ausente, esto es debido a que el contenido de este *podcast* se basa en los comentarios de sus presentadores, lo que se comprueba cuando se observa que el 98.7% de las fuentes de los contenidos son Implícitas, es decir, de los presentadores.

Las estrategias expresivas están basadas en un 64% en lenguaje emotivo y ameno y el resto añade a la anterior característica el lenguaje popular, incluso malsonante en varios momentos.

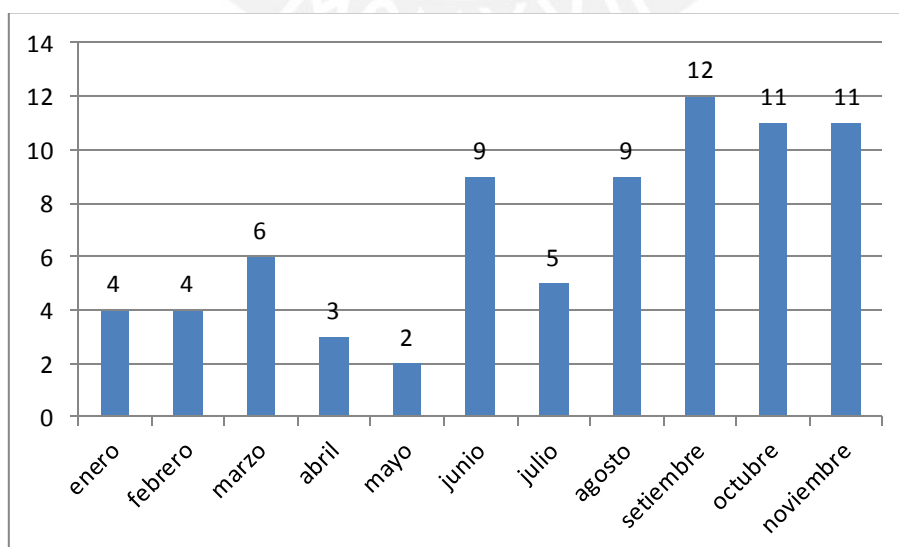
Además en la misma fecha del episodio semanal aparece un Extra, es el 70, de la historia de este *podcast* y se trata de un *spin off* de la serie Community. El Extra reúne a los host habituales y algunos amigos, cercanos, del *podcast* y se dedica de forma exclusiva a conversar a la serie Community. La conversa resulta súper especializada para iniciados en dicha serie, para un público que consume dicha serie más allá del entretenimiento. El ritmo de la conducción no es tan fluido como los episodios semanales de El Langoy, sin embargo tampoco caen en el aburrimiento.

5.9 Hablemos con spoilers

Este *podcast* experimenta una mayor producción de contenidos en 2020, con respecto de 2019 por lo que afirman que están “con diarrea de *podcast*, intermedio subimos un *podcast*”.

Gráfico 5.13

Cantidad de contenidos sonoros de Hablemos con spoilers en 2020

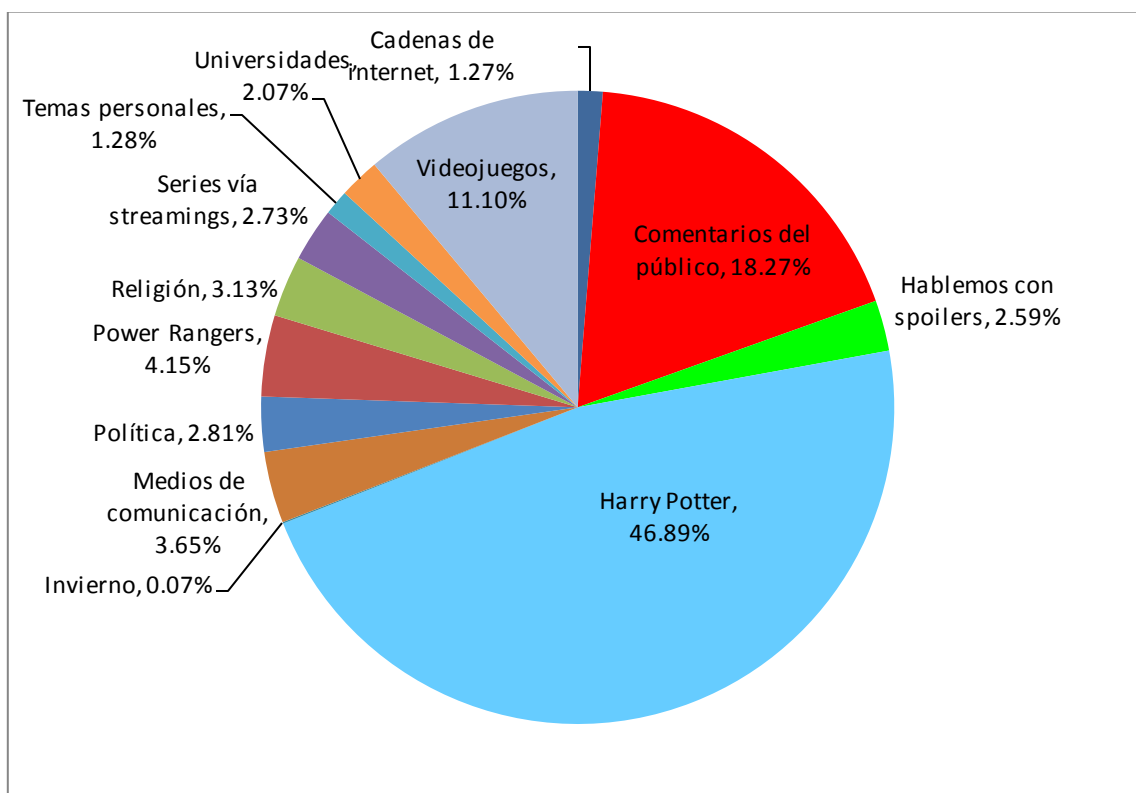


Elaboración propia

El episodio analizado tiene una duración de tres y media horas, presenta como tema central los comentarios de las películas 4 a 7 de Harry Potter. El ámbito el contenido es en 92% indeterminado y la historicidad es en 84% del presente, 12% del pasado y solo un 3% del futuro.

Gráfico 5.14

Las temáticas de Hablamos con spoilers del 15 de junio de 2020



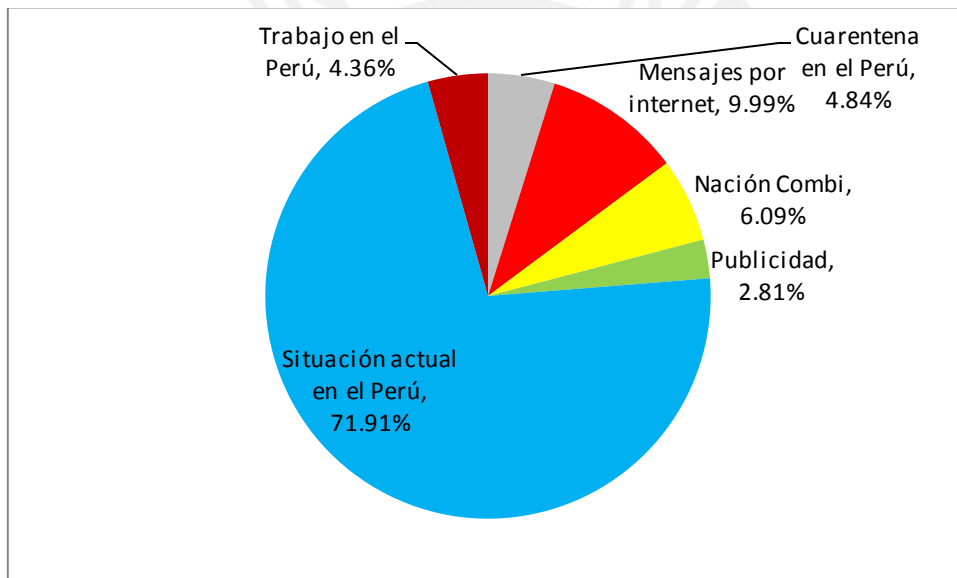
Elaboración propia

El público está presente en varias partes del episodio cuando los *host* leen sus comentarios. Las estrategias expresivas son en su mayoría de lenguaje emotivo, ameno y popular en más del 85%, y las estrategias de difusión son de opinión en 46%, y de información general en 45%.

5.10 Nación Combi

Este *podcast* que saltó a la televisión presenta la tercera semana de junio su episodio 241, es decir igual número semanas presentando este contenido sonoro especializado en el análisis de la coyuntura nacional. Inician el episodio comentando el estado de la cuarentena y todo lo que implica en el país. El tema central de este episodio es la radicalización del discurso que se observa en la sociedad peruana cuando ciertos sectores sociales hacen referencia a otros o a posiciones de otros grupos sociales.

Gráfico 5.15
Las temáticas de Nación Combi del 18 de junio de 2020



Elaboración propia

El 65% del contenido tiene como ámbito de referencia el nacional, mientras que el 32% no hacen mención a ningún ámbito. Al ser un *podcast* de análisis el 84% del contenido tiene historicidad del presente y solo el 16% del pasado. El análisis se basa en fuentes indirectas ya que parten de lo que dicen los conductores.

Como estrategia expresiva usan lenguaje emotivo y ameno, además de correcto, aunque en pocos momentos expresan adjetivos vulgares. Los conductores presentan

estrategias de difusión especializadas en un 56% y de información general en un 41%, los ejemplos a partir de la experiencia aparecen en un 3%.

5.11 Convoca *podcast*

¿Un laboratorio peruano elaboró la vacuna contra el Covid 19? Unidad de fast checking descubre que este post era un *fake news*, en el fondo es un reporte de 4:57 de Convoca Verifica, muy radial, episodio del 23 de junio de 2020, fecha que está fuera del rango de fechas consideradas como muestra.

5.12 Hablando huevadas

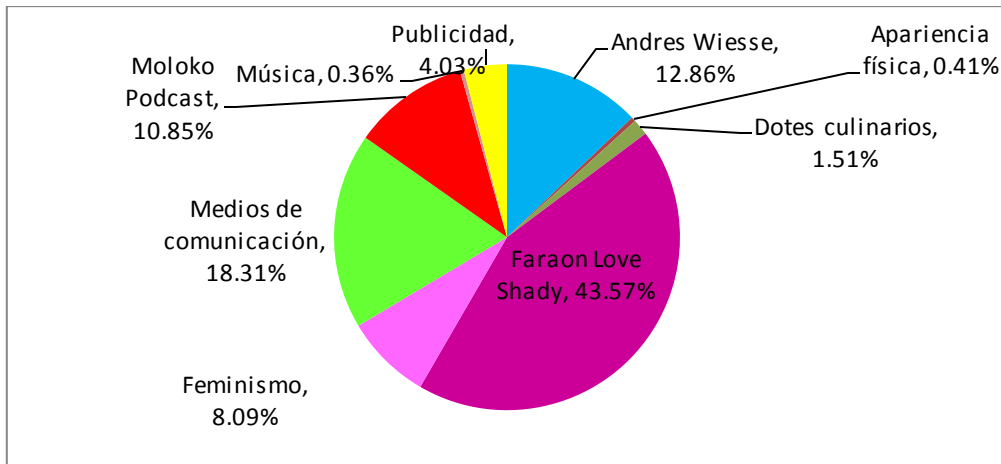
No hay episodios en marzo, abril, mayo, ni junio de 2020.

5.13 Moloko

Este *podcast* se presenta en 2020 como el “podcast de la gente decente” y comenta que la población en cuarentena pasa mucho tiempo en internet y en general se consume más aplicaciones y la población busca más entretenimiento e información en internet.

Gráfico 5.16

Las temáticas de Moloko del 17 de junio de 2020



Elaboración propia

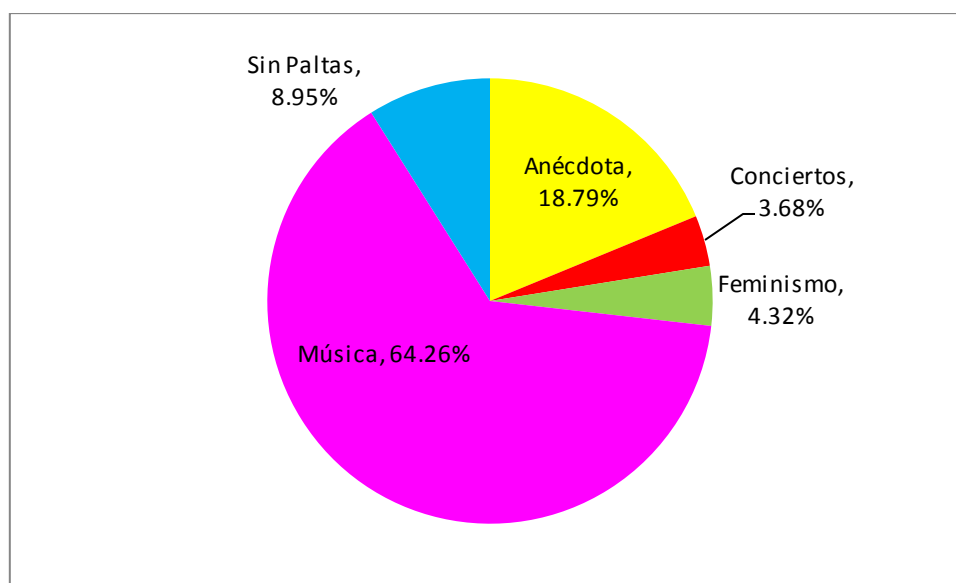
En la mayoría del episodio el contenido se refiere a un ámbito indeterminado, en 93% tiempo presente, el 81% de fuentes indeterminadas. Las estrategias expresivas están basadas en lenguaje emotivo y lenguaje ameno, entre las dos suman 85%, mientras que las estrategias de difusión están repartidas entre las cuatro categorías.

5.14 Sin paltas

Este *podcast* sigue basando su contenido en los testimonios de sus dos *host*. Abordan diferentes temas de la vida cotidiana, en episodio analizado el tema central es el de la música, tal como lo muestra el gráfico 5.17 infra.

Gráfico 5.17

Las temáticas de Sin paltas del 15 de junio de 2020



Elaboración propia

El contenido basado en testimonios se ve reflejado en las estrategias de difusión donde el 59% son relato de experiencias y el 41% restante es difusión de información general. El uso del lenguaje como estrategias expresivas está basado en el uso de lenguaje emotivo, ameno y popular.

Hemos presentado una detallada descripción de las variables analizadas de los *podcasts* considerados como muestra, en esta investigación de los años 2019 y 2020. Como se ha señalado hay cambios entre lo ofrecido por los *podcast* de un año al otro. La variable de la situación de pandemia sin duda tuvo incidencia en la oferta de *podcasts*, situación que analizaremos en el siguiente capítulo que se propone describir la podcastera peruana.

CAPITULO VI

LA PODCÁSTFERA PERUANA

Pero esta redefinición de los *media* no está afectando, exclusivamente, a la manera de distribuir los contenidos sino que trasciende al modelo de negocio, a los perfiles profesiones, a los modos de consumos y a la oferta de contenidos. Ya nada es igual que antes y, seguramente, estamos solo en el comienzo de la gran transformación que está sufriendo el paradigma mediático y de la comunicación para este siglo XXI.

(Ortiz-Sobrino, Miguel Ángel 2017: 2)

6.1 Podcástfera

Siguiendo a Régis Debray (2001) entendemos por mediosfera al conjunto de medios de comunicación que interactúan entre sí a partir de diferentes prácticas sociales y significantes en un momento histórico determinado. Para el autor francés la mediosfera va evolucionando con la aparición de nuevos medios que marcan y redefinen la visión del mundo, la comunicación entre personas y de la sociedad en general.

La tecnología digital y el internet catalizaron una evolución más acelerada de la mediósfera actual y consideramos la hizo explotar en varias mediósferas interactuantes y en permanente desarrollo evolutivo.

Un cambio técnico de medioesfera lo es también en el estatus social de los administradores del sentido. Es una subversión causada por un cortocircuito que no se revela de golpe.

(Debray 2001: 71-72)

Por su parte García-Marín (2020) define a la podcastera española como la agrupación e interacciones diversas de los podcasters, mirada que entendemos limitada ya que la circunscribe al quehacer de los productores de contenidos.

En este trabajo proponemos entender la podcastera peruana como el escenario de todos los *podcasts* producidos desde Perú, sus interacciones entre ellos, entre sus productores y *hosts*, sus relaciones con los *podcasts* extranjeros, su organización en plataformas, portales, corporaciones mediáticas y productoras de contenido sonoro, además de su interacción y prácticas transmedia. Deseamos conocer con mayor detalle la posibilidad de la comunicación transmedia, además de ser uno de los objetivos del trabajo, entendemos que es una de las grandes posibilidades de la comunicación basada en sistemas digitales y de expansión e interacción entre medios nativos digitales y medios análogos.

6.2 La podcástfera peruana en 2019 y 2020

En los capítulos 4 y 5 recorrimos un largo camino descriptivo de los *podcasts* muestra, es momento de comenzar el segundo tramo del camino haciendo la comparación de las performances de dichos *podcasts* muestra entre cada año.

Tabla 6.1

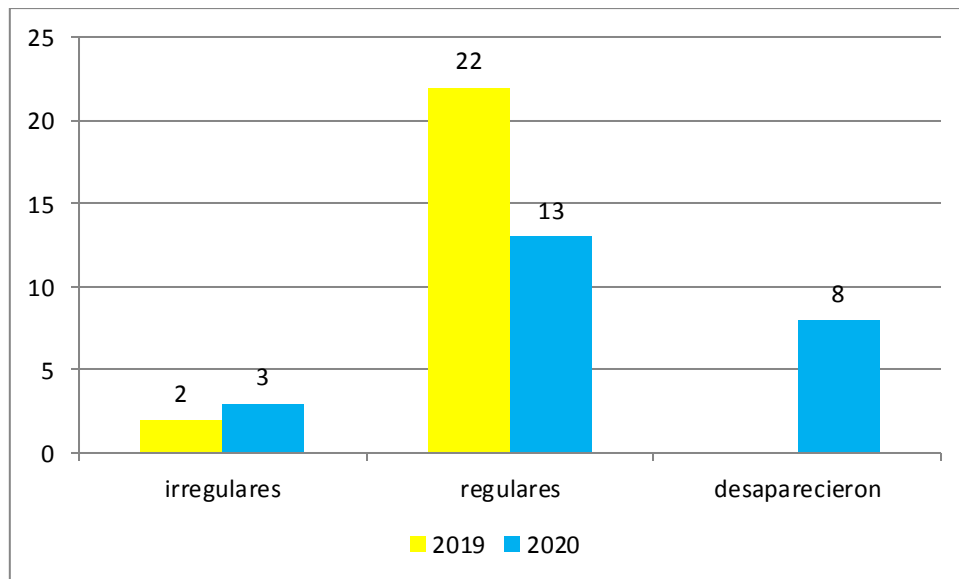
Comparativo de *podcasts* muestra: 2019 vs. 2020

PODCASTS JUNIO/JULIO 2019		PODCASTS JUNIO/JULIO 2020	
NOMBRE DEL PODCAST	FECHA	NOMBRE DEL PODCAST	FECHA
MTC / podcast	09/07/2019	MTC	no hubo
Gob. Reg. Cajamarca	18/06/2019	Gob. Reg. Cajamarca	no hubo
Agencia Andina	irregular	Agencia Andina	no hubo
LR <i>Podcast</i> -Claro y directo	19/06/2019	Claro y directo	17/06/2020
LR <i>Podcast</i> -Sigrid	21/06/2019	Sigrid	no hubo
LR <i>Podcast</i> -Sin guion	19/06/2019	Sin guion	17/06/2020
LR <i>Podcast</i> -Al pie de la letra	20/06/2019	Al pie de la letra	18/06/2020
LR <i>Podcast</i> -Balón parado	19/06/2019	Balón parado	17/06/2020
LR <i>Podcast</i> -Perdidos en el espacio	16/06/2019	Perdidos en el espacio	no hubo
LR <i>Podcast</i> -Señales con Jhan Sandoval	21/06/2019	Señales	no hubo
LR <i>Podcast</i> -Sobre las cuerdas	19/06/2019	Sobre las cuerdas	17/06/2020
LR <i>Podcast</i> -Tres D	17/06/2019	Tres D	17/06/2020
LR <i>Podcast</i> -Vertigo Podcast	16/06/2019	Vertigo <i>Podcast</i>	irregular
RPP <i>Podcast</i> -Metadata	21/06/2019	Metadata	18/06/2020
RPP <i>Podcast</i> -ProGamer	18/07/2019	Progamer	irregular
Nacional <i>Podcast</i>	irregular	Nacional <i>Podcast</i>	irregular
Radio Moda-El show de Carloncho	19/06/2019	El show de Carloncho	17/06/2020
El Langoy	16/06/2019	El Langoy	18/06/2020
Hablemos con spoilers	20/06/2019	Hablemos con spoilers	15/06/2020
Nacion Combi	20/06/2019	Nacion Combi	18/06/2020
Convoca <i>podcast</i>	16/06/2019	Convoca <i>Podcast</i>	no hubo
Hablando Huevadas	19/07/2019	Hablando huevadas	no hubo
Moloko	17/06/2019	Moloko	17/06/2020
Sin paltas	16/06/2019	Sin paltas	15/06/2020

Elaboración propia

Gráfico 6.1

Aparición de *podcasts* muestra: 2019 vs. 2020



Elaboración propia

Es evidente que los cambios en la podcastfera peruana entre 2019 y 2020 se dieron principalmente por la pandemia, que obligó al mundo entero a cambiar su forma de vivir, y a los productores de contenidos, también.

La tercera parte de los *podcasts* muestra, definida en 2019, desaparecieron en 2020, sin embargo como se explicó en 3.4.1, por la pandemia se experimentó un gran aumento de producción de nuevos *podcasts*.

6.3 Distribución y acceso de los *podcasts* peruanos

Para cada uno de los *podcasts* muestra se realizó una búsqueda en todas las plataformas de distribución, la siguiente tabla resume los hallazgos.

Tabla 6.2

Plataformas de distribución de *podcasts* muestra

PODCASTS	Plataformas de distribución de podcats																								
	web propia	Soundcloud	Spotify	iVoox	Apple Podcasts	Google Podcasts	YouTube	Radio del Perú	Ancora	Radio Pública	Listenes	myTurner Radio	iHeart Radio	Castbox FM	Himalaya	Podtail	The Podcast App	Stitcher	Whoskaka	Mixcloud	Spreaker	Player FM	Podchaser		
MTC / podcast	*						*																		
Gob. Reg. Cajamarca	*	*	*		*	*	*		*	*															
Agencia Andina	*	*	*				*																		
LR Podcast-Claro y directo	*	*	*	*	*	*	*																		
LR Podcast-Sigrid	*	*	*	*	*	*	*																		
LR Podcast-Sin guion	*	*	*	*	*	*	*																		
LR Podcast-Al pie de la letra	*	*	*	*	*	*	*																		
LR Podcast-Balón parado	*	*	*	*	*	*	*																		
LR Podcast-Perdidos en el espacio	*	*	*	*	*	*	*																		
LR Podcast-Señales con Jhan Sandoval	*	*	*	*	*	*	*																		
LR Podcast-Sobre las cuerdas	*	*	*	*	*	*	*																		
LR Podcast-Tres D	*	*	*	*	*	*	*																		
LR Podcast-Vertigo Podcast	*	*	*	*	*	*	*																		
RPP Podcast-Metadata	*	*	*	*	*	*	*																		
RPP Podcast-ProGamer	*	*	*	*	*	*	*																		
Nacional Podcast	*	*	*																						
Radio Moda-El show de Carloncho	*																								
El Langoy			*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*				*			
Hablemos con spoilers			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nacion Combi			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Convoca podcast	*																								
Hablando Huevadas			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Moloko			*			*	*						*									*			
Sin paltas			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

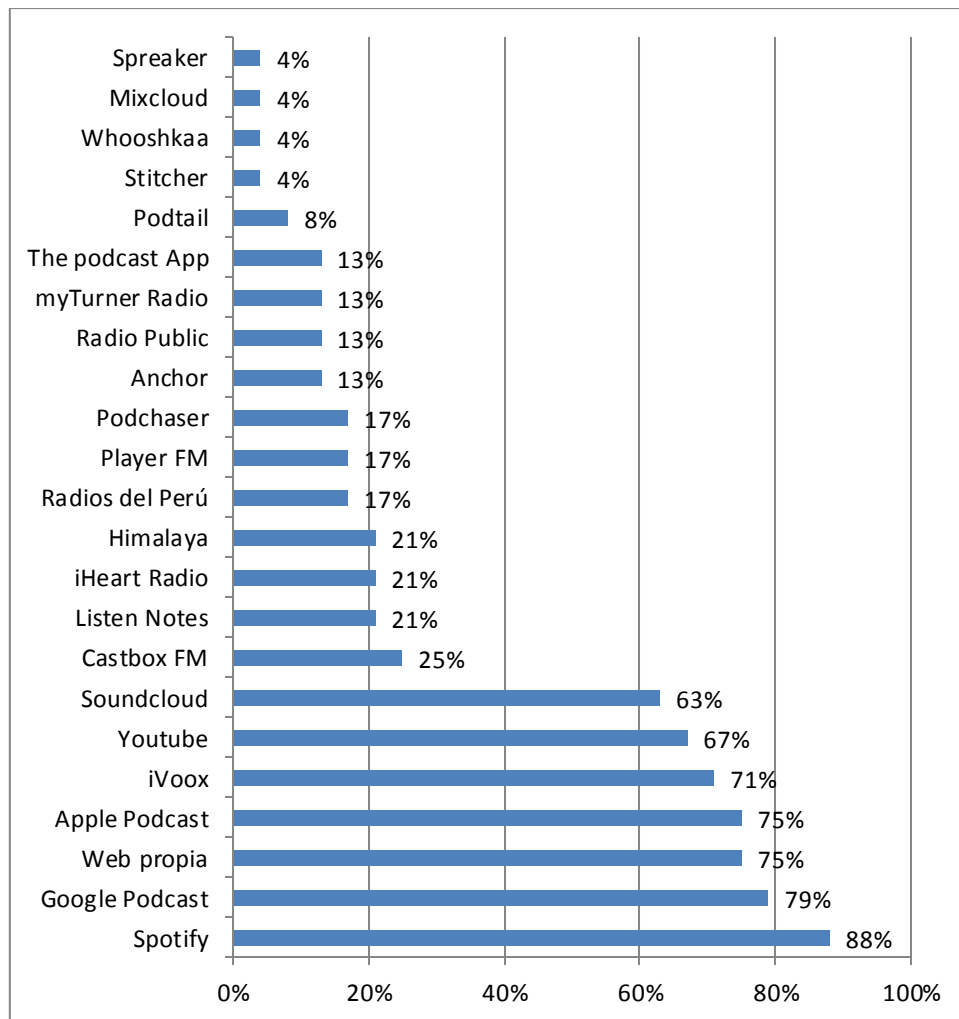
Fuente: Plataformas de *podcasts*

Elaboración propia

Resulta notorio el mayor uso de plataformas de distribución por parte de la mayoría de *podcasts* independientes. Spotify es la plataforma más usada por los *podcasts* peruanos para publicar sus contenidos sonoros, ver el detalle en el siguiente gráfico.

Gráfico 6.2

Ranking de plataformas de distribución más usadas por los *podcasts* peruanos



Elaboración propia

6.4 Qué dicen los *podcasts* peruanos

A continuación presentamos una mirada general de las variables analizadas en el análisis de contenido del *podcasting* peruano de todos los *podcasts* muestra la muestra 2019 y 2020.

6.4.1 Las temáticas

Con respecto a las temáticas que se abordan podemos señalar que hay tres grandes esferas:

- Informativos que comentan y analizan la actualidad nacional, con especial énfasis en la coyuntura política, en 2020 los temas vinculados al Covid-19, la pandemia, cuarentena y cuidados de la salud lograron visibilidad.
- De entretenimiento, vinculadas a lo que se suele llamar cultura pop, pero con especial atención a las producciones audiovisuales de cine y series de servicios de VOD (*video on demand*), la industria de videojuegos, gadgets, softwares y comics.
- Especializados, hay algunos *podcasts* que están enfocados en un determinado tema, que puede ser informativo futbolístico, de lucha libre, literatura, de testimonios de la vida cotidiana, etc. Destacan los de videojuegos y tecnología.

6.4.2 Los ámbitos

Los *podcasts* abordan temáticas que se refieren a diversos ámbitos, sin embargo se observaban con claridad algunas características. Los *podcasts* informativos presentan información en su gran mayoría de ámbito nacional, los *podcasts* especializados exponen información de ámbito local y nacional o indeterminado. Y los *podcasts* de información sobre cultura pop desarrollan información de ámbito global o indeterminado. En todos los casos se refieren a temas de diversos ámbitos pero con enfoque nacional peruano y local limeño, invisibilizando la diversidad de los peruanos.

6.4.3 La historicidad

Los hechos a los que se refieren los contenidos sonoros privilegian una mirada histórica, están narrados desde un enfoque temporal. Luego de analizar cada uno de los *podcasts* podemos afirmar que la historicidad predominante es la del pasado,

dónde destacan las propuestas informativas, de análisis noticioso y de entretenimiento. Por su parte las propuestas que abordan temas de la cultura popular ofrecen una mirada del presente. El enfoque a futuro es muy poco utilizado y en la mayoría de casos ausente.

6.4.4 Las fuentes

La fuente nos dice quién es el que proporciona la información que relata el contenido sonoro de los *podcasts*. El análisis de contenido nos dice que las fuentes utilizadas en su gran mayoría no están nombradas, los *host* presentan, conversan, discuten, relatan información como si fuera propia, usando lo que hemos llamado una fuente implícita. Es evidente que los presentadores no son los protagonistas de los hechos y temas de comentan, pero no nombran a la fuente, es esta una de las principales características del relato de los *podcasts*, es más bien un relato, muchas veces una conversación en la que un *host* conversa con otro sobre algunos temas, y la conversación es sencilla y espontánea, dónde no aparecen nombradas las fuentes de la información.

6.4.5 Presencia del destinatario

Los medios de comunicación proponen y construyen diversos tipos relación con sus consumidores, que algunos definen como audiencia si el medio es masivo. A pesar que el mundo digital favorece la interacción los *podcasts* peruanos no hacen mención a sus destinatarios. Esto se observa de forma muy clara en el análisis de contenido cuando la enorme mayoría de propuestas analizadas no hacen referencia a los oyentes. Solo en un *podcast* de entretenimiento y cultura popular se mencionan con nombre y apellido a los oyentes y seguidores que aportan dinero para sostener la propuesta.

A pesar de las enormes posibilidades de interacción en los medios digitales, esta no se da, entendemos esta situación debido dos razones, la primera tiene que ver con que

los *podcasts* en su gran mayoría presentan contenido sonoro pre grabado, es decir asíncrono, por lo que no hay participación en directo con la audiencia. Además no existe una tradición en la que la mayoría de los consumidores participen de un contenido masivo si no hay retribución material de por medio. La participación y presencia del destinatario se da en los *podcasts* de forma diferente ya que hay interacción que se da es usando aplicaciones digitales propias de los conductores (como twitter), así la relación P2P es muy buena y en la mayoría de los casos fluida, pero solo con los *host*, algo que no llega aún al contenido sonoro de los *podcasts*.

Podemos arriesgarnos y señalar que observamos tres tipos de oyentes de *podcasts* peruanos:

- El oyente que busca contenido especializado u oyente de nicho, micro segmento de audiencia. Es un oyente fanático de los temas de determinados *podcasts*. Sigue al podcast y sus expansiones en redes sociales y otros medios. Suele ser un oyente con algún tiempo de consumo del *podcasting* peruano.
- El oyente que descubre una oferta muy variada temáticas en el *podcasting*, sigue algunos, pero no es un fan temático.
- Un tercer tipo es al que podemos llamarle el oyente radial, ya que utiliza el *podcast* para acceder a los contenidos de la radio, no pudo escuchar una emisora al momento de la difusión en vivo, y quiere acceder a ellos a partir de su grabación, con la cual se construyó un audio *podcast*.

6.4.6 Las estrategias expresivas

Las estrategias expresivas dan cuenta de cómo los *podcasts* a través de los *hosts* se relacionan con sus *listeners* y qué perfil de oyente es el que define como meta.

Estas estrategias están basadas en el uso del lenguaje emotivo y ameno, en la gran mayoría de los *podcasts* y en lenguaje popular en algunos casos, sobre todo en aquellas propuestas que se definen vinculadas a la cultura popular. El uso del lenguaje ameno y emotivo se entiende porque el *podcast* es un medio de escucha individual en muchos

casos desde smartphones y con auriculares, es decir el *podcast* le habla al oído de los oyentes.

Además se debe anotar el uso de lenguaje explícito, algunos podcasters lo llaman *rude podcast* por el uso de palabras consideradas vulgares o por lo menos malsonantes. En los casos analizados el uso de este tipo de lenguaje es natural, propio del diálogo, y no forzado o adrede para vincularse con algún tipo de audiencia.

6.4.7 Las estrategias de difusión

Sobre los mecanismos utilizados para difundir información no podemos afirmar que hay alguno hegemónico, por el contrario, lo que se observa fruto del análisis de contenido es que todas las estrategias son usadas dependiendo del tipo de *podcast*, así las estrategias de los procedimientos de opinión son propios de los *podcast* de análisis de la información nacional y la coyuntura política, otros *podcasts* informativos utilizan procedimientos informativos generales. También hay *podcasts* que presentan estrategias de difusión de información a partir de las experiencias personales. En suma se usan diferentes procedimientos informativos.

El análisis de contenido realizado en muestras de dos años diferentes nos permitió e invitó (no obligó) a realizar un seguimiento a estos –y otras- propuestas de la podcástfera peruana durante varios meses.

Además, a partir de la base de datos construida, ver Anexo 3 y Anexo 5, puede ser profundizado en varios aspectos, nos ha permitido descubrir algunos indicios que – consideramos- enriquecen el análisis y que presentamos a continuación.

6.5 El segundo episodio en la historia del *podcasting* peruano

Sostenemos que 2019 es el año en que el desarrollo del *podcasting* peruano tiene un punto de quiebre, un cambio notable y por ende el inicio de un segundo momento, etapa o episodio en su historia, tal como lo hemos señalado en el capítulo 3, esto es debido a la aparición de grandes corporaciones de medios de comunicación que ingresan a la *podcast*fera a producir, ofertar y competir con una nueva propuesta de *podcasts*.

Los primeros años del *podcasting* peruano, fueron momentos de experimentación tecnológica, de descubrimiento y de exploración en la generación de contenidos, que produjo un interesantísimo escenario de una *podcast*fera peruana independiente y amateur, los grandes medios masivos, no conocían el nuevo medio sonoro digital, no lo llegaban a entender y menos apostaban por él. En esos primeros años aparecieron muchos y desaparecieron otros tantos *podcasts*, se asentaron unos y lograron estabilidad otros.

2019 es un año diferente, el año del despegue del *podcasting* peruano.

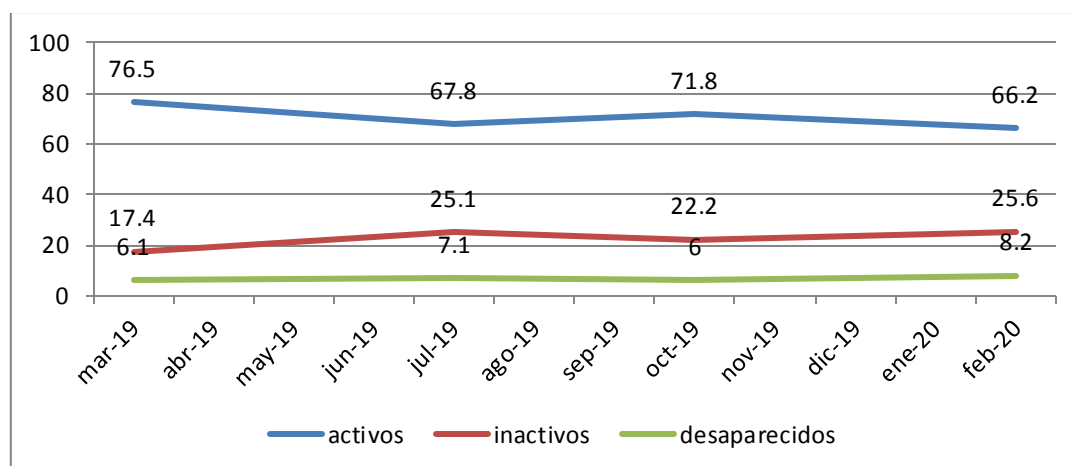
Se promociona, en toda su dimensión, nace el servicio RPP *Podcast* de Radio Programas del Perú, la emisora informativa más importante del país, además aparece el servicio de LR *podcast*, del grupo La República, uno de los diarios más importantes del país, y grupo de comunicaciones que logra ser reconocido –según datos de Google Analytics³⁸- como el mejor medio digital de América Latina al recibir más de 50,5 millones de usuarios únicos.

A inicios de 2020, aparecieron dos servicios de *podcast* muy importantes, Nacional *Podcast* de radio Nacional y la naciente oferta de audio *on demand* de El Comercio.pe. Lo cual nos muestra la importancia que vienen ganando los contenidos sonoros en medios digitales de las empresas peruanas de comunicación masiva.

³⁸ <https://larepublica.pe/sociedad/2019/11/10/la-republica-bate-record-y-es-lider-de-medios-digitales-en-el-peru-infobae-clarin-la-nacion/>

El 17 de febrero de 2020 la web de La Unión Podcastera publicó un artículo titulado Datos de *Podcast* de Perú³⁹, del que rescatamos el censo de los *podcast* que en entre marzo de 2019 y febrero de 2020 se mantuvieron activos, pasaron a estar inactivos o simplemente desaparecieron.

Gráfico 6.3
Actividad del *podcast* en Perú



Fuente: Datos del *Podcast* en Perú. La Unión Podcastera

Elaboración propia

A pesar que el porcentaje de *podcasts* activos está a la baja, hay que señalar que, la cantidad de los producidos en Perú aumentó en 2020, esto se explica debido a que algunos nuevos se convierten en *podcasts* irregulares, producciones que no suelen mantener la periodicidad, por lo menos semanal, de producción y oferta de contenidos sonoros.

Sobre los datos de La Unión Podcastera (2020), debemos señalar que se asume como activo a un *podcast* que por lo menos publicó un episodio en los últimos diez meses. Sin embargo, consideramos que un *podcast* que publica un episodio en –hasta- diez meses es uno producido como hobby y no como un servicio, esto último implica cierta periodicidad para establecer una relación con la audiencia.

³⁹ <https://unionpodcastera.com/2020/02/17/datos-del-podcasting-en-peru/>

6.6 Comparando 2019 con 2020

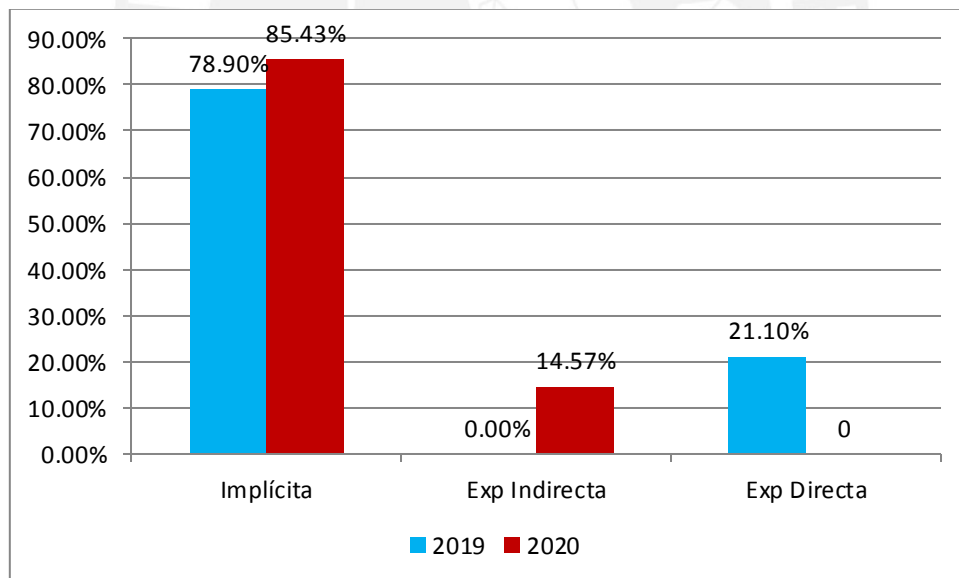
A continuación comparamos lo sucedido con la muestra *podcasts* en 2020 en relación con 2019, qué cambios y continuidades presentaron.

6.6.1 LR *podcast*

El *podcast* Claro y directo no muestra grandes cambios entre 2020 y 2019, sigue analizando la actualidad política nacional, en su mayoría usa fuentes indirectas, no hay presencia del público oyente, como estrategias expresivas utiliza lenguaje emotivo y ameno.

Tabla 6.4

Comparativo de las Fuentes en el *podcast* Claro y Directo: 2019 vs 2020

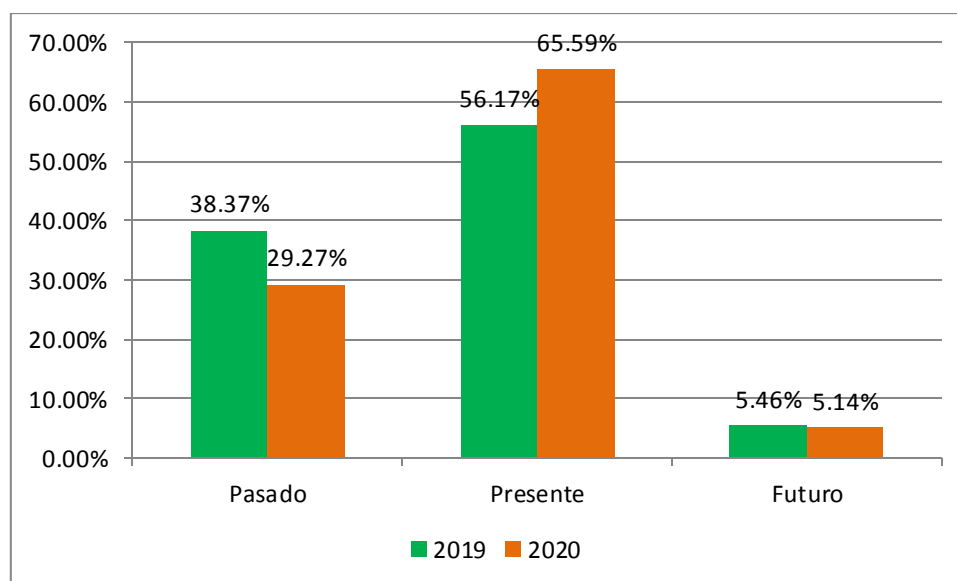


Elaboración propia

Sin guion sigue analizando la actualidad nacional, entonces también aborda el tema del Covid-19. Las fuentes son indirectas, el análisis es mayormente del presente, con base en el pasado. La participación del público no existe y utiliza un lenguaje ameno y emotivo.

Tabla 6.5

Comparativo de la Historicidad en el *podcast* Sin Guión: 2019 vs 2020



Elaboración propia

Al pie de la letra, un *podcast* nativo y especializado en comentar obras de la literatura de diferentes épocas y países, si re enfoca sus contenidos para alinearlos con la coyuntura, tratando el tema de la pandemia, en la producción literaria de escritores peruanos. El cambio es sutil.

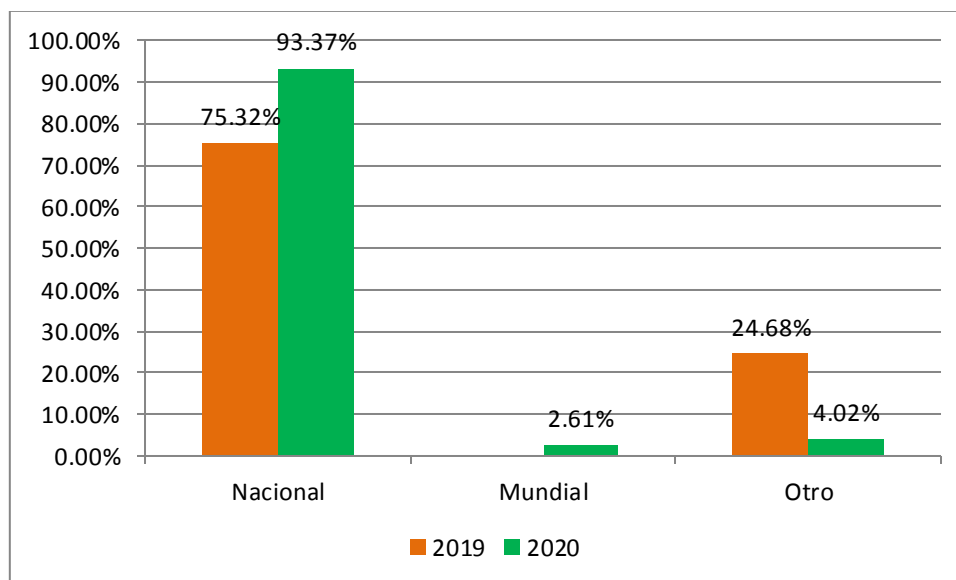
A Balón parado, si bien el tema central sigue siendo la actualidad del fútbol nacional como internacional, todo el análisis y comentarios presentados en este *podcast* en 2020 está influenciado por la pandemia. Las estrategias expresivas siguen siendo entre el uso de lenguaje emotivo y ameno y las estrategias de difusión entre el 2019 y 2020 disminuyen los contenidos basados en opinión a favor de la información general, ya que su contenido se debe a información especializada debido a la situación de la salud por el Covid-19.

Tr3s D, sigue con su análisis político, pero tomando en cuenta la variable de la pandemia, las fuentes son en su mayoría indirectas, no hay presencia de los oyentes en los contenidos sonoros y las estrategias expresivas se basan en el uso de un lenguaje emotivo y ameno, es decir el enfoque temático cambia por la pandemia, pero

manteniendo el análisis de la misma temática, la política, y con el mismo estilo de tratamiento.

Tabla 6.6

Comparativo de los Ámbitos de la información del *podcast* Tr3s D: 2019 vs 2020



Elaboración propia

Sobre las cuerdas, el *podcast* nativo sobre lucha libre, sigue privilegiando el espectáculo de dicha actividad antes que elaborar un enfoque desde la coyuntura de la pandemia. Se observa que entre junio y julio de 2019 se produjeron 16 episodios, mientras en el mismo período de 2020 fueron 18 los episodios producidos, si bien la diferencia en el número de producciones es mínima, el tiempo de duración promedio de los episodios de 2019 fue 28min y 28 seg., mientras que en 2020 alcanzó los 42 min y 20 segundo, es decir los episodios de 2020 tuvieron 48.7% más tiempo que los de 2019. Más cantidad de tiempo de contenido sonoro de entretenimiento durante la pandemia. El detalle en la siguiente tabla.

Tabla 6.3

Contenidos sonoros de Sobre las cuerdas de Junio/Julio 2019 y 2020

Episodio	Duración	Fecha	Episodio	Duración	Fecha
e1	32:41:00	04-jun-19	e82	46:56:00	02-jun-20
e2	20:43	12-jun-19	e83	49:47:00	04-jun-20
e3	20:40	14-jun-19	e84	51:16:00	10-jun-20
e4	21:06	19-jun-19	e85	48:56:00	11-jun-20
e5	23:30	21-jun-19	e86	52:22:00	16-jun-20
e6	26:49:00	26-jun-19	e87	50:00:00	19-jun-20
e7	23:06	29-jun-19	e88	44:55:00	23-jun-20
e8	25:25:00	01-jul-19	e89	52:29:00	25-jun-20
e9	39:05:00	12jul19	e90	47:24:00	01-jul-20
e10	32:58:00	09-jul-19	e91	51:53:00	02-jul-20
e11	35:52:00	12-jul-19	e93	30:56:00	08-jul-20
e12	37:08:00	17-jul-19	e94	30:58:00	09-jul-20
e13	25:33:00	19-jul-19	e95	33:42:00	13-jul-20
e14	35:39:00	24-jul-19	e96	32:49:00	17-jul-20
e15	26:46:00	26-jul-19	e97	35:03:00	21-jul-20
e16	28:42:00	31-jul-19	e98	33:19:00	24-jul-20
Cantidad 16 ep.	455:43:00		e99	33:17:00	28-jul-20
Duración promedio	28:28:56		e100	36:10:00	31-jul-20
			Cantidad 18 ep.	762:12:00	
			Duración promedio	42:20:40	

Elaboración propia

6.6.2 RPP *podcast*

En RPP *podcast* lo más notorio en 2020 fue la aparición de los contenidos Aprendo en casa, estrategia de educación a distancia del Ministerio de Educación de Perú por la pandemia. Es una producción sonora que se señala conceptualizada para su distribución y consumo por *podcast* y radio.

Enfocándonos en la muestra podemos afirmar que Metadata presenta las novedades tecnológicas del momento, hace muy poca mención al Covid-19, y sus otras variables

características del contenido sonoro se mantienen muy estables y similares, entre 2019 y 2020.

La principal variación entre 2020 y 2019, en el bimestre estudiado, es la cantidad de contenido sonoro producido, el incremento es enorme, cada episodio pasa de una duración de 34min en promedio en 2019, a una hora y 14min de duración promedio en 2020, lo que representa un aumento de 230% en tiempo de contenido sonoro producido. Además en 2020 se ofrecieron en el bimestre observado 9 episodios versus los 6 de 2019.

Tabla 6.4

Episodios de Meta Data de Junio/Julio 2019 y 2020

Episodio	Duración	Fecha	Episodio	Duración	Fecha
E33	00:38:01	05-jun-19	E73	01:16:38	04-jun-20
E34	00:17:19	13-jun-19	E74	01:36:38	10-jun-20
E35	00:31:52	20-jun-19	E75	01:20:19	18-jun-20
E36	00:53:57	28-jun-19	E76	00:53:28	26-jun-20
E37	00:37:27	04-jul-19	E77	01:22:05	03-jul-20
E38	00:25:51	11-jul-19	E78	01:30:08	09-jul-20
Cantidad 6 ep.	3:24:27		E79	01:09:14	16-jul-20
Duración promedio	0:34:04		E90	00:51:04	24-jul-20
			E81	01:14:59	31-jul-20
			Cantidad 9 ep.	11:14:33	
			Duración promedio	1:14:57	

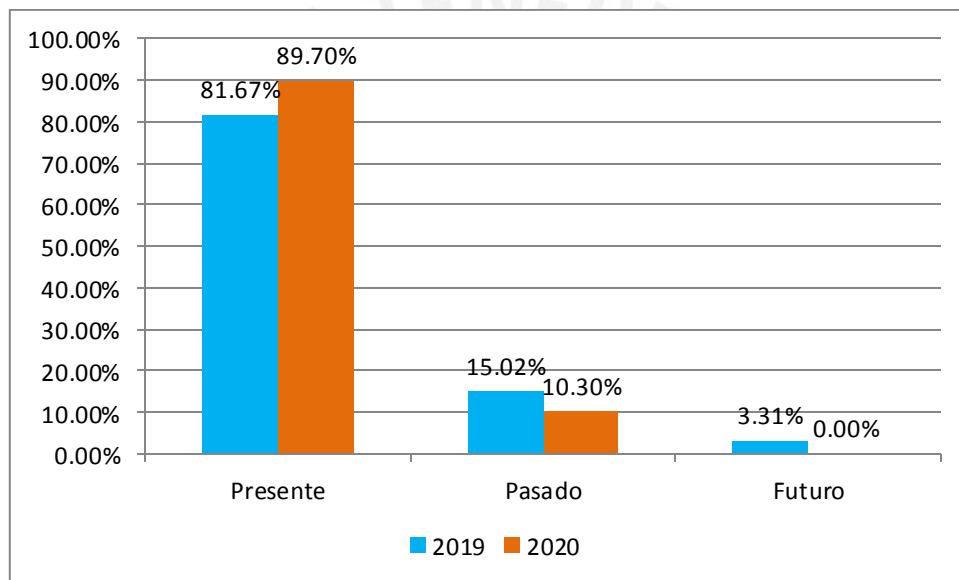
Elaboración propia

6.6.3 Radio Moda

El Show de Carloncho, presenta un contenido sonoro más estructurado y mejor editado, las referencias a la pandemia están presentes. Los oyentes son apelados en cerca de una cuarta parte del tiempo del episodio y sus estrategias expresivas están basadas en lenguaje emotivo, ameno y popular.

Gráfico 6.7

Comparativo de la Historicidad de los temas del *podcast*
El Show de Carloncho: 2019 vs 2020



Elaboración propia

La historicidad, tal como lo muestra el gráfico supra, es en su mayor parte presentista, esto se explica debido a que este *podcast* es elaborado a partir del programa radial en vivo, del mismo nombre, y que apela a las actividades diarias de la audiencia. En 2020, debido a la pandemia, la mirada aún más presentista aumenta en aproximadamente 10%, debido a la importancia de la actualidad.

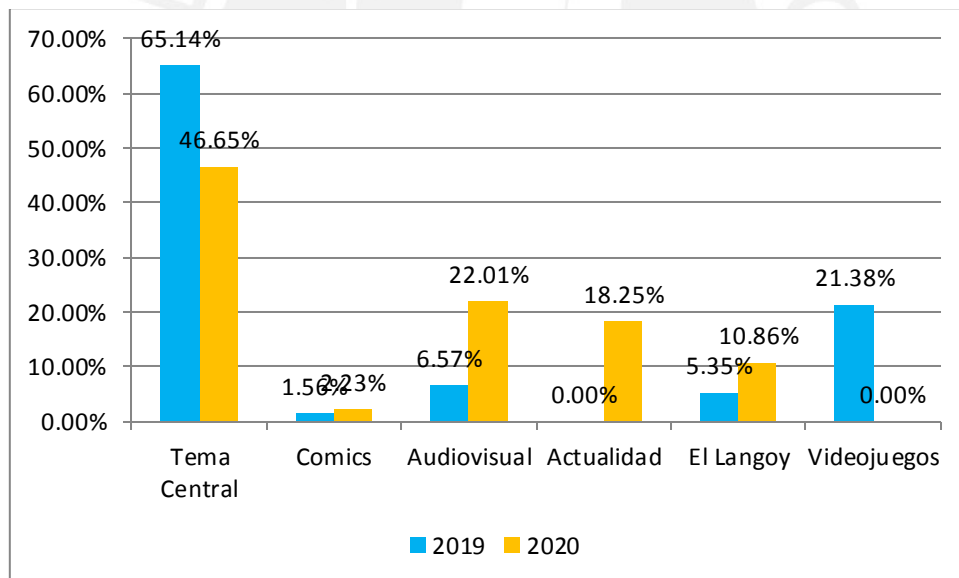
6.6.4 Los independientes

El Langoy continúa comentando las novedades, de lo que ellos llaman, la cultura popular temas que van de video juegos a series de televisión, cómics, entre otros. Las referencias a la pandemia son mínimas.

Cabe resaltar que los primeros años de este *podcast* fueron realizados prestándole poca atención a la calidad del audio, sin embargo en 2019 empezaron a grabar los episodios en un estudio de sonido, proceso de fue interrumpido por la pandemia que los regresó a grabar de forma remota, aunque en 2020 tuvieron mayor dedicación y atención a la calidad del audio que ofrecieron en sus episodios.

Gráfico 6.8

Comparativo de las Temáticas del *podcast* El Langoy: 2019 vs 2020



Elaboración propia

De otro lado, El Langoy muestra 10 episodios entre junio y julio de 2019 e igual número en 2020, siendo 1:59:07 la duración promedio en 2019 y 1:50:29 en 2020, la variación es mínima, tal como se aprecia en el comparativo de las siguientes tablas.

Tabla 6.5
Episodios de El Langoy de Junio/Julio 2019 y 2020

Fecha	Duración	Fecha	Duración
07-jun-19	2:52:00	03-jun-20	1:54:05
15-jun-19	3:02:00	11-jun-20	2:10:57
19-jun-19	0:05:09	18-jun-20	1:21:15
27-jun-19	3:13:00	18-jun-20	2:43:49
03-jul-19	1:57:00	23-jun-20	1:07:09
10-jul-19	2:07:00	26-jun-20	2:18:40
12-jul-19	0:40:39	02-jun-20	1:39:57
16-jul-19	0:16:22	20-jul-20	0:23:00
25jull19	2:24:00	24-jul-20	2:59:20
31-jul-19	2:14:00	24-jul-20	1:46:42
Cantidad 10 ep.	18:51:10	Cantidad 10 ep.	18:24:54
Duración promedio	1:53:07	Duración promedio	1:50:29

Elaboración propia

El *podcast* Hablemos con Spoilers mantiene su tónica de comentar las novedades de la cultura pop y ciertos temas de actualidad nacional. Las fuentes informativas son en su mayoría indirectas y sigue existiendo presencia del público oyente al referirse a los *patreons* y otros *podcasts*. La estrategia expresiva sigue siendo con lenguaje ameno, emotivo y popular, con buena carga de palabras vulgares.

En 2020 presentan 14 episodios entre junio y julio versus los 11 del mismo bimestre de 2019, el promedio de duración de los episodios fue 2:58:29 en 2020 mientras que 2:36:47 en 2019, el aumento de 13.8% del tiempo promedio de duración no muestra un gran cambio, sin embargo son casi 13 horas en el bimestre más de producción de contenidos sonoros, una diferencia importante de 2020 con respecto de 2019, lo que representa un 44.9% más de tiempo de producción.

Tabla 6.6

Contenidos sonoros de Hablemos con Spoilers de Junio/Julio 2019 y 2020

Fecha	Duración	Fecha	Duración
03-jun-19	03:47:12	01-jun-20	03:52:27
03-jun-19	01:40:45	08-jun-20	03:36:25
04-jun-19	02:22:13	12-jun-20	00:44:03
10-jun-19	01:35:04	14-jun-20	02:54:19
11-jun-19	02:56:43	15-jun-20	03:30:36
19-jun-19	02:38:29	21-jun-20	02:23:35
25-jun-19	02:24:44	23-jun-20	04:38:46
01-jul-19	03:12:07	28-jun-20	02:58:27
10-jul-19	03:04:24	30-jun-20	02:32:47
23-jul-19	02:53:15	06-jun-20	02:52:53
30-jul-19	02:09:40	15-jul-20	03:13:24
Cantidad 11 cs.	28:44:36	21-jul-20	03:21:52
Duración promedio	2:36:47	27-jul-20	03:00:32
		31-jul-20	01:58:45
		Cantidad 14 cs.	41:38:51
		Duración promedio	2:58:29

Elaboración propia

Esto se debe a que este *podcast* continuó difundiendo Hablemos con Naruto un especial sobre anime, HCS Gaming un especial sobre video juegos, Hablemos sin Spoilers un especial sobre reseñas de contenido audiovisual de Netflix, y el nuevo noches de DISCORDia (publicado los días miércoles), y los episodios Extra.

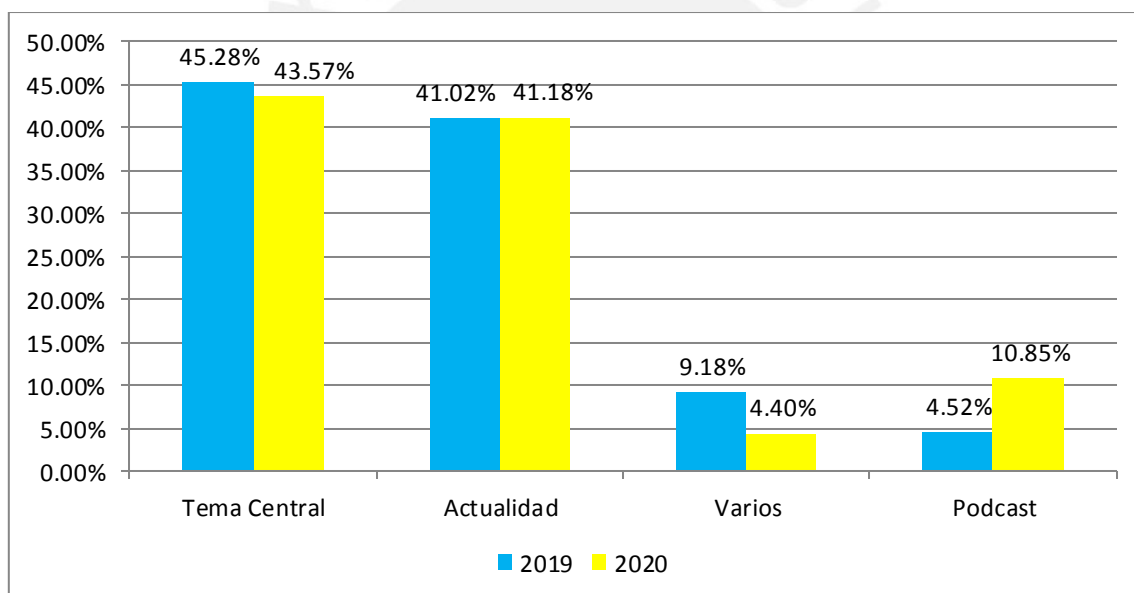
En 2020 el *podcast* Nación Combi continúa con su frecuencia semanal y usando una estructura de contenidos similar a la de 2019, comenta la actualidad nacional, incluyendo en 2020 la situación de la pandemia por Covid-19. La información es básicamente de ámbito nacional, la historicidad del contenido sonoro es del presente y la mayoría de fuentes usadas son indirectas. El público no participa del contenido sonoro y las estrategias expresivas son básicamente de lenguaje emotivo y ameno. Hay que resaltar que las estrategias de difusión se basan en procesos informativos generales, especializados o de experiencia propia, cuidan mucho no dar opinión, sino información sustentada.

Moloko es uno de los *podcasts* que más aumentó el número de sus entregas, en su caso no definido como Extras o Especiales, sino que ofreció más episodios. Abordó,

comentó y brindó información sobre la actualidad nacional con un singular enfoque acerca de la actividad cultural peruana, tanto en 2019 como en 2020 tiene un espacio para la publicidad, que sustenta el trabajo de producción. La historicidad de sus contenidos fluctúa entre el pasado y el presente. Presenta información basada en fuentes indirectas, no hay presencia de los destinatarios y utiliza estrategias expresivas de lenguaje emotivo y ameno, cuidando el uso de lenguaje correcto, ergo evitando palabras malsonantes. Se observa una producción estructurada, los episodios tiene un tema central, abordan temas de actualidad, temas diversos y de la actividad del mismo *podcast*.

Gráfico 6.9

Comparativo de las Temáticas de Moloko podcast: 2019 vs 2020



Elaboración propia

Moloko *podcast* entre junio y julio de 2020 ofreció 19 episodios, diez más que en el mismo período de 2019, además produjo 31.9% más de tiempo en contenido sonoro, una diferencia notable y nada desdeñable.

Tabla 6.7

Episodios de Moloko Podcast de Junio/Julio 2019 y 2020

Fecha	Duración	Fecha	Duración
02-jun-19	01:28:41	01-jun-20	01:06:18
10-jun-19	01:31:01	05-jun-20	00:30:29
17-jun-19	01:49:54	08-jun-20	00:54:59
24-jun-19	00:58:11	12-jun-20	00:30:49
30-jun-19	01:06:43	17-jun-20	00:54:15
08-jul-19	00:52:20	18-jun-20	00:26:15
14-jul-19	00:49:45	21-jun-20	01:05:08
21-jul-19	01:06:48	25-jun-20	00:25:45
28-jul-19	01:06:08	29-jun-20	00:51:03
Cantidad 9 ep.	10:49:31	01-jul-20	00:43:55
Duración promedio	1:12:10	06-jul-20	00:59:39
		08-jul-20	00:34:03
		13-jul-20	00:53:57
		19-jul-20	00:26:03
		19-jul-20	00:55:08
		19-jul-20	00:50:09
		24-jul-20	00:32:11
		27-jul-20	01:00:42
		31-jul-20	00:36:13
		Cantidad 19 ep.	14:17:01
		Duración promedio	0:45:06

Elaboración propia

En 2020 el *podcast* Sin Paltas continuó abordando con interesante destreza diversos temas de la vida cotidiana, desde los testimonios de sus *hosts*. El tema del Covid-19 no está presente como una sección o parte de la estructura del contenido sonoro, pero los *speakers* testimonian desde una coyuntura de cuarentena por pandemia. Ellos “hablan sin paltas, sin roche” es decir sin timidez. Aumentaron de forma notable la cantidad de episodios por la larga cuarentena que se vivió en Perú en 2020, fueron cerca de 4 meses en los que la circulación estuvo restringida, lo que ocasionó también una mayor demanda de contenido de los medios de comunicación, tanto de información y de entretenimiento.

El ámbito de los contenidos sonoros va de entre lo local y lo indeterminado ya que los conductores suelen presentar sus experiencias y abstraer las temáticas en una conversación agradable y bastante balanceada en la participación de ambos. La

historicidad de los contenidos de Sin Paltas está entre el pasado y el presente y las estrategias expresivas entre el lenguaje emotivo, ameno y popular.

Tabla 6.8
Episodios de Sin Paltas de Junio/Julio 2019 y 2020

Fecha	Duración	Fecha	Duración
09-jun-19	01:07:02	07-jun-20	01:17:32
16-jun-19	01:08:18	14-jun-20	01:06:15
30-jun-19	01:03:45	22-jun-20	01:03:57
07-jul-19	01:06:41	28-jun-20	01:06:47
14-jul-19	00:59:08	06-jul-20	01:06:10
21-jul-19	01:09:46	13-jul-20	01:02:46
Cantidad 6 ep.	6:34:40	19-jul-20	01:01:54
Duración promedio	1:05:47	26-jul-20	01:04:17
		Cantidad 8 ep.	8:49:38
		Duración promedio	1:06:12

Elaboración propia

Entre junio y julio de 2019 Sin Paltas ofreció 6 episodios, mientras que en 2020 fueron 8, con un 34.2% más de tiempo de producción de contenido sonoro.

6.7 La *transmedia* en el *podcasting* peruano

Según el análisis de la muestra en 2019, la mayoría de *podcasts* se limita a proponer accesos expandidos, para mejorar la accesibilidad al contenido sonoro, pero en muy pocos casos desarrolla contenidos expandidos o narrativas transmediales.

Sin embargo destacan dos *podcasts* independientes con apuestas y esfuerzos *transmedia* Hablemos con spoilers y El Langoy, cuyo análisis detallaremos a continuación.

6.7.1 Hablemos con spoilers

Se presenta como “un *podcast* y una comunidad de facebook” (sic), donde tiene más de 46 mil suscriptores, cifra nada despreciable. Lo interesante es que en dicha red social los *hosts* del *podcast* extienden el contenido sonoro en narrativas gráficas y audiovisuales. En algunos capítulos logran producir varios memes sobre los contenidos del episodio que preparan y que presentan en vivo los domingos a las 9pm. en *Youtube Live*, otro acceso expandido de esta propuesta.

La producción de videos y memes muestran una enorme carga satírica, bastante bien administrada con criterios de producción profesional, que en algunos casos superan al contenido sonoro. Los *Trailers chicha*⁴⁰ que realizan sobre algunas películas de cine resultan una práctica *spoiler* destacable, por el nivel de producción y la creatividad invertida. Estamos entonces ante un *podcast* con eminente afán y trabajo transmediático.

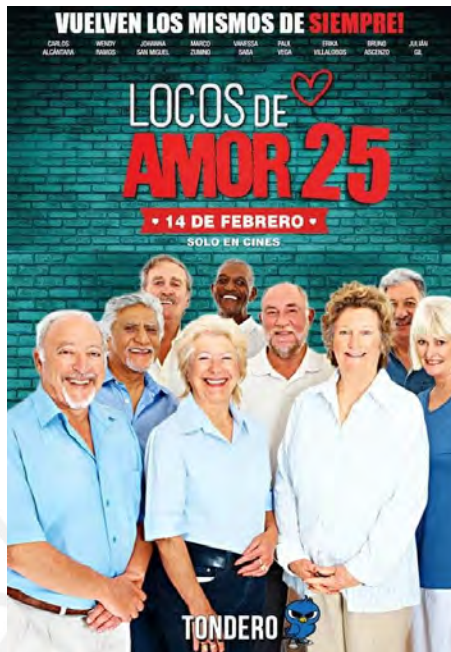
En la actualidad, las dinámicas creativas de los podcasters tienden hacia la dispersión de contenidos en distintas plataformas y en lenguajes mediáticos diferenciados bajo principios muy próximos a la narrativa transmedia (Scolari, 2013) que desbordan las barreras de su monolingüismo mediático inicial para situarse en posiciones que amplían exponencialmente las posibilidades del formato sonoro.

(García-Marín, 2019, p. 194)

⁴⁰ Trailer chicha de la película Doblemente embarazada.
<https://www.facebook.com/hablemosconspoilers/videos/615046222404525/>

Figura 6.1

Meme sobre la película peruana Locos de Amor, versión de Hablemos con spoilers



Fuente:

<https://www.facebook.com/hablemosconspoilers/photos/a.195569410983518/680408342499620/?type=3&theater>

Hablemos con spoilers al definirse como una comunidad, tiene presentadores no son un grupo definido ni cerrado, esto origina que diversos sub grupos de presentadores e invitados elaboren contenidos expandidos, de varios tipos:

- Extensiones textuales:
 - Extensiones narrativas, como es el caso de Hablemos sin spoilers y HcS's Classic.
 - Extensiones diegéticas, como es el caso de Noches de DISCORDia, *podcast* fruto de pandemia.
 - Información relevante, como es el caso de Hablemos de Naruto y HCS Gaming.

De esta forma la comunidad Hablemos con spoilers tiene el *podcast* como nave nodriza que presenta una profusa actividad *transmedia* en otras entregas sonoras pero

además en el audiovisual y producción de memes que son compartidos en Facebook e Instagram.

6.7.2 El Langoy

Este *podcast* independiente, que resultó de inspiración a Hablemos con Spoilers, también presenta contenidos expandidos, en su versión de extensiones textuales narrativas con sus episodios El Lagoy Xtra, a esto le suma la gestión de su Facebook e Instagram con contenidos expandido del *podcast*, pero en formato gráfico, con memes y videográficos, siempre en relación con los contenidos de producto insignia: el *podcast*.

6.7.3 Los otros independientes

El caso de Hablando huevadas es diferente, este proyecto no nace como un *podcast*, sino como un show, una presentación en vivo, un espectáculo de dos artistas de *Stand Up Comedy*, pero que influidos por el programa radial español *Nadie sabe nada*, se sientan frente al público para hacer humor. Promocionan sus presentaciones por Youtube, y por *podcast*, la mayoría de los episodios resultan ediciones de los audios (contenido adaptado o *repackaged content*) de sus presentaciones en vivo para ser compartidas en diversas plataformas. Esto nos indica que el *podcast* es un acceso expandido de la nave nodriza que es la presentación en vivo, en 2019 en auditorios y teatros y en 2020 en versión online.

Otros *podcast* independientes como Moloko y Sin paltas usan accesos expandidos, entendemos para aumentar y facilitar su acceso, desde las redes sociales Facebook e Instagram. Lo curioso es que el contenido narrativo expandido en las redes sociales suele ser el mismo.

6.7.4 La industria

En los *podcasts* producidos por los grandes medios de comunicación, o la industria mediática, destacan un gran grupo de propuestas que nacen de contenido adaptado, en RPP desde sus programas de radio, al igual en radio Moda con El show de Carloncho, en LR *podcast*, desde los programas de TV online de RTV. Los *podcasts* nativos no son muchos además en ninguno de los casos se observa una propuesta *transmedia* clara.

6.8 El *podcasting* peruano

6.8.1 El uso de la etiqueta

El ánimo de ser moderno, abrazar las nuevas tecnologías, pero investigando nada y conociendo poco ha llevado a nombrar contenidos sonoros como *podcast*, cuando no lo son. Destaca *MTC podcast* del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, un producto sonoro de evidente vínculo con la tradicional producción radial, ofrecido en un *site* dentro de la web del MTC y no distribuido por ninguna *podcatcher*. Además, el proceder del MTC expresa un anhelo, de dicho ente rector, por informar a la comunidad de navegantes de internet sobre el quehacer del ministerio usando el *podcasting*.

Algo similar ocurre con GRC Radio/*Podcast*, contenido sonoro producido por el Gobierno Regional de Cajamarca que se ofrece en su página web, y las distribuidoras Anchor y Spotify, en este caso los productores sonoros confunden radio con *podcast*, al parecer para ellos es lo mismo.

Otro caso que podemos señalar es el de Radio Moda, el programa radial el Show de Carloncho edita su emisión en vivo para ofrecerlo como *podcast*. En la edición solo rescata la locución, diálogos entre locutores y algunas intervenciones del público, elimina la música, haciendo del contenido sonoro un producto mutilado e incompleto.

Los productores de dicha emisora radial ofrecen un producto que no está diseñado como *podcast*, y que consideramos está más cercano al audio *on demand*.

6.8.2 Los *podcasters* apasionados

Una mención especial merecen los *podcasts* independientes, el grupo de *podcasters* que dan vida a estas experiencias es apasionado con la comunicación, comprometido con su audiencia, difícilmente fallan en no difundir un episodio alguna semana, son conocedores y hasta fanáticos de algunos temas, con los que establecen la estrategia de contenidos de cada episodio, han logrado generar una comunidad de oyentes, interactuantes y seguidores, comunidad que se establece y configura a partir de compartir el gusto por los temas que abordan y desarrollan con singular estilo.

6.8.3 La aparición de la industria: los grandes nuevos jugadores

Desde finales de 2018 la industria de los medios de comunicación pone los ojos en el *podcasting* para no dejar vacío ese naciente espacio mediático digital, reconociendo su presencia, con el fin de captar un segmento de la audiencia que va perdiendo con sus medios masivos, y también buscando nuevas plataformas para expandir su negocio. A RPP *podcast* le siguió LR *podcast*, en 2020 El Comercio.pe empezó a producir *podcast*, Radio Nacional lanzó Nacional *Podcast*.

La presencia de la industria augura una *podcástfera* cada día más nutrida y con diversas ofertas.

6.8.4 Las productoras profesionales alternativas de *podcasts*

Además de las corporaciones mediáticas que empiezan a ofrecer *podcasts* también es relevante la aparición de pequeñas productoras independientes, en ese grupo destacan en 2019, Convoca *Podcast*, como una productora de periodismo de investigación; Moloko como una productora de varios productos audiovisuales, el *podcast* es uno de ellos y, por último, Sin Paltas, *podcast* que también tiene previsto un plan de marketing del producto para ser medio de difusión publicitaria.

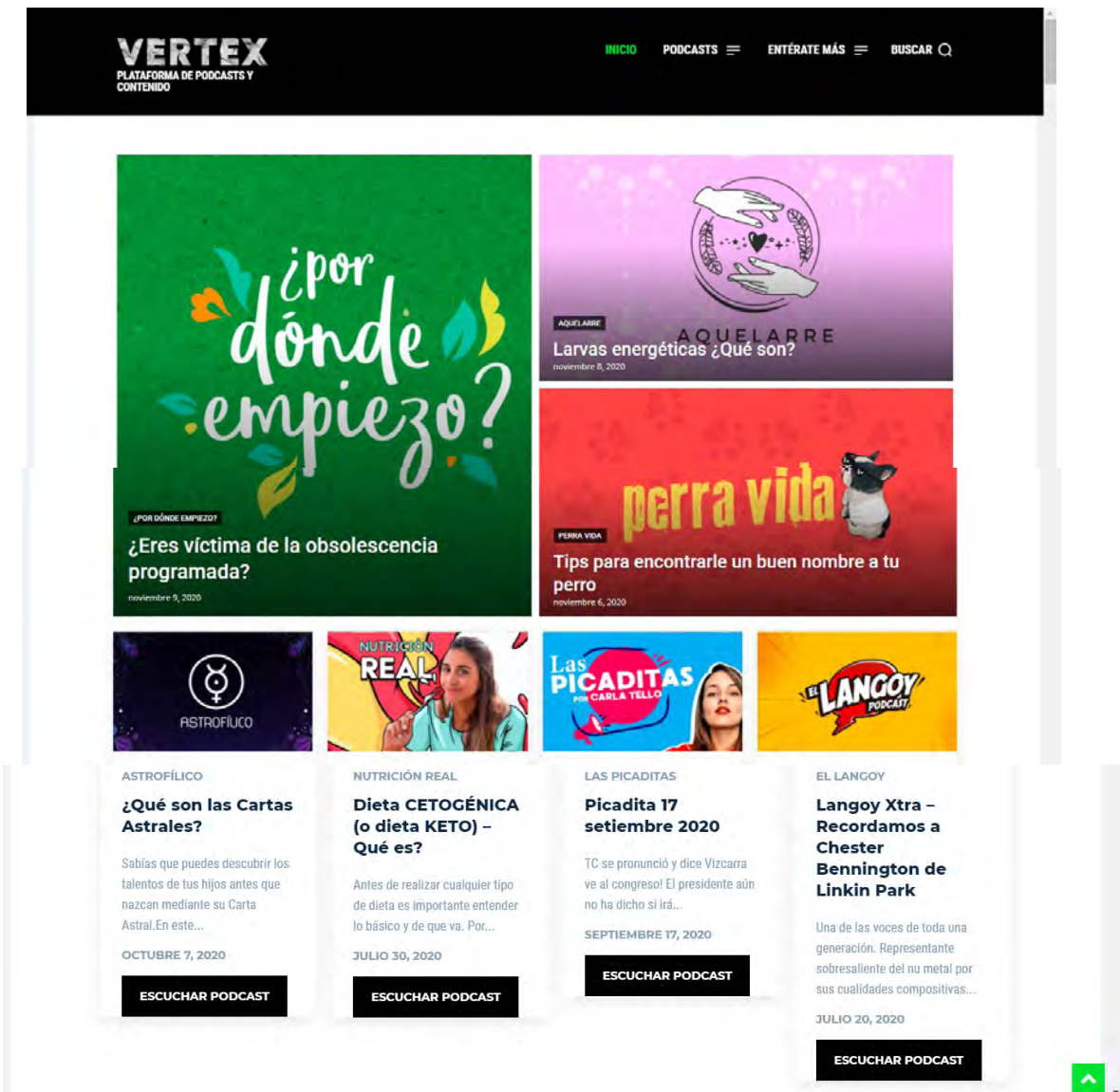
En el año 2020, aparecieron productoras, promotoras y webs de difusión de *podcast* peruanos como vertex.pe y decibelio85. Además está *Podcast club* que ofrece asesoría y ciertos servicios para facilitar la producción y publicación de *podcast*.

6.8.4.1 Vertex.pe

Vertex.pe es una plataforma que se presenta con los hashtags #podcast y #contenido #ondemand. Se definen como “creadores de contenido de audio para una audiencia de personas conectadas, curiosas que buscan contenido de valor.” ([Vertex.pe](https://www.vertex.pe), 20nov20, párrafo 1). Esta plataforma presenta *podcasts* de muy diversos temas como astrología, nutrición, análisis de la coyuntura, cultura popular, entre otros. Su fundadora Doménica Lastra señala que Vertex es un *hub* peruano de contenidos que busca educar a la audiencia en el consumo de *podcast* y que trabajarán a largo plazo por impulsar la industria.

Figura 6.2

Home de vertex.pe



Fuente: <https://vertex.pe/>

Generamos experiencias de contenido sonoro, orientada a múltiples audiencias con intereses, segmentos y estilos de vida altamente diferenciados. Con el objetivo de entretener, informar y educar conectando de una manera reconocible y familiar, convirtiendo el mensaje de las marcas en un contenido creativo y de valor para audiencias interesadas en esta información”, explica Francisco Hermoza, Director de Contenido y Social Media. (Mercado negro 2020: párrafo 5)

6.8.4.2 Decibelio85

Se define como la primera casa productora de *podcasts* narrativos en Perú con contenido de valor que permite educar y entretener. Producen *podcast* corporativos y acompañan, en buena cuenta, la producción de *podcast* independientes. Está promovido por 4 profesionales que dicen haber dejado sus oficios por la aventura de *podcasting* en Perú.

Figura 6.3



Fuente: <https://www.decibelio85.la/>

6.8.4.3 Podcast club

Es una productora de *podcast* que, a la fecha recién tiene tres, ofrece asesoría y colaboración en la producción de un *podcast*.

Figura 6.4

Home de Podcast Club



Fuente: <https://www.podcastclub.pe/>

A noviembre 2020 existen varias nacientes iniciativas de nuevas productoras de *podcasts*, sin embargo las más importantes son las nombradas supra por haber lanzado el emprendimiento de manera pública y a las que se observa invierten esfuerzo por hacerse conocidas y competir en la naciente podcástfera nacional.

Por lo antes expuesto consideramos que el *podcasting* peruano es testigo de una explosión, un vertiginoso crecimiento haciendo de la podcástfera peruana un escenario cada vez más interesante, diverso y en permanente evolución.

6.8.5 Nuevos, desaparecidos e irregulares

2020 ha sido un año en el que el *podcasting* peruano aceleró su proceso de crecimiento.

Aparecieron nuevas propuestas de la industria y del lado de los independientes, además se debe destacar que se han producido más horas de contenidos sonoros. Sin embargo también han desaparecido algunas propuestas, entre ellas destacan Poco floro, *podcast* de entrevistas a jóvenes personajes de la escena artística y el deporte, que dejó de difundirse por la pandemia.

En LR *podcast*, quizá el caso más sonado o importante sea la desaparición del *podcast* Sigrid, lo explicó la misma periodista al señalar que “por la pandemia en LR estamos haciendo menos cosas”, superado el tiempo de confinamiento tampoco regresó. Además desaparecieron los *podcasts* Señales y Perdidos en el espacio.

En RPP *podcast* dejaron de producirse La Receta de Gastón, pero apareció un contenido sonoro ofrecido como *podcast* y debido a la pandemia, nos referimos a Aprendo en casa, contenido sonoro parte de la estrategia educativa a distancia ante la pandemia. Es el primer contenido sonoro sistemático que se ofrece como *podcast*, esperamos que en breve en el Ministerio de Educación de Perú se tome en su real dimensión las enormes posibilidades de usar la producción de *podcast* como estrategia de educación a distancia.

También en RPP *podcast* uno de los *podcasts* más escuchados en 2019, nos referimos a Progamer, tuvo una irregular producción en 2020.

A nivel institucional MTC *podcast* y GRC *podcast*/radio han dejado de ser producidos y publicados.

Dentro de las propuestas poco regulares destaca la falta de decisión de Andina Radio y de Nacional *Podcast*, en ninguno de los casos se observa una definida oferta de producciones, adecuada promoción y ni estratégica distribución de *podcasts*.

Por todo lo antes expuesto sostenemos que existe una gran dinámica de la *podcástfera* peruana, el futuro de este nuevo medio nativo digital es auspicioso, ya que usos como en la educación y en el marketing, aún se encuentra en incipiente experimentación.

CAPÍTULO VII

TAXONOMÍA DE LA PODCÁSTFERA PERUANA

Una de las interrogantes que nos convenció desarrollar este estudio fue conocer cómo es la podcastfera peruana y para ello observamos, registramos y analizamos una muestra de *podcasts*, con el fin de proponer una tipología del *podcasting* peruano. Luego de realizar esa observación y el análisis de contenido de los *podcasts* muestra en 2019 y 2020 proponemos tres criterios con el fin de lograr definir los tipos de *podcast* en Perú:

- a. Por el tipo de productora.
- b. Por el tipo de *podcast* producido.
- c. Por los formatos sonoros y narrativos de *podcast*.

7.1 Por tipo de productora

7.1.1 Institucionales

Son aquellos *podcasts* producidos por organismos cuya labor no es hacer comunicación, menos *podcast*, pero que dentro de su estrategia de comunicación organizacional o corporativa toman en cuenta el *podcasting*, sus objetivos son de difusión del quehacer institucional. En esta categoría se encuentran los *podcasts* de:

- El MTC (Ministerio de Transportes y Comunicaciones)
- El GRC (Gobierno Regional de Cajamarca).

7.1.2 Medios de comunicación

Aquellos *podcast* producidos por los medios de comunicación (privados o públicos) pero con una labor principal que es hacer contenidos de comunicación y que suman a

su oferta un servicio de *podcast*. Estos medios de comunicación ven en el *podcast* hasta tres opciones:

- Brindar un servicio que fortalezca su relación con su audiencia.
- Producir *podcast* con fines comerciales, en busca de la monetización.
- Competir con otros medios que empiezan a ofrecer este tipo de servicios en el nuevo medio.

En esta categoría se encuentran los *podcasts* de:

- RPP *podcast*
- LR *podcast*
- Radio Moda
- Andina *podcast*, de la Agencia Andina
- Nacional *Podcast* (de Radio Nacional)
- Nación Combi, sale al aire en UCI noticias, en uci.pe

7.1.3 Independientes

Aquellos *podcast* que no pertenecen a ninguna de las dos categorías antecesoras, es decir aquellos que son fruto del esfuerzo de un grupo de personas sin tener el respaldo de una institución. En nuestro país pueden ser de dos sub tipos.

7.1.3.1 Amateurs

Los proyectos de *podcasts* que responden al entusiasmo de un grupo de personas con afán de ejercer su derecho de libertad de expresión, que tienen conocimiento especializado sobre determinados temas y que logran reunirse y producir el contenido sonoro, algunos responden a comunidades previamente establecidas o que se establecen fruto de la conformación de la audiencia del *podcast*. No tienen una estrategia de negocio (monetización) muy definida, se adhieren a la práctica del

crowdfunding (como Patreon), buscan la participación en la podcastfera en la *long tail* de ofertas de contenidos digitales. Hacen *nanocasting*, al dirigirse a un nicho de la audiencia.

Por lo general no tienen una gran preocupación por la calidad técnica de la producción del *podcast*, pudiendo definirse como *glicht podcasts*. En esta sub-categoría se encuentran los *podcasts*:

- El Langoy
- Hablemos con spoilers

7.1.3.2 Indie pro

Proponemos esta categoría para reunir a aquellos *podcast* que se configuran como proyectos que tienen objetivos de mercado, buscan hacer *podcast* con fines comerciales, por ende tienen un mayor cuidado en la producción de los contenidos, el *branding* del *podcast*, y cuentan con estrategias de promoción de sus contenidos. En algunos casos son parte de una estrategia de negocio o son parte de la oferta de comunicación de una productora o agencia de comunicación. En esta sub-categoría se encuentran los *podcasts*:

- Hablando huevadas
- Moloko
- Sin paltas
- Convoca *podcast*, uno de los medios de Convoca, en convoca.pe

7.2 Por tipo de *podcast*

Según el origen de la producción los *podcast* pueden ser:

7.2.1 Nativos

Aquellos contenidos sonoros producidos con el objetivo de hacer un *podcast*, dentro de este tipo observamos las siguientes sub categorías:

7.2.1.1 Profesionales

Aquellos *podcasts* que son parte de un proyecto, con características muy bien definidas, equipo humano –profesional de la comunicación- para su producción, realización y promoción en redes sociales digitales. Tienen cuidado con el registro y post producción de sonido. En esta sub categoría se encuentran:

- En RPP *Podcast*:
 - Metadata
 - ProGamer
- En LR *podcast*:
 - Al pie de la letra
 - Balón parado
 - Sobre las cuerdas
 - Vértigo
- Convoca *Podcast*
- Nacional *Podcast*:
 - Yo también me llamo Perú
 - Pa que te digo que no
 - La Linterna
 - Testigo de la noticia
 - Audiophylia
- Moloko
- Sin paltas
- Gobierno Regional de Cajamarca (GRC)
- Andina *podcast*

7.2.1.2 Amateurs

Son los *podcasts* producidos como proyectos de no profesionales de la comunicación, pero con gran entusiasmo y compromiso fundamentalmente con los temas que tratan. Tiene poco o regular cuidado con la gestión del sonido, materia expresiva fundamental del medio. En esta sub categoría se encuentran:

- El Langoy
- Hablemos con spoilers

7.2.2 Híbridos

Aquellos *podcast* que han sido producidos con el propósito de ser difundidos por radio y también puestos a disposición como *podcasting*. En realidad son contenidos sonoros pregrabados para ser utilizados en *broadcasting*. Para la emisora radial (productora profesional del audio) representa una secuencia grabada, bajo la lógica de una radio, pero que se pone a disposición como *podcast*, este tipo está más cerca de ser una *radio on demand*, que un *podcast*. En esta categoría se encuentran algunos de los contenidos sonoros ofrecidos por RPP *podcast*:

- Espacio vital
- La receta de Gastón
- Así de Claro
- Las cosas como son

7.2.3 Refurbished

Proponemos llamar de esta forma a aquellos contenidos sonoros ofrecidos como *podcast*, pero que no han sido producidos con tal fin, sino más bien se toma el audio de un contenido audiovisual (TV *streaming*) o de un programa de radio análogo, incluso pueden ser de un programa de radio *streaming*, incluso el *podcast refurbished*

puede ser fruto de la edición de una presentación en vivo, pero que es editado con el fin de darle apariencia de *podcast*. En esta categoría se encuentran:

- En RPP *podcast*:
 - Letras en el tiempo
 - ADN
- Radio Moda:
 - El show de Carloncho
- LR *podcast*:
 - Claro y Directo
 - Sigrid
 - Sin Guión
 - Tr3s D
- Hablando huevadas

7.2.4 No *podcast*

Aquellos audios que no son producidos para *podcast*, tampoco editados para acercarse al *podcast*, sino que simplemente han tomado el audio de un video streaming o un programa de radio. En todo caso deberían ser ofrecidos como *audio on demand*. En esta categoría se encuentran:

- LR *podcast*:
 - Perdidos en el espacio
 - Señales

7.3 Por tipo del formato sonoro del *podcasting*

A partir de la revisión bibliográfica, webgráfica y el análisis de los *podcasts* tomados como muestra proponemos los siguientes formatos de los contenidos sonoros:

7.3.1 Los *podcasts* de conversación

Es uno de los formatos esenciales del *podcasting*, la reunión de dos o más personas para conversar de manera informada acerca de un tema, desde lo más general, como los acontecimientos más importantes de la semana o videojuegos, anime, teorías conspirativas, entre otros. ¿De cualquier tema se puede hacer un *podcast* de conversación?, en realidad sí, siempre y cuando haya información que tienen algunos, que la quieren difundir, y otros quieran escucharla. También podría llamarse *All talk*. Este formato puede tener dos variantes:

7.3.1.1 *Gabfest*

Que puede ser llamado *All talk*, cuando dos o más personas se reúnen para conversar de forma sencilla y cotidiana sobre temas en general o especializados, la cuestión es que sea una conversación apasionada. Este es el caso de los *podcasts*:

- El Langoy
- Hablemos con Spoilers
- Sin Paltas
- Moloko
- Nacional *podcast*:
 - Pa que te digo que no
 - La Linterna
 - Audiophylia

Si la conversación es sumamente informal y sin mayor cuidado en la calidad del registro de sonido se le puede llamar *Chumcast* (Shapiro, 2016), este puede ser el caso de algunos segmentos y episodios de El Langoy y Hablemos con spoilers.

7.3.1.2 Showcast

Cuando el *podcast* es producido desde un show en vivo o el show en vivo es utilizado como único insumo para la edición de un *podcast*. Un ejemplo de este formato es el *podcast* Hablando huevadas.

7.3.2 Podcasts documentales

Formato que combina la narración con documentos sonoros que ilustran, ambientan y sustentan la narración. Si el relato se basa en la voz del locutor puede llamarse *storytelling*. Estos documentales sonoros, pueden abordar infinidad de temas, en nuestro país destacan los Documentales, fruto de una investigación periodística, ofrecidos por Convoca *podcast* y los *Storytellings* de Andina *podcast*.

7.3.3 De Noticias diarias o *Daily news* o *JournalCast* o *DailyCast*

Son los *podcasts* que aparecen de forma diaria y abordan temas informativos y noticiosos. En nuestro país destacan:

- LR *podcast*:
- Sin Guión
- Claro y directo
- RPP *podcast*:
- Las cosas como son

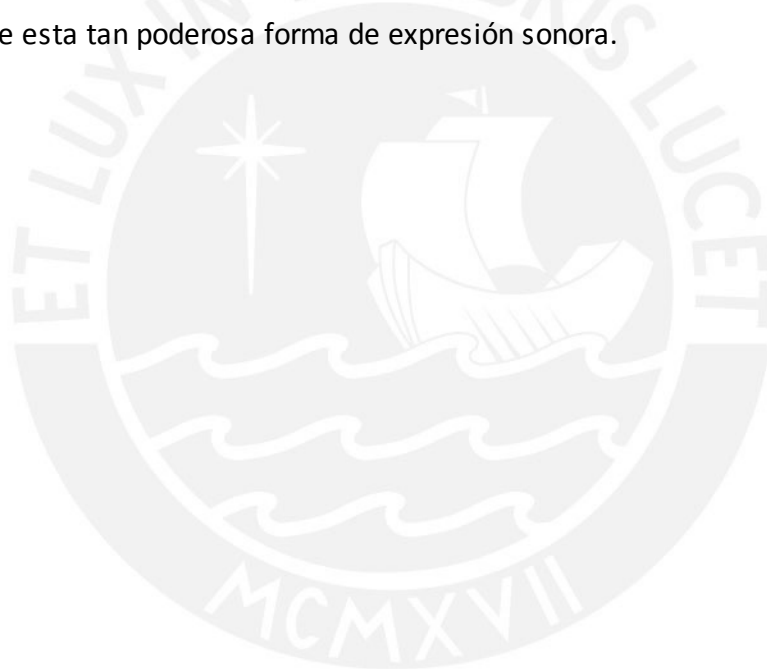
7.3.4 Explicativos o *Explainer podcast*

Son los *podcasts* que explican algún tema, va desde lo político hasta la gastronomía, en nuestro país destacan:

- Nacional *podcast*:

- Yo también me llamo Perú
- RPP *podcast*:
 - La receta de Gastón

Si bien hemos ofrecido una descripción del *podcasting* peruano, a partir del análisis de contenido, análisis de las prácticas *transmedia* del mismo y se observó cómo se va configurando lo que llamamos la *podcástfera* peruana, este es un trabajo que deja más preguntas que respuestas, más rutas de exploración y caminos abiertos para futuras investigaciones, esto debido a que estamos ante el proceso de maduración de un nuevo medio nativo digital. Esperamos haber colaborado en el inicio del estudio sistemático de esta tan poderosa forma de expresión sonora.



CONCLUSIONES

1. Metodología de investigación en desarrollo.

El acercamiento al contenido sonoro, se realizó a partir del uso del análisis de contenido que nos brindó información en detalle para conocer las principales características de los *podcasts* seleccionados como muestra. El estudio se sustentó en el análisis de tres dimensiones del contenido sonoro: referencial, enunciativa y estética. Estas características se complejizan por la presencia de la dimensión tecnológica, y lo que esta representa en las marcas significantes que deja en el contenido sonoro, que si bien han sido advertidas y observadas, merecen una mayor atención y análisis en futuras investigaciones.

Consideramos que la metodología para el análisis del *podcasting* debe continuar construyéndose ya que el objeto de estudio se mantiene en evolución y desarrollo.

2. Evolución de la comunicación sonora.

- a. Consideramos que el *podcasting* es una evolución de la comunicación sonora mediada, que comparte el sistema expresivo y los códigos sonoros con otro medio de comunicación, de larga trayectoria: la radio. El *podcasting* mantiene una profunda relación, pugna, competencia y complementariedad con la radio, esta discusión no resulta materia privilegiada en este trabajo, pero es inevitable anotarla.
- b. Esta investigación da cuenta de una inicial exploración analítica del *podcasting* peruano con lo que inicia un camino de investigación para el conocimiento de este medio. Al considerar al *podcast* como un nuevo medio de comunicación sonora, entendemos que este empieza a configurar un lenguaje y narrativa propia, diferenciándose del lenguaje radiofónico.

- c. Esta diferenciación se basa en las características de su consumo que suele ser individual e íntimo. Los contenidos de los *podcasts* no se escuchan de forma masiva (muchos oyentes a la vez en un mismo lugar de audiencia) y más bien, por el uso de auriculares para la escucha, lo convierten en un medio íntimo que suena más cerca al oído del oyente, con lo que le permiten a los *podcasters* – aún en muy pocos casos- construir proyectos sonoros que empiezan a aprovechar las posibilidades significantes del sonido.

- d. El *podcasting* expresa una transformación en el escenario de los contenidos sonoros al brindarle al oyente nuevas posibilidades de consumo, además de construir una nueva relación e interacción con él, bases sobre las que el nuevo medio se presenta y despliega su desarrollo. La libertad en la selección y audición asíncrona, así como el acceso a una amplia diversidad de contenidos y abordaje de áreas temáticas, le brindan al oyente consumidor de *podcasting* una autonomía incomparable con respecto a los contenidos generales, propios de la principal característica de la radio: la masividad de su audiencia.

El *podcasting* al desarrollarse sobre tecnologías digitales hace suya la ruptura de las barreras del tiempo y del espacio. Su oferta al distribuirse sobre internet puede ser global y además asíncrona al permitir al oyente escuchar los contenidos sonoros que ofrece con total libertad.

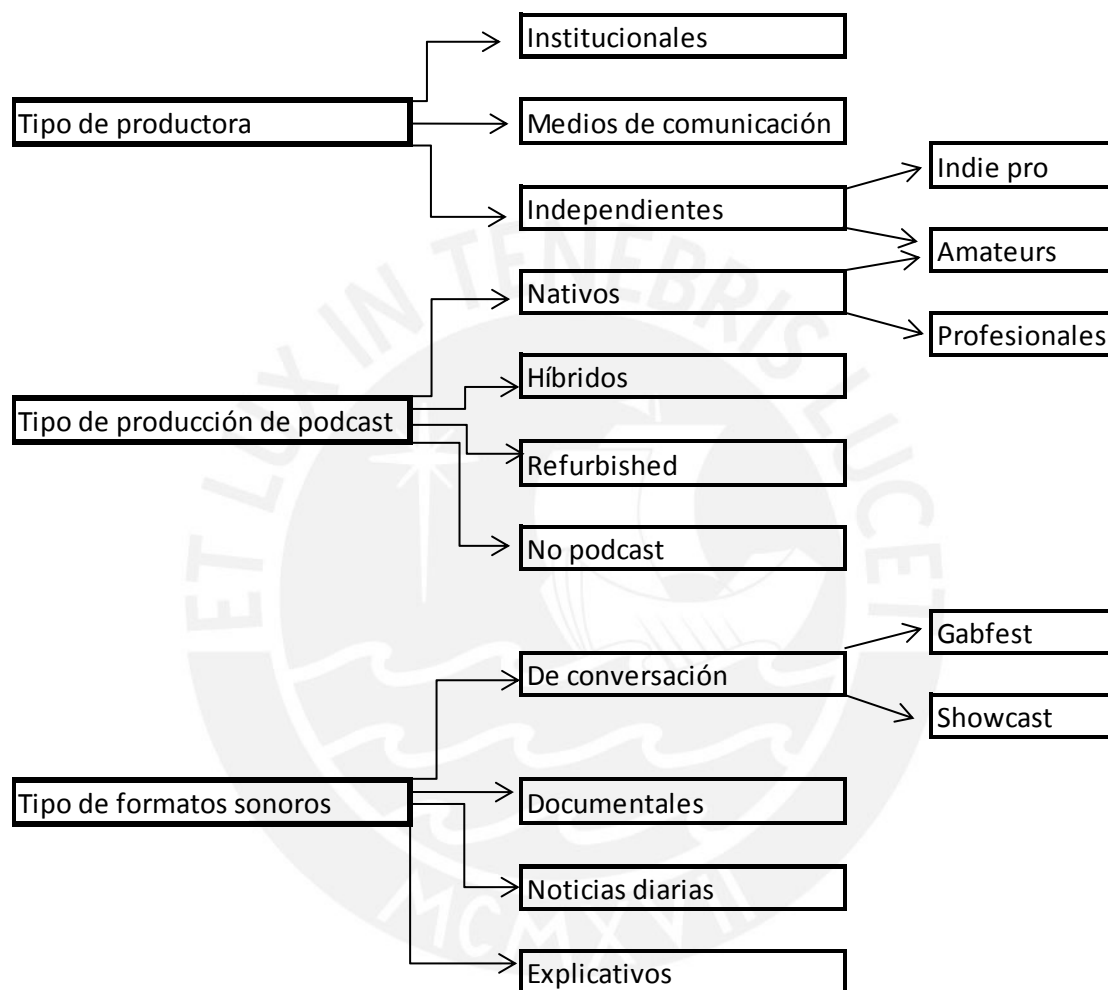
3. Una taxonomía del *podcasting* peruano

A pesar que permanece en constante evolución, hemos propuesto una taxonomía del *podcasting* peruano, ¿por qué una taxonomía?. Por la necesidad de empezar a reconocer las características más importantes de este nuevo medio en el Perú. Porque una clasificación nos permitirá conocer los grupos de *podcasters* presentes, los contenidos que se ofrecen e intuir los *listeners* que se configuran. Las interacciones con instituciones, productoras y otros medios análogos y digitales, etc.

Hacemos esta propuesta con el ánimo de iniciar una permanente discusión acerca del desarrollo y posibilidades de este nuevo medio.

Gráfico 8.1

Taxonomía del *podcasting* peruano



4. Los contenidos del *podcasting* peruano

- a. Los *podcasts* institucionales son bastante formales y por su contenido están más cerca del auto reportaje institucional, que de usar el medio para brindar un servicio de información o entretenimiento. Los *podcasts* de los medios de comunicación también se observan muy formales; los

podcasts híbridos y *refurbished* se escuchan cercanos a los formatos de la radio, en buena cuenta son programas de radio, editados, es decir forzados a convertirse en *podcasts*. Sin embargo los *podcasts* nativos de las empresas de comunicación se presentan con contenidos, temáticas, formas sonoras y estrategias comunicativas innovadoras.

- b. Los *podcasts* independientes muestran una diversidad mayor, y en permanente proceso de expansión de contenidos y temáticas presentada, buscando siempre los segmentos y nichos de oyentes cuya demanda temática no ha sido satisfecha por los medios masivos; además su propuesta estética sonora se mantienen en permanente exploración y experimentación. En general todos los *podcasts* utilizan como estrategia expresiva una locución de lenguaje atractivo, amical, sencillo; algunos con lenguaje formal, otros con lenguaje informal y algunos hasta –en ciertos momentos- lenguaje rudo o procaz.
- c. En el grupo de los *podcasts* independientes se observa una habitual disputa por calificativos como “más” o “mejor”. De un lado está El Langoy que se define como “tu *podcast* favorito sobre cultura popular transmitiendo desde 2014 siempre con la mejor información de cine, televisión, cómics y muchísimo más” y del otro está Moloko *Podcast* que se define como “el *podcast* más influyente del país”. Esto no sería más que una anécdota de poca importancia y menos creatividad, desde el contenido lingüístico de los textos de las presentaciones de estos *podcasts*, sino fuera porque entre ellos existe una disputa, en la que tercia el *podcast* Hablemos con Spoilers, y que tiene que ver con el nivel de audiencia que logran, el estilo de producción que tienen y el nivel técnico de producción con que cuentan. Una disputa en el sector de los *podcasts* independientes entre los amateurs y los indie pro. En esta disputa evidencia clásicos contrastes socio culturales peruanos, que se observan en otros medios y formas de comunicación.

- d. No existen límites en la elección de los contenidos que se ofrecen ni en el uso del lenguaje en este nuevo medio nativo digital. No son pocos los *podcasts* independientes que ofrecen contenido con enfoque machista, homófobo y misógino, algo que no se observa, por lo menos de forma explícita ni directa, en medios masivos como la radio. Varios *podcasts* independientes y *amateurs* usan de forma recurrente lenguaje procaz y vulgar, por el simple hecho de lograr ser entretenido, impactar y atraer a la audiencia o en algunos casos poder explicar con mayor detalle el mensaje que ofrecen, característica que en los medios masivos no ocurre y que en el mundo del *podcasting* aparece a disposición solo con la advertencia: “lenguaje explícito”.
- e. La distribución de los *podcasts* peruanos muestra características muy interesantes. Los *podcasts* institucionales se ofrecen principalmente en la web de la organización. Los *podcasts* de las empresas de comunicación se ofrecen en las webs de las mismas, además de Soundcloud, Spotify, Ivoox, Apple *podcast*, Google *podcast*; mientras que los *podcasts* independientes suman, a las distribuidoras antes señaladas, a Anchor, Radio Public, iHeart Radio, Castbox FM, Himalaya, Podtail, The *podcast* app, Stitcher, Whooshka, Mixcloud, Spreaker, Player FM y Podchaser. La *podcatcher* más usada es Spotify con un 88% de los *podcasts* muestra, le siguen Google *Podcast* con 79%, una Web propia y Apple *Podcast*.

5. Las narrativas *transmedia* en el *podcasting* peruano

- a. La podcástera peruana al encontrarse en proceso de desarrollo aún no presenta ni notorias, ni notables prácticas de *transcasting*. Los *podcasts* de las instituciones no exploran ni por asomo práctica *transmedia* alguna. Los *podcasts* de las corporaciones y conglomerados de medios de comunicación usan redes sociales para expandir el acceso a sus

contenidos, no hay mayor esfuerzo por expandir el contenido en sí, ni construir expansiones textuales de su oferta sonora.

- b. Cabe señalar, la diferencia que marca el *podcast* independiente Hablemos con Spoilers que utiliza todos los tipos de *touchpoints*. Propone extensiones textuales con la producción de episodios extra. Promueve la interacción social, mediante relaciones horizontales cuando en redes sociales los *followers* comentan los contenidos del *podcast*, y también promueva las relaciones verticales cuando son los fans los protagonistas y creadores de los contenidos en redes sociales.

6. El *podcasting* peruano en pandemia

- a. Un tercio de los *podcasts* de 2019, desapareció debido a las limitaciones que originó la pandemia y la consecuente cuarentena de 107 días. Sin embargo en 2020 fue evidente el aumento de la oferta de *podcasts* en Perú. A la vez el confinamiento demandó más episodios de *podcasts* y alentó la producción de nuevas propuestas.
- b. El aumento de la demanda de *podcasts* en 2020 se observa debido a la mayor disponibilidad de tiempo libre para consumir medios que informan y entretienen, para explorar nuevas temáticas, para conectarse con el mundo digital y evadir la ansiedad que produce el confinamiento y la pandemia.
- c. Los oyentes ya no disponen de tiempos largos, usados en pre pandemia para movilizarse al trabajo o centro de estudios, lapso de tiempo que permitía la escucha de ofertas de *podcasts* de mayor duración, según la información de MiDia Research (2020) en pandemia la demanda aumenta por episodios de menor duración, pero ofrecidos con mayor frecuencia, situación que solo se evidencia en Perú en cambios en la

oferta de *Moloko Podcast*, en otros casos como *Sin Paltas*, *Hablemos con Spoilers*, *El Langoy*, *MetaData* (de RPP Podcast) y *Sobre las cuerdas* (de LR *podcast*), la oferta de *podcasts* aumenta en cantidad de episodios, pero manteniendo episodios de la misma duración de 2019.

- d. Los *podcasts* institucionales han desaparecido, fruto de la pandemia y además por no contar, de forma evidente, con propuestas estratégicas desde la misma concepción del uso de este nuevo medio nativo digital, al cual se le confunde y pretende utilizar como una nueva forma de hacer radio. Los *podcasts* de las empresas de comunicación siguen fortaleciéndose además, aparecen nuevas propuestas de conglomerados o grupos de medios. Por el lado de los *podcasts* independientes se observa una verdadera explosión de nuevas propuestas gracias a la aparición de dos nuevos grupos de *podcasters* peruanos los jóvenes (20 a 30 años) y los especialistas o expertos en temáticas. Se observa el establecimiento de plataformas peruanas de producción y distribución de *podcasts* y productoras profesionales de contenidos.
- e. Los *podcasts* nativos son los que se abren paso, tanto profesionales como amateurs, independientes y de grandes medios de comunicación, que son los que aparecen con mayor notoriedad desde 2020, siendo la pandemia un escenario socio-histórico favorable para la rápida expansión de la práctica de producción y que genera nuevas características de una creciente demanda.
- f. Los formatos de los contenidos sonoros del *podcasting* peruano también muestran un proceso de evolución, si bien se observa una mayoría de propuestas de conversación, también hay de noticias e información general, especializada y de explicación; además comienzan a aparecer propuestas de *podcasts* narrativos.

El *podcasting* es un nuevo medio de comunicación que en sus primeros 15 años de vida ha mostrado un interesante desarrollo, despliegue que explota con la pandemia, que se manifiesta en múltiples demandas de la audiencia e invita al medio a crecer, innovar y experimentar. Ese proceso ha sido analizado en este estudio que presenta una primera mirada sistemática de los *podcasts* peruanos.



REFERENCIAS

Alaejos, M. y Merayo, A. (2013). Entre ondas y bits: el podcasting en las redes nacionales de radio españolas. *Comunicação Midiática*, Vol. 8, Nº. 3 (set./dez.), 2013.

Antunes, M y Salaverría, R. (2018). PodcastSpain: análisis de los podcasts de audio más populares en iTunes de España. *Actas del VI Congreso Internacional de la AE-IC, Comunicación y Conocimiento. Libro de comunicaciones*. Asociación Española de Investigación de la Comunicación UCM. <https://hdl.handle.net/10171/55806>

Askwith, Ivan (2007). *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*. Master of Science in comparative Media Studies at the Massachusetts Institute of Technology.

Attali, Jacques. (1995). *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*. México. Siglo XXI.

Balarezo, J. (2019). Podcast en Perú: La transformación de la radio al audio digital. <https://www.ludik.pe/estudios/podcast-en-peru/> (Consultado el 10 de enero de 2020)

Balsebre, Armand (1994). *El lenguaje radiofónico*. Madrid. Ediciones Cátedra.

BBC. *Commissioning Brief No: 103003. BBC Sounds: Discover, Explain*. UK. BBC.

Berry, R. (2006). Will the iPod Kill the Radio Star?. Profiling Podcasting as Radio. *The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 12(2): 143–162. <https://doi.org/10.1177/1354856506066522>

Berry, R. (2015). Serial and ten years of podcasting: has the medium grown up?. *Radio, Sound and Internet*, LASICS, Braga, Portugal, pp. 299-309. <http://sure.sunderland.ac.uk/5759/>

Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media*. Volume 14, Issue 1. Pages 7-22.

https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1

Bonet, Montse; Sellas, Toni (2019). Del flujo al stock: el programador radiofónico ante la gestión del catálogo digital. *El profesional de la información*, v. 28, n. 1, p. 1-8.

<https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.09>

Bonini, Tiziano (2015). The 'Second Age' of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC*. N° 41, vol. XVIII.

https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q41_Bonini_EN_0.pdf

Cebrián, Mariano. *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona. Gedisa.

Debray, Régis (2001). *Introducción a la mediología*. Barcelona. Paidós.

Fernández Aldana, Chusé (2015). Narrativa radiofónica transmedia. Un reto para la radio del siglo XXI. Congreso internacional Cultura digital, sociedad y comunicación. Perspectivas en el siglo XXI. Zaragoza.

Gallego, J. Ignacio (2010). *Podcasting. Nuevos modelos de distribución y negocio para los contenidos sonoros*. Barcelona. Editorial UOC.

García-Marín, D. (2016). *Podcasting y transmedia: el transcasting* (Tesis de Maestría).

UNED. <http://e-spacio.uned.es/fez/view/bibliuned:masterComEdred-Dgarcia>

García-Marín, D. y Aparici, R. (2018). Nueva comunicación sonora. Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting. *El profesional de la comunicación*, Vol. 27, N° 5, 2018, págs. 1071-1081.

<https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.11>

García-Marín, David (2018). *Homo comunicans. Cartografía y gramática de la participación en el transcasting* (Tesis Doctoral). UNED

García-Marín, David (2019). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Vol. 25, Núm 1, 181-196. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63723>

García-Marín, David (2020). La podcastera española como comunidad de aprendizaje no formal. competencias y estrategias educomunicativas desarrolladas por los podcasters independientes. *Fonseca, Journal of Communication*, vol. 20, 2020, pp. 201-220. DOI: <https://doi.org/10.14201/fjc202020201220>

González Alba, José Antonio (30 de abril de 2019). El auge del podcast como nueva narrativa periodística. *Cuadernos de periodistas*. <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/el-auge-del-podcast-como-nueva-narrativa-periodistica/>

González, María (2010). La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio. *Revista de estudios de juventud*. Nro. 88, p. 51-62. <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-05.pdf>

Heili, J. (2019). Podcast: El control del oyente. *Medium.com*. <https://medium.com/en-una-direcci%C3%B3n/podcast-el-control-del-oyente-6e085766343c> (Consultado el 9 de enero de 2020)

Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill, México.

Huerta, de la Vega y de Anta (2013). Presente y futuro de la radio digital: factores tecnológicos determinantes en su adopción y desarrollo. *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. N° 5. p. 55-66. <https://doi.org/10.6035/91>

Izuzquiza, F (2019). *El gran cuaderno de Podcasting*. Madrid. Kailas Editorial.

Juarez Valverde, Jorge. (2019) «En El Micro», UN PODCAST QUE ABRE LAS PUERTAS DEL PODCASTING. *UnionPodcastera Newsletter* #22. <https://unionpodcastera.com/2019/02/10/en-el-micro-un-podcast-que-abre-las-puertas-del-podcasting/> (Consultado 10 de diciembre de 2019)

Kischinhevsky, Marcelo (2017). *Radio y medios sociales. Mediaciones e integraciones radiofónicas digitales*. Barcelona. UOC.

Manovich, Lev (2001). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Madrid. Paidós.

Martínez-Costa, María del Pilar. Radio y nuevas narrativas: de la crosradio a la transradio.

Mata y Scarafía (1993). *Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito. ALER.

McHugh, S. (2016). How podcasting is changing the audio storytelling genre. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14: 1, pp. 65-82. http://dx.doi.org/10.1386/rjao.14.1.65_1

Mendoza, Luis (2017). *Voces en red. Una aproximación al fenómeno del podcast en Perú*. Lima [Libro electrónico]. Crea Libros.

Mendoza, Luis (2018). Podcasting en Perú: entre el diálogo y la cultura pop. *Podcasteros* #22. <https://medium.com/@lospodcasteros/podcasting-en-per%C3%BA-entre-el-di%C3%A1logo-y-la-cultura-pop-b57b0e346ab7> (Consultado 7 diciembre de 2019)

Mendoza, Luis (2019). Podcasting en Perú: el cambio de escenario con Spotify. *Podcasteros* #58. <https://mailchi.mp/dfba1f764644/podcasting-peru-spotify?e=a47bf9e7f9> (Consultado el 8 de enero de 2020)

Moragas, Miguel (1970). *Semiótica y comunicación de masas*. Barcelona. Gustavo Gili.

Negroponete, N. (1999). *El mundo digital*. Madrid. Ediciones B.

Oliveira, M. & Robeiro, F. (ed.) (2015) *Radio, sound and internet*. (pp. 168-187). Portugal: CECS. http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/180

Orihuela, Jose Luis (2015). *Los medios después de internet*. Barcelona. Editorial UOC

Orrantia, Andoni (2019). *Diez claves para contar buenas historias en podcast*. Barcelona: Editorial UOC.

Ortiz-Sobrino, Miguel Ángel (2017). De la post-radio convergente a la radio híbrida. *El futuro de la radio. Revista de la Asociación española de investigación de la comunicación*. Vol 4, Num. 7, p. 1-5. <https://doi.org/10.24137/raeic.4.7.1>

Pedrero-Esteban, L., Barrios-Rubio, A. y Virginia Medina-Ávila (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. En *Comunicar-Revista científica de Educomunicación*. Nro. 60. v. XXVII. pp. 103-112. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>

Ponce, B. y Rodero, E. (2017). Un nuevo lenguaje para un nuevo formato. Análisis del lenguaje sonoro en el podcasting de ficción mexicano. *RAE-IC: Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, Vol. 4, Nº. 7, 2017, págs. 6-13. <https://doi.org/10.24137/raeic.4.7.2>

Pousa, X. y H. Yanagua (2013). La Radio. Un medio en evolución. Ecuador. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Quah, Nicholas. Gabfest, explainer, local, The Daily: A taxonomy of news podcasts. En <https://www.niemanlab.org/2017/04/gabfest-explainer-local-the-daily-a-taxonomy-of-news-podcasts/> (Consultado 20 de enero de 2020)

Riaño, Feliz (2019). Todo sobre podcast 2019. Great Britain. Amazon.

Reuters Institute (2020). *Digital News Report 2020*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

Rodríguez Ferrándiz, R., Ortiz Gordo, F. & Sáez Núñez, V. (2014). Contenidos transmedia de las teleseries españolas: clasificación, análisis y panorama en 2013. *Communication & Society*, 27(4), 73-94. <http://hdl.handle.net/10045/44468>

Scolari, Carlos (2018). Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología. Madrid. GEDISA.

Sellas, Toni (2011). *El podcasting. La (r)evolución sonora*. Barcelona. UOC.

REFERENCIAS WEB

BBVA.com. Día internacional del “podcast”: la edad de oro del audio. <https://www.bbva.com/es/podcast-la-edad-de-oro-del-audio/> (Consultado 5 de noviembre de 2020)

Economiahoy.mx. En el Día Internacional del Podcast, Perú cuadruplica su producción activa. <https://www.economiahoy.mx/sociedad-eAm-mexico/noticias/1000194/09/20/En-el-Dia-Internacional-del-Podcast-Peru-cuadruplica-su-produccion-activa.html> (Consultado 17 de noviembre de 2020)

Edison Research (2021). The Infinite Dial 2021. <http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Infinite-Dial-2021.pdf>

enelmicro.com. *Encuesta Nacional de podcast 2019*. <http://enelmicro.com/encuesta2019/>

Elcomercio.pe. Los podcasts y su nuevo impulso en pandemia. <https://elcomercio.pe/tecnologia/tendencias-peru-los-podcasts-y-su-nuevo-impulso-en-pandemia-noticia/>
(Consultado 26 de noviembre de 2020)

Elpais.com. Spotify ahonda en el filón del ‘podcast’. https://elpais.com/economia/2019/10/12/actualidad/1570894596_682683.html
(Consultado 28 de agosto de 2019)

Hipertextual.com. Spotify compra Gimlet Media y Anchor. <https://hipertextual.com/2019/02/spotify-compra-gimlet-media-anchor> (Consultado 20 de julio de 2019)

Lavanguardia.com. La pandemia afianza el podcast en España.
<https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20201021/484208189917/la-pandemia-afianza-el-podcast-en-espana.html>

(Consultado 15 de octubre de 2020)

MiDia Research. Podcasts Q2 2020 (2020)

<https://midiaresearch.com/blog/podcasts-q2-2020-spotify-takes-an-early-lead>

Mercadonegro.pe. Vertex, la plataforma peruana que apuesta por el podcast.
<https://www.mercadonegro.pe/digital/vertex-la-plataforma-peruana-que-apuesta-por-el-podcast/>

(Consultado 10 de noviembre de 2020)

Periodismo.com. Los formatos de podcasts más utilizados.
<https://www.periodismo.com/2019/07/15/los-formatos-de-podcasts-mas-utilizados/>

(Consultado 10 de octubre de 2020)

Ragusea, Adam. 11 noviembre de 2016 Check @jatomic's new taxonomy of podcast genres. Tweet recuperado de

<https://twitter.com/aragusea/status/797274200163713025> (Consultado el 10 de marzo de 2020).

RPP.pe. Día Internacional del Podcast: Estas son las mejores aplicaciones para descargar y escuchar tus programas favoritos.
<https://rpp.pe/tecnologia/apps/podcast-cuales-son-las-mejores-aplicaciones-para-descargar-organizar-y-escuchar-noticia-1159210>. (Consultado 20 de noviembre 2020)

Spotify.com. Spotify's Head of Global Ads Business and Platform Jay Richman Talks New Spotify Podcast Ads. <https://newsroom.spotify.com/2020-01-08/spotify-head-of-global-ads-business-and-platform-jay-richman-talks-new-spotify-podcast-ads/>

(Consultado 17 de Agosto de 2019)

Thepodcasthost.com. Podcats formats: The complete guide. <https://www.thepodcasthost.com/planning/podcast-formats/> (Consultado 5 de octubre de 2019)

TRITON (2020). Podcast Report Latinoamérica principales 100 podcasts. Período de informes: 31 de agosto al 27 de septiembre de 2020. https://tritondigitalv3.blob.core.windows.net/media/Default/PodcastReports/LATAM%20Podcast%20Report_SP_September%202020.pdf

Unionpodcastera.com. Datos del podcast de Perú. <https://unionpodcastera.com/2020/02/17/datos-del-podcasting-en-peru/> (Consultado 27 de octubre de 2020)

VOXNET. <https://blog.voxnest.com/2020-mid-year-podcast-industry-report/>

ENTREVISTAS

Juan Aurelio Arévalo Miró Quesada, director del diario El Comercio.

Luis Enrique Mendoza, docente universitario y podcaster en Hablemos con Spoilers y Repopé.

Karla Velezmoro, docente universitaria y directora de Convoca Podcast.

José Ocampo, On demand manager de RPP.pe en 2018-2019.

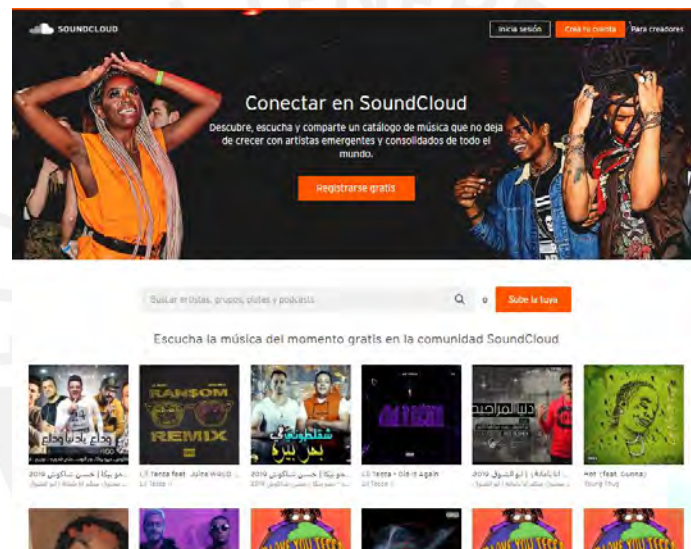
Anexo 1: Plataformas de almacenamiento y distribución de podcast

SOUNDCLOUD

(<https://soundcloud.com/>)

Descripción:

Plataforma digital que almacena audio y música. Ofrece planes pro, además de un plan gratuito, para sus usuarios. La marca fue lanzada en el 2008 con el fin de facilitar la publicación del contenido de artistas y compartirlo con sus seguidores.



Planes:

Soundcloud ofrece a sus usuarios tres planes: Soundcloud Basic, Soundcloud Pro y Soundcloud Pro Unlimited. Además, brinda un período de prueba en sus servicios de paga por 30 días, el cual es cargado en la cuenta si no es cancelado antes de culminar el último día. Esta garantía es válida la primera vez que se actualiza el estado del plan del usuario pudiendo ser cancelado en cualquier momento. Por otro lado, se da la opción de regalar una suscripción a otro usuario. A continuación, se detalla en qué consiste cada servicio de paga:

Soundcloud Basic - Gratis

3 h de tiempo de subida

Estadísticas básicas

Controles incrustados básicos

Soundcloud Pro - 6 \$/mes cada año o 8 \$/mes cada mes

6 h de tiempo de subida

Estadísticas avanzadas

Controles incrustados avanzados

Destacados

Fija hasta 5 pistas o listas en la parte superior de tu perfil

Sustituye pistas

Sustituye una versión de tu pista sin perder las estadísticas

Modo silencioso

Desactiva las estadísticas públicas y los comentarios de tus pistas y listas

Accede a SoundCloud Premier si cumples los requisitos

Monetiza pistas ilimitadas con SoundCloud

Distribuye un lanzamiento en los principales servicios de música

Soundcloud Pro Unlimited - 12 \$/mes cada año o 16 \$/mes cada mes

Tiempo de subida ilimitado*

Lanzamientos programados

Programa el momento en que publicar tus pistas

Estadísticas completas

Principales ciudades, reproducciones por sitios web. aplicaciones externas y RSS + todos los controles básicos y avanzados

Controles incrustados completos

Desactiva los comentarios, las recomendaciones y las superposiciones + todos los controles básicos y avanzados

Destacados

Fija hasta 5 pistas o listas en la parte superior de tu perfil

Sustituye pistas

Sustituye una versión de tu pista sin perder las estadísticas

Modo silencioso

Desactiva las estadísticas públicas y los comentarios de tus pistas y listas

Accede a SoundCloud Premier si cumples los requisitos

Monetiza pistas ilimitadas con SoundCloud

Distribuye lanzamientos ilimitados en los principales servicios de música

The image displays three SoundCloud subscription plans side-by-side. The 'SOUNDCLOUD BASIC' plan is free and includes 3 hours of upload time, basic statistics, and basic embedded controls. The 'SOUNDCLOUD PRO UNLIMITED' plan is the 'MEJOR OPCIÓN' (Best Option) at 12 \$/mes (16 \$/mes if billed monthly) and offers unlimited upload time, scheduled releases, complete statistics, complete embedded controls, featured status, track replacement, silent mode, access to SoundCloud Premier, monetization of unlimited tracks, and unlimited releases on major music services (beta). The 'SOUNDCLOUD PRO' plan is 6 \$/mes (8 \$/mes if billed monthly) and includes 6 hours of upload time, advanced statistics, advanced embedded controls, featured status, track replacement, silent mode, access to SoundCloud Premier, monetization of unlimited tracks, and releases on major music services (beta).

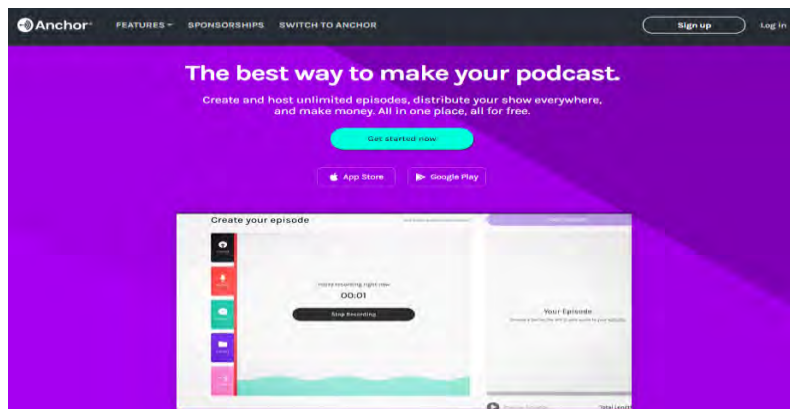
Plan	Costo	Características Principales
SOUNDCLOUD BASIC	Gratis	3 h de tiempo de subida, Estadísticas básicas, Controles incrustados básicos.
SOUNDCLOUD PRO UNLIMITED	12 \$/mes (16 \$/mes cada mes)	Tiempo de subida ilimitado*, Lanzamientos programados, Estadísticas completas, Controles incrustados completos, Destacados, Sustituye pistas, Modo silencioso, Accede a SoundCloud Premier si cumples los requisitos, Monetiza pistas ilimitadas con SoundCloud, Distribuye lanzamientos ilimitados en los principales servicios de música (BETA).
SOUNDCLOUD PRO	6 \$/mes (8 \$/mes cada mes)	6 h de tiempo de subida, Estadísticas avanzadas, Controles incrustados avanzados, Destacados, Sustituye pistas, Modo silencioso, Accede a SoundCloud Premier si cumples los requisitos, Monetiza pistas ilimitadas con SoundCloud, Distribuye un lanzamiento en los principales servicios de música (BETA).

Información rescatada de Soundcloud.com

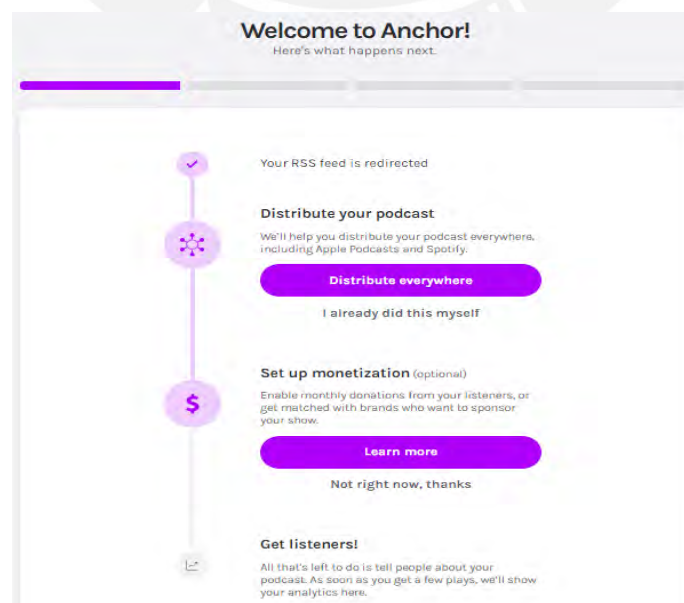
ANCHOR (<https://anchor.fm/>)

Descripción

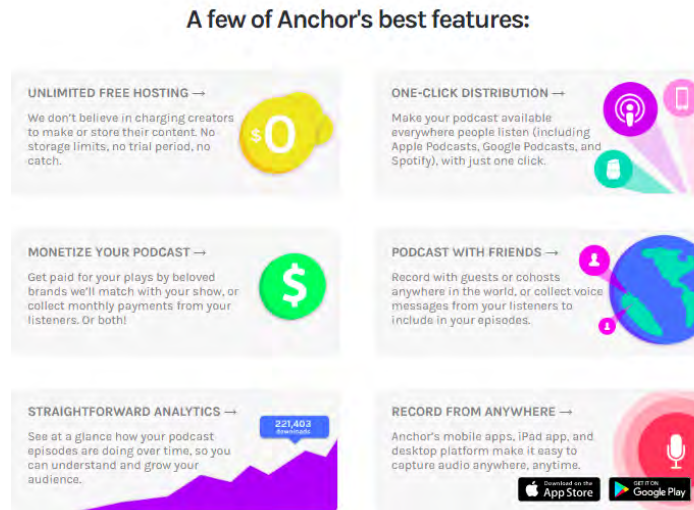
Fue comprado por Spotify en febrero del 2019 junto a Gimlet Media a 340 millones de dólares, valiendo 110 millones individualmente. La plataforma no tiene límite de minutos para la subida del podcast. Además, no presenta planes de pago brindando los mismos beneficios a todos sus usuarios.



El proceso de registro es sencillo y rápido. Al finalizar, la página te da opciones de mudar el podcast si es que ya lo tienes en otro servidor o comenzarlo brindando un RSS para su distribución.



Luego, te da la posibilidad de acceder a varios streamings a través de un click, de monetizar o de alcanzar mayor cantidad de oyentes. Las características que brinda la empresa son las siguientes:



Servicios

Almacenamiento gratis sin límites

“Nuestra misión es democratizar el audio, haciendo posible que el podcasting sea accesible para todos en el planeta”

Esto a través de brindar espacio en la plataforma sin la necesidad de pagar.

Unlimited Free Hosting

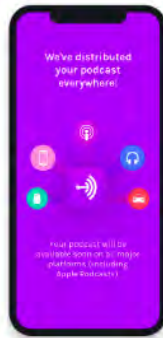
Hosting costs shouldn't be the reason you don't have a podcast.

We don't believe in charging creators to make or store their content. Our mission is to democratize audio, making sure podcasting is accessible to everyone on the planet, so Anchor is completely free to use. No storage limits; no trial period; no strings attached. And nope, we don't take any sort of payment information from you at any time.

Wondering how can Anchor possibly be free? The real question is, why *aren't* other podcast hosting services free? [Read more from our co-founder.](#)

Distribución en un click

Dan acceso a que la plataforma distribuya el podcast en los distintos streamings accesibles, además, da la opción de hacerlo manualmente a gusto del creador.



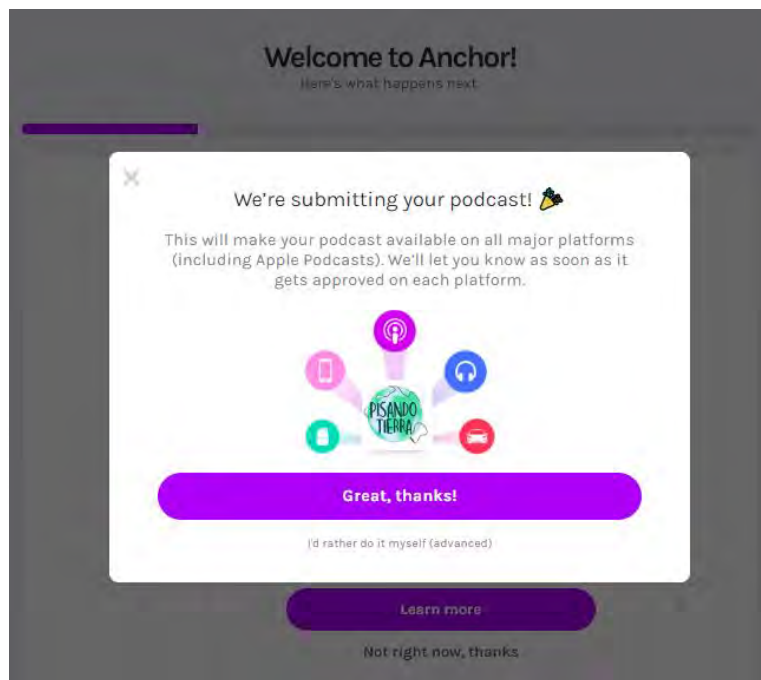
One-Click Distribution

Unfamiliar with RSS? Cool, let's keep it that way.

Easily distribute your podcast to every major podcast platform, including Apple Podcasts, Google Podcasts, and Spotify. (For a full list of currently supported platforms, [click here](#) - but we're adding new ones all the time!) All it takes from you is one click; we handle everything else.

Not sure which of these platform links to share with your listeners? Just share your Anchor profile, and they can choose to listen on whichever podcast app they prefer.

Prefer to manage your RSS feed and distribution yourself? No problem. Our One-Click Distribution is completely optional.



Monetización:

La empresa ofrece al usuario poder monetizar con su podcast, solo en Estados Unidos. De igual forma, acerca a marcas que quieran publicitar el contenido; además, los oyentes pueden brindar apoyo al usuario haciendo donaciones.

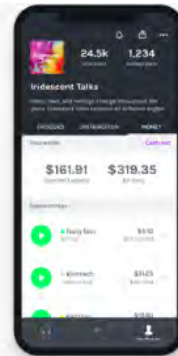
Monetize Your Podcast

Anchor Sponsorships

We'll do the work of matching you with great brands who are interested in sponsoring your show. You decide which brands you want to work with, which episodes you want to monetize, and where in your episodes you want your ads to appear. All Sponsorships ads are read by you, so you can blend them seamlessly into your show. Then, get paid whenever people listen! You can learn more [here](#).

Listener Support

Add a button on your Anchor profile that lets any listener sign up for monthly donations to help keep your podcast going. They don't even need an Anchor account to subscribe.



Start getting paid to podcast

Al activar la opción de ser patrocinado, el podcast puede recibir solicitudes de marcas, realiza el contenido y es pagado cada vez que alguien escucha dicha creación.

How it works


An illustration of a person sitting in a recording chair in a booth, with a large speaker to the right. The scene is set against a dark background with a planet and stars.

- 1**
Meet your sponsor
Activate Sponsorships and we'll match you with a brand that wants to sponsor your show.
- 2**
Record your message
Use your own voice and customize the message so it fits the tone of your podcast.
- 3**
Get paid for your plays
Enable Sponsorships in any of your episodes, and you'll get paid every time your ad is heard.

Sign up now! Learn more


Por otro lado, si eres el patrocinador, debes elegir un show que brinde contenido relevante a lo que se desea patrocinar para poder mandar una solicitud al podcast que se desee.

Become a sponsor




Reach the right audience, at scale

Host-read podcast ads are more effective than any other form of digital advertising, and Anchor powers more new podcasts than any other platform.



Easy podcast advertising on any budget

Take the pain out of podcast advertising: easily find shows that fit your brand, and run advertisements that match your budget and needs.



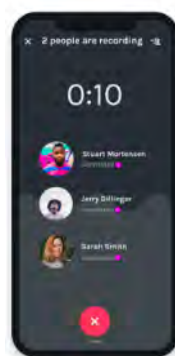
Set-up that's easy, efficient and flexible

Submit a script for your sponsored message, which will be recorded by participating podcast hosts and programatically served to their audiences.

[Get in touch](#)

Grabar con amigos

Se da la posibilidad de grabar al mismo tiempo con amigos, entrevistados u otras personas a través de la aplicación de Anchor.



Podcast With Friends

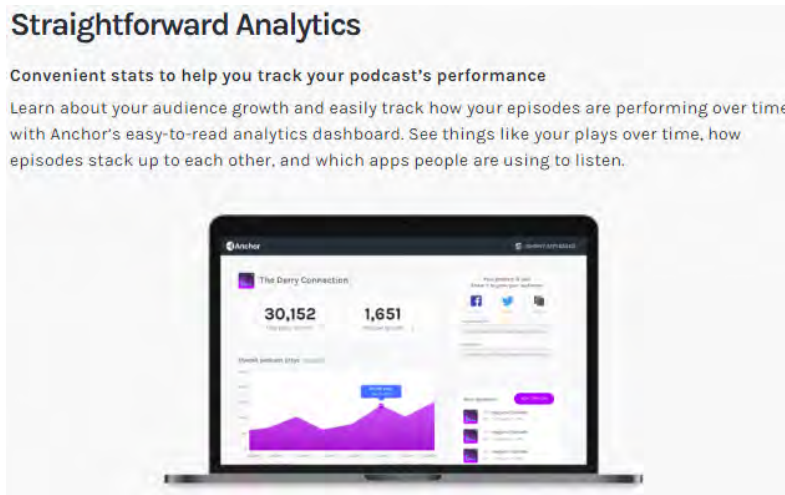
Podcasting is better together.

Got a cohost, or a different guest every episode? Anchor makes it easy to invite anyone to record with you - multiple people can join at a time, and they can be in any country in the world, as long as they have the Anchor app installed. (Yup, still 100% free.)

Análisis directo

Como otras plataformas, Anchor posee un sistema de estadística del podcast, dando información al creador sobre los oyentes, el tiempo de escucha, número de veces

escuchado y qué aplicaciones se usan para escuchar el podcast. Toda esta información es presentada de forma sencilla al usuario.

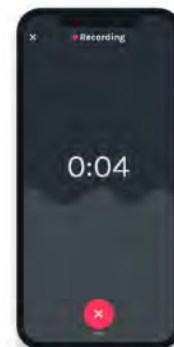


Grabar en cualquier lugar

La aplicación permite hacer grabaciones sin equipo extra, a menos que así se prefiera y se conecte uno. Esto en cualquier momento y en cualquier parte del mundo.

Record From Anywhere

The best microphone is whichever one you have with you. Use Anchor's recording tools on mobile (iOS and Android), iPad, or desktop web to easily record your voice with no extra equipment required. (If you want to, of course, you can also plug in an external microphone to any of these devices.) On mobile, you can invite anyone to record with you - multiple people can join at a time, and they can be in any country in the world, as long as they have the Anchor app installed.



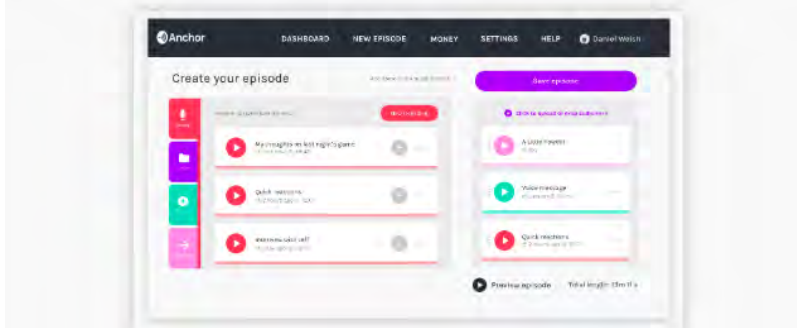
Constructor del episodio

Ofrecen un sistema amigable y simple, sin la necesidad de usar otros programas de edición, para que desde la aplicación el usuario pueda unir audios y crear su programa. Permite que se pueda agregar mensajes de voz, transiciones y grabaciones.

Episode Builder

An easier, more intuitive way to make your podcast.

The Anchor episode builder helps you craft your episodes using a visual list of segments, no editing required. Record, add other types of audio (like transitions or voice messages from your listeners), rearrange your segments however you want, and you're done. There's never been a more intuitive way to build a podcast episode.



Herramientas de edición

Se puede editar el audio grabado desde la aplicación (no desde la web). Las modificaciones consisten en cortar segmentos que deseas no mantener.

Editing Tools

Everything you need to make your podcast to sound great. No tutorials required.

After recording or importing audio, easily edit it right from your iPhone, iPad, or Android device (coming soon to Anchor's desktop web experience). Because our editing tools were designed specifically for podcasting, they're uncomplicated and easy to learn. Just trim the start/end of your audio and remove whatever segments you don't want to keep, and you're done!



Herramientas de creación

La aplicación de Anchor facilita 4 funciones para los creadores de contenido. Primero, los oyentes del podcast, a través de la aplicación, pueden enviarte un mensaje de voz al creador y se puede agregar posteriormente a algún episodio que se esté editando. Además, se puede subir desde aplicación o web archivos de audio sin longitud máxima; es decir, puede durar 20 segundos o más de 20 minutos.

El creador puede usar los sonidos de transición, efectos o música de fondo que se encuentran en la biblioteca de Anchor para completar su podcast, así como agregar música de Apple Music o Spotify.

Creation Tools

Take voice messages from your listeners.

Gone are the days where you need to recite a phone number for your listeners to call into to leave voicemail. All they need to do is tap a button to send you an Anchor voice message. You can see who each one is from and the title of the voice message so you can quickly find what you're looking for. Then, just add your favorites to your next episode with a single tap!

Import or upload existing audio.


Whether you're on web or mobile, it's also easy to pull in audio you've created in other apps. There's no limit to how long an imported file can be, and you can mix-and-match with native Anchor audio. (Think: importing your theme song and intro, recording a segment on the go from your phone, and then adding a voice message from a listener to complete your episode.)

Add transitions, sound effects, and background music.

With Anchor, you can easily add background tracks behind any segment or break up longer recordings using our library of built-in transitions and sound effects. Everything's just a tap away!

Add music from Apple Music or Spotify (playable in Anchor only).

Search for any song on Apple Music or Spotify and add it to your episodes as a bonus for your listeners on Anchor.



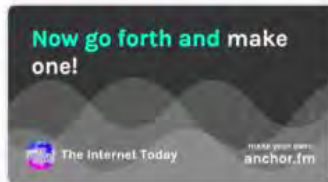
Transcribir videos

Al subir tu podcast a Anchor, la plataforma automáticamente hace una transcripción en video para que el usuario, si lo desea, pueda descargarlo y pueda usarlo en redes sociales con el fin de promover el podcast.

Transcribed Videos

Share video highlights of your podcast on social.

We automatically transcribe all audio uploaded to Anchor, so any time you want to promote your podcast you can easily share a beautiful, animated video to your social networks or to YouTube. You can export these videos in sizes perfect for Twitter, Facebook, or Instagram (feed or stories!). Because your shared video is transcribed, your followers will be able to get a sense for what's in your episode, even if their device is muted.



Mudar el podcast a Anchor

El mudar un podcast de un servidor de almacenamiento a Anchor es sencillo y rápido. Tras el cambio de hosting, permanece la presencia en las otras aplicaciones y se tiene la posibilidad de subir en Anchor después.

Switch to Anchor

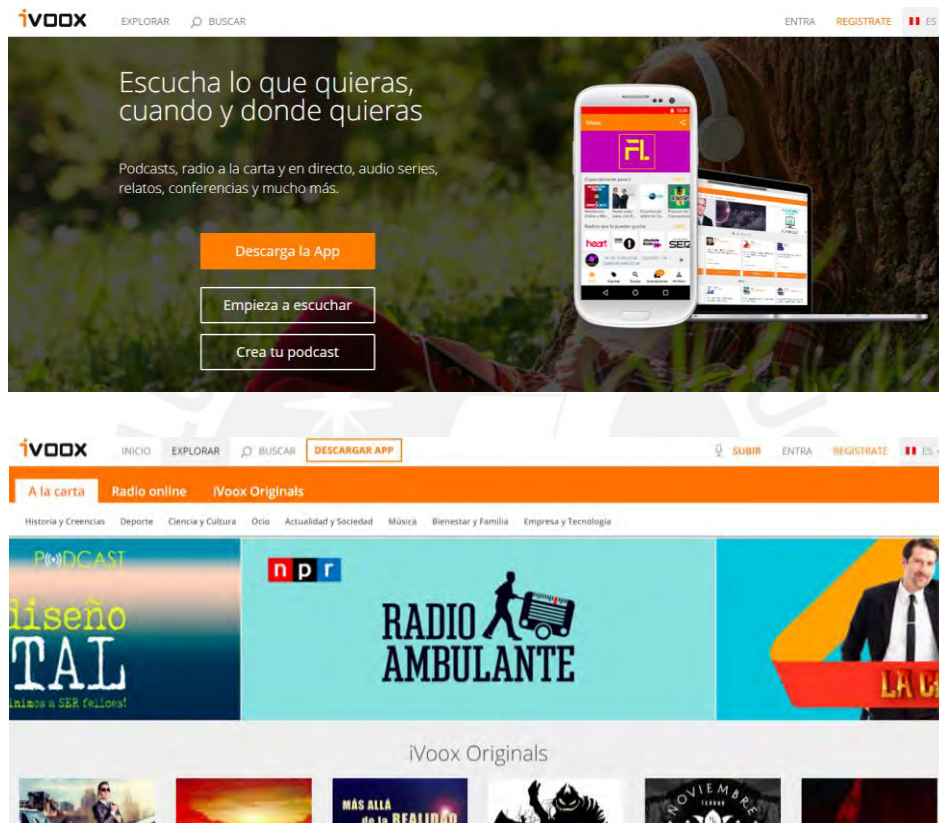
Move your podcast to Anchor and never pay for hosting again.

Our **easy import tool** makes it completely painless to move your podcast over from your old host. You'll retain your existing presence on all listening apps, and you'll be able to make future episodes right from Anchor.

iVOOX (<https://pe.ivoox.com/>)

Descripción

Plataforma online española donde se puede reproducir, compartir o descargar audios. Su principal característica es buscar a través de temas y esto se reluce en la red social que tiene dentro, ya que los usuarios pueden acceder y comunicarse con otros. Se puede acceder al contenido a través de la web o aplicación.

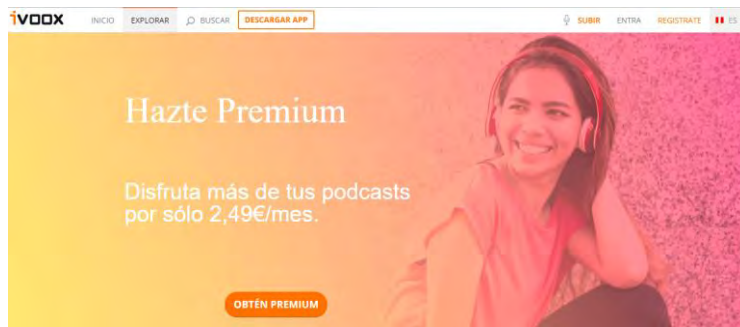


El registro para acceder a los servicios es rápido y sencillo. Tienes dos planes de pago tanto para oyente como para usuario creador. De la misma forma, ofrecen un servicio gratuito con ciertas limitaciones.

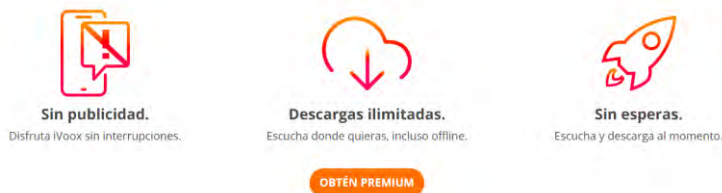
Planes:

Plan de pago para el oyente vs. plan gratuito:

Se brinda un servicio sin interrupciones, descargas ilimitadas y sin esperas. En cambio, en la versión gratuita se espera para la descarga y existe publicidad entre programas.



¿Por qué pasarte a Premium?



Plan gratis para el creador vs. plan pro (Desde \$ 2.99/mes):

Plan gratis

Almacenamiento y transferencia ilimitados

La plataforma permite subir archivos a su web sin límite de capacidad alguno.

Alta velocidad de descarga

Herramientas de compartición

Se puede compartir con facilidad a través de redes sociales.

Estadísticas

Brinda estadísticas sobre el origen de los oyentes, episodios con mayor número de descargas y posición en el ranking de iVoox.

Al usar el RSS solo se cargarán los últimos 20 episodios.

Los audios tienen límite de duración de 120 minutos cada uno.

La visibilidad del podcast dependerá de los oyentes que tengas.

Los audios se distribuyen con una calidad estándar sin posibilidad de mejorarlos.

No se puede monetizar el contenido.

Plan pro (Desde \$ 2.99/mes):

Almacenamiento y transferencia ilimitados

Alta velocidad de descarga

Herramientas de compartición

Estadísticas

Prioridad de publicación

Programación fecha de publicación de tus episodios

Se puede elegir la hora de lanzamiento del programa.

Publicación de tu podcast en iTunes

Conexión automática con solo el registro.

Gestión de la privacidad

Se puede ocultar número de oyentes, ranking u ocultar audios para poder ser escuchados con invitación.

Al usar el RSS se cargarán todos los episodios del podcast.

El audio no tiene duración máxima, es ilimitado.

Se brinda tres servicios para impulsar el podcast (Básica/Plata/Oro).

Se puede monetizar el contenido.

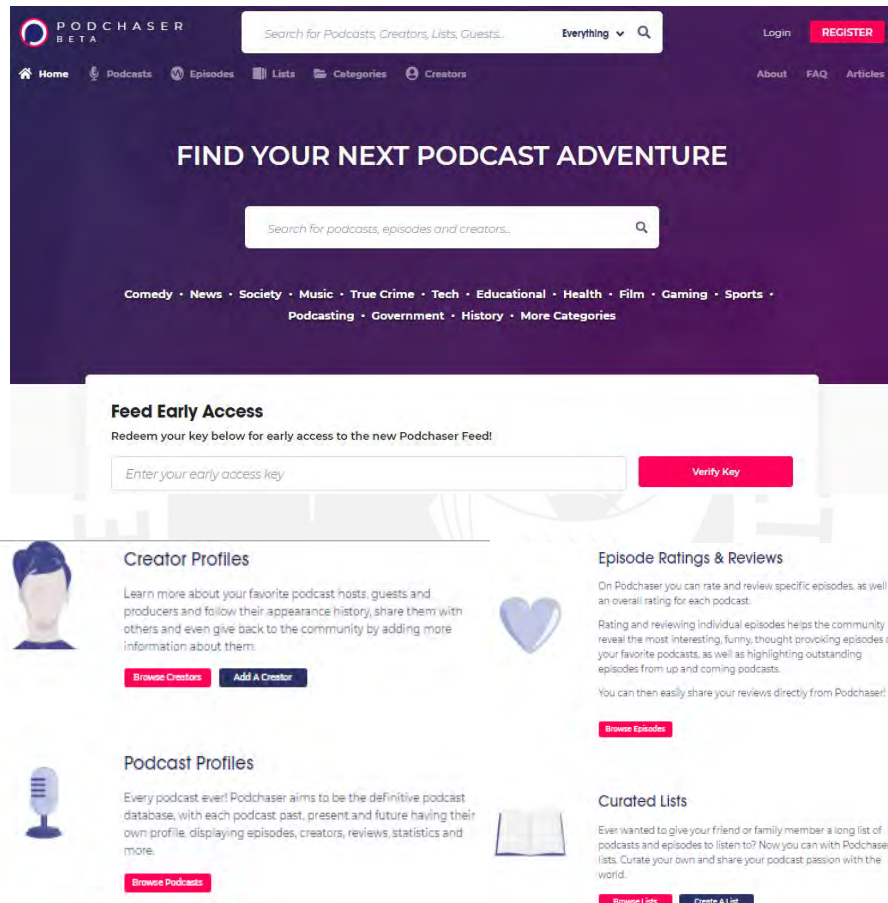
El audio de tus programas puede estar en HQ duplicando el peso de los mismos.

	BÁSICO	PRO
Almacenamiento y transferencia ilimitados	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Alta velocidad de descarga	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Herramientas de compartición	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Estadísticas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Prioridad de publicación	No	<input checked="" type="checkbox"/>
Programación fecha de publicación de tus episodios	No	<input checked="" type="checkbox"/>
Publicación de tu podcast en iTunes	No	<input checked="" type="checkbox"/>
Gestión de la privacidad	No	<input checked="" type="checkbox"/>
Generación automática del feed rss de tu podcast	20 últimos	Ilimitado
Publicidad	Si	No
Duración máxima por audio	120 min	Ilimitado
Visibilidad	No	Básica / Plata / Oro
Calidad del audio	Estándar	Opcional HQ
Programa de monetización de tu podcast	No	Opcional
Precio	GRATIS	Contratar <small>Desde USD 2.99/mes</small>

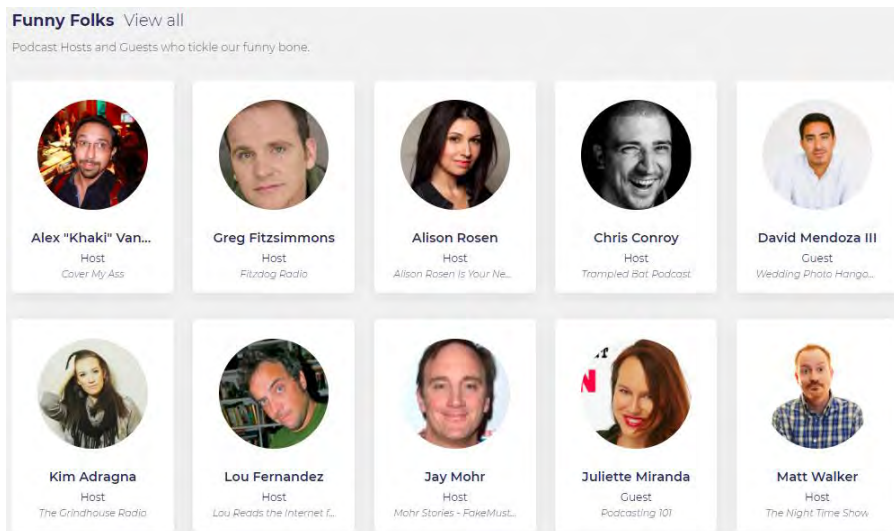
PODCHASER BETA (<https://www.podchaser.com/>)

Descripción

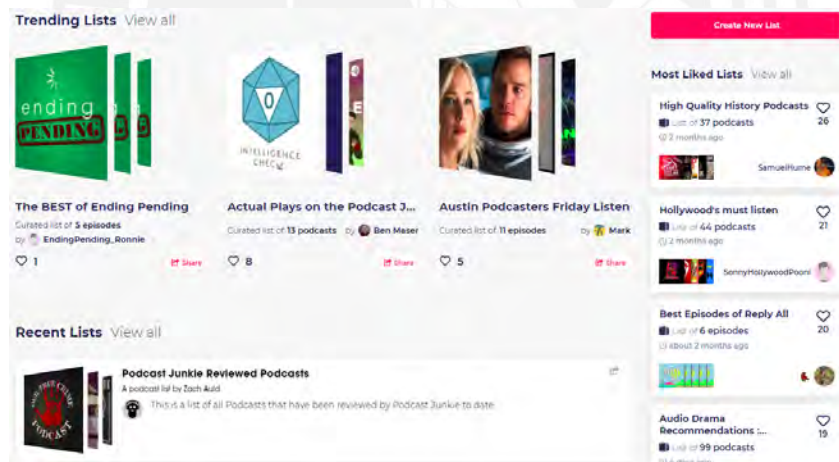
La plataforma fue creada en el 2016 con la finalidad de tener una comunidad entre los presentadores de los podcasts y los oyentes. En la plataforma se puede crear un perfil, comentar y compartir información.



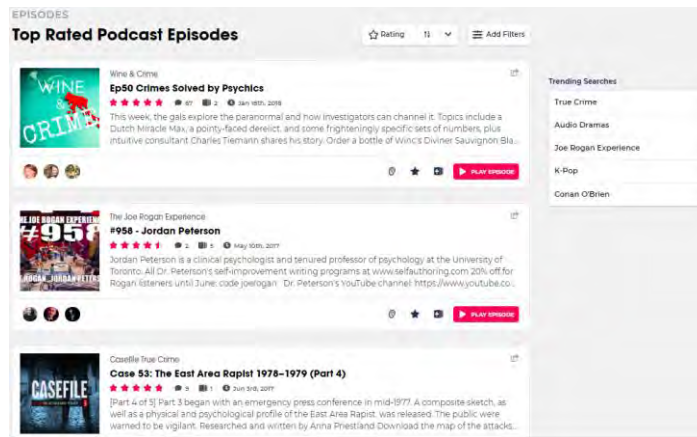
Además, los programas se suben completos con un perfil propio y estadísticas de su desempeño, así como calificaciones, comentarios y posicionamiento.



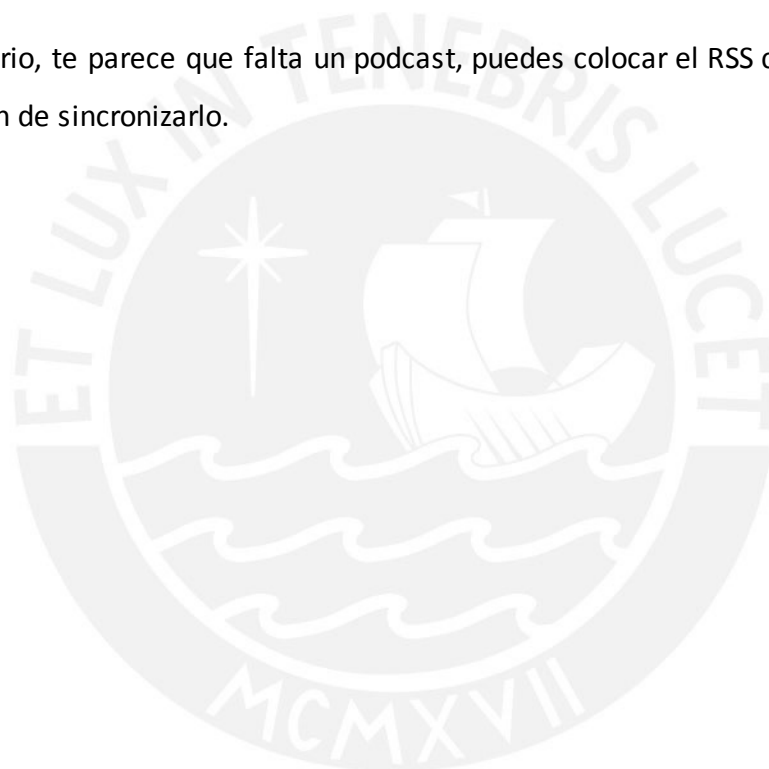
También, la plataforma genera listas de contenido según tendencias, agregados recientes, con mayor número de *me gusta* o personalizados.



Cuenta con una pestaña de episodios, donde se puede ver, según desempeño, un ranking.



Si como usuario, te parece que falta un podcast, puedes colocar el RSS correcto y ellos se encargarán de sincronizarlo.




SPREAKER

(<https://www.speaker.com/>)

Descripción

La plataforma fue lanzada en el 2010 con la finalidad de crear, distribuir, medir audios. Se tiene la ventaja que con Spreaker, el oyente puede comunicarse con los presentadores de los podcasts. Además, tiene la facilidad de exportar a Youtube, Apple Podcast y otras plataformas de forma sencilla; también, cuenta con estadísticas de los audios, herramientas de edición. Sin embargo, aún no está habilitada la opción de monetización para los creadores.

Esta puede ser usada a través de aplicaciones para celulares o desde su web propia.



The screenshot displays the Spreaker website's main interface. At the top, it says "Your podcast home" and "Todo lo que necesitas para crear, distribuir y monetizar tu podcast". Below this are two buttons: "CREAR UN PODCAST CON SPREAKER" and "ESCUCHAR PODCASTS". A section titled "Featured This Week" shows three podcast covers: "MEAN BOOK CLUB", "STATUS PENDING", and "BIG MISTAKE". To the right, a "Funciones" (Features) list is shown with a "Spreaker+" logo at the top right. The features list includes:

- BANDA SIN LÍMITES
- AMPLIO ALMACENAMIENTO DE AUDIO
- PLAN INICIAL
- RSS FEED PERSONALIZABLES
- ESTADÍSTICAS / DATOS
- APPS PARA GRABAR - IOS, ANDROID
- STREAMING AUDIO EN DIRECTO
- MUESTRA PÁGINA WEB
- APPS DE SHOWS PERSONALIZADAS
- APPS PARA LA ESCUCHA - IOS, ANDROID
- COMPARTIR DE FORMA AUTOMÁTICA EN YOUTUBE
- COMPARTIR EN SONOS
- COMPARTIR DE FORMA AUTOMÁTICA EN SOUNDCLOUD
- OPCIÓN DE PUBLICACIÓN EN IHEART
- DISTRIBUCIÓN EN APPLE PODCASTS
- COMPARTIR DE FORMA AUTOMÁTICA EN TWITTER, FACEBOOK
- CONTACTO PODCASTER
- MÁS SHOWS EN UNA CUENTA
- CHATEA CON LA AUDIENCIA

Planes de pago - Profesional:

FREE SPEECH (\$ 0 siempre)

Límite de 5 horas de espacio.

Audios de máximo 15 minutos cada episodio live.

ON-AIR TALENT (\$ 6/mes pagados anualmente o \$7/mes pagados mensualmente)

Límite de 100 horas de espacio.

Límite de 45 minutos de espacio.

RSS feed personalizables

Monetización programática

BROADCASTER (\$18/mes al año o \$20/mes pagados mensualmente)

Límite de 500 horas de espacio.

Límite de 3 horas de espacio.

RSS feed personalizables

Monetización programática

Estadísticas avanzadas

ANCHORMAN (\$45/mes al año o \$50/mes pagados mensualmente)

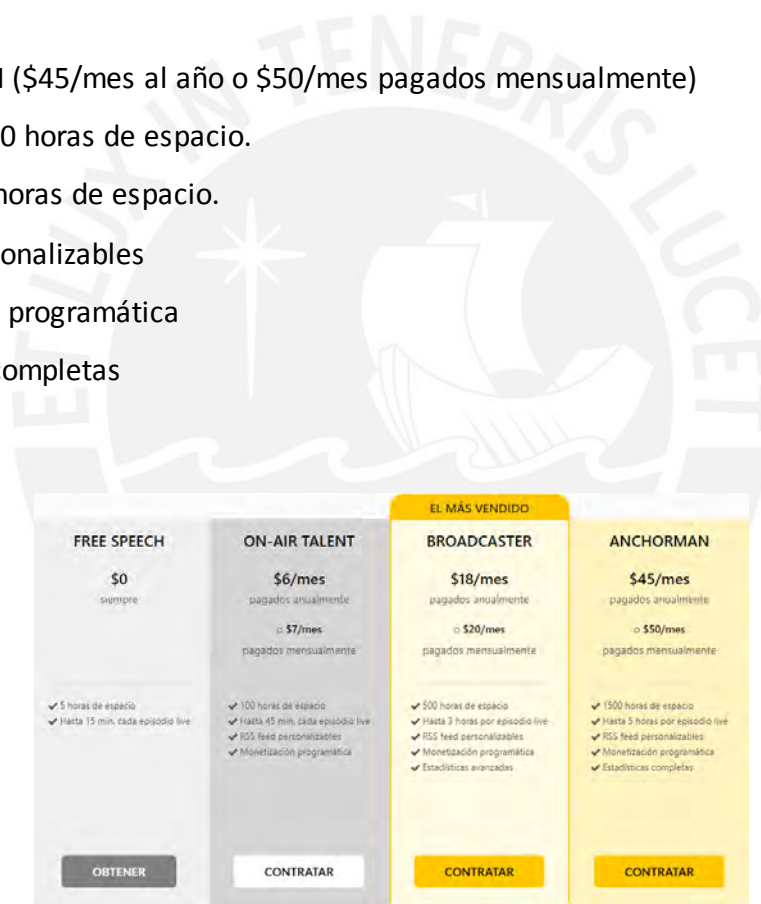
Límite de 1500 horas de espacio.

Límite de 35 horas de espacio.

RSS feed personalizables

Monetización programática

Estadísticas completas



Planes de pago - Empresa:

STATION (\$100/mes al año o \$120/mes pagados mensualmente)

Espacio audio sin límites

Hasta 5 horas por episodio live

Transmisiones en vivo las 24 horas

RSS feed personalizables
Monetización programática
Estadísticas completas
Colores del reproductor personalizado

CUSTOM (Precio personalizado)

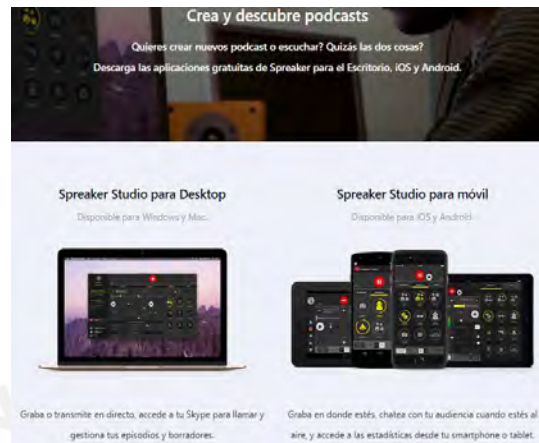
Espacio audio sin límites
Hasta 5 horas por episodio live
Transmisiones en vivo las 24 horas
RSS feed personalizables
Monetización programática
Gestión de publicidad
Estadísticas completas
Equipo colaboradores sin límites
Colores del reproductor personalizado

STATION	CUSTOM
\$100/mes pagados anualmente	Precio personalizado
o \$120/mes pagados mensualmente	
<ul style="list-style-type: none">✓ Espacio audio sin límites✓ Hasta 5 horas por episodio live✓ Transmisiones en vivo las 24 horas✓ RSS feed personalizables✓ Monetización programática✓ Estadísticas completas✓ Colores del reproductor personalizado	<ul style="list-style-type: none">✓ Espacio audio sin límites✓ Hasta 5 horas por episodio live✓ Transmisiones en vivo las 24 horas✓ RSS feed personalizables✓ Monetización programática✓ Gestión de publicidad✓ Estadísticas completas✓ Equipo colaboradores sin límites✓ Colores del reproductor personalizado
CONTRATAR	CONTACTO

Servicios de la plataforma

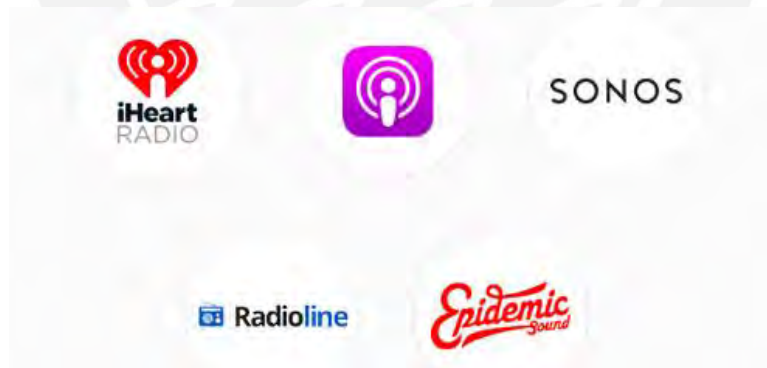
Crea

Desde la app o la web se puede grabar contenido solo o con otras personas mediante Skype. Posee una aplicación llamada Spreaker Studio que permite acceder a estas acciones.



Distribuye

Al suscribirte en esta página, tienes acceso a compartir automáticamente en otras plataformas que tienen alianza con Spreaker con el fin de llegar a más personas, como:



Mide

La versión gratuita brinda un servicio básico de estadísticas sobre el movimiento que tiene el podcast. En cambio, en el servicio pro, se tiene otras competencias como geolocalizador, quienes te escuchan y demografía.



Espacio

Según el plan que se escoja se tiene un límite de almacenamiento para el contenido.

Conecta

Te permite usar una consola en línea con el fin de conectar las acciones al momento de grabar.

Comunica

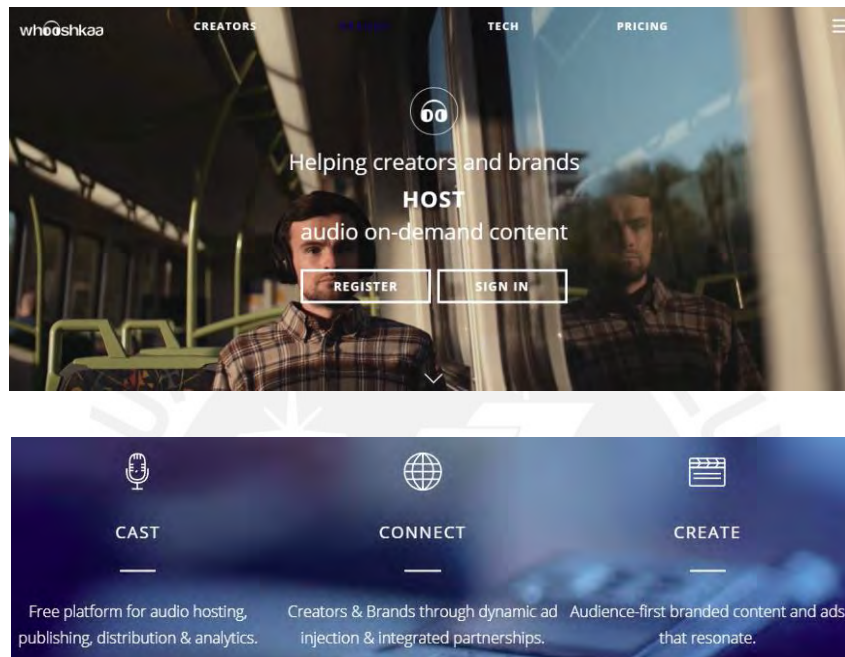
Como comunidad busca generar relaciones entre los presentadores y los oyentes, por eso brinda un sistema de chat abierto.

WOOSHKAA

(<https://www.whooshkaa.com/>)

Descripción

Plataforma que ayuda a los creadores y a las marcas tener un espacio para producir contenido, compartir, hacer un seguimiento y monetizarlo.



Tiene dos secciones: creadores y marcas.

Creadores

Hosting libre

Compartir

Personalizar

Importar fácilmente

Ayuda y soporte

Conocer la audiencia (Métricas)



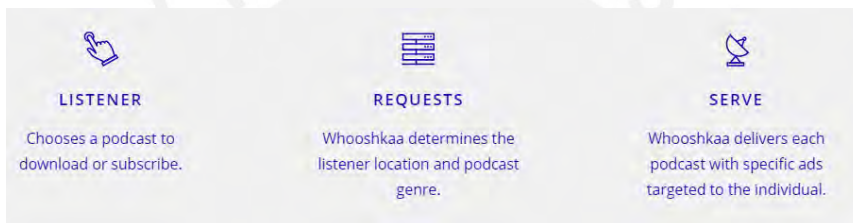
Marcas

Escoger el podcast que más le interese a la marca.

Whooshkaa determinara la locación del oyente y el género del podcast

La publicidad llegará al público adecuado

La marca conocerá a su público



Plan

FOREVER FREE (\$0 al mes) - 3 usuarios

Programas y episodios ilimitados

Ancho de banda ilimitado

Transcripciones de 1 hora al mes (básico)

Publicidad por un mes de 1,000 impresiones

5 GB de almacenamiento de librería

Distribuir a más plataformas

Se integra con Amazon Alexa, Apple Homepod y Google Home

Mètricas básicas

PRO (\$99 al mes) - 5 usuarios

Programas y episodios ilimitados

Ancho de banda ilimitado

Transcripciones de 4 hora al mes
Publicidad por un mes de 50,000 impresiones
20 GB de almacenamiento de librería
Distribuir a más plataformas
Se integra con Amazon Alexa, Apple Homepod y Google Home
Métricas avanzadas

CUSTOM (Precio personalizado) - Usuarios personalizados

Todo lo de pro o plus
Transcripciones al mes personalizable
Publicidad personalizada
Almacenamiento de librería personalizado
Distribuir a más plataformas
Usuario de empresas con acceso de control o individuales

Forever Free	Pro	Custom
\$0 /mo	USD 99 /mo	Custom
SIGN UP	SIGN UP	SIGN UP
Unlimited shows and episodes Unlimited bandwidth 1 hrs of transcripts per month (Standard) 1,000 Dynamic Ad Impressions per month 5 GB Media Library Storage Distribution through all major platforms Integration with Amazon Alexa, Apple Homepod and Google Home Standard Analytics	Unlimited shows and episodes Unlimited bandwidth 4 hrs of transcripts per month (Standard) 50,000 Dynamic Ad Impressions per month 20 GB Media Library Storage Distribution through all major platforms Integration with Amazon Alexa, Apple Homepod and Google Home Advanced Analytics	Everything on pro, plus: Custom additional hours of transcripts per month (Standard and Supervised) Custom Dynamic Ad Impressions per month Custom additional Media Library storage Enterprise user access controls & single sign-on

Servicios

No existen cobros escondidos

Se puede compartir donde el usuario lo desee

Buena tecnología

Métricas avanzadas

Migración en un click

Monetización

NO HIDDEN COSTS
We don't penalise your success. All Whooshkaa plans come with unlimited shows, episodes and bandwidth.

PUBLISH EVERYWHERE
From Apple and Google Podcasts to Spotify, on your website or in our native Facebook player. Your podcast everywhere.

NEXT-GEN TECHNOLOGY
Get discovered on next generation audio technology such as Amazon Alexa, Google Home and Apple HomePod.

ADVANCED ANALYTICS
Numbers you can trust. Our analytics and ad serving technology is independently audited and certified by the IAB.

ONE-CLICK MIGRATION
Our one-click migration tool makes switching to Whooshkaa a breeze. Best of all its free, with unlimited show and episode storage.

MONETISATION MADE EASY
Be rewarded for the stories you tell, with relevant, dynamic ads served based on genre and listener location.



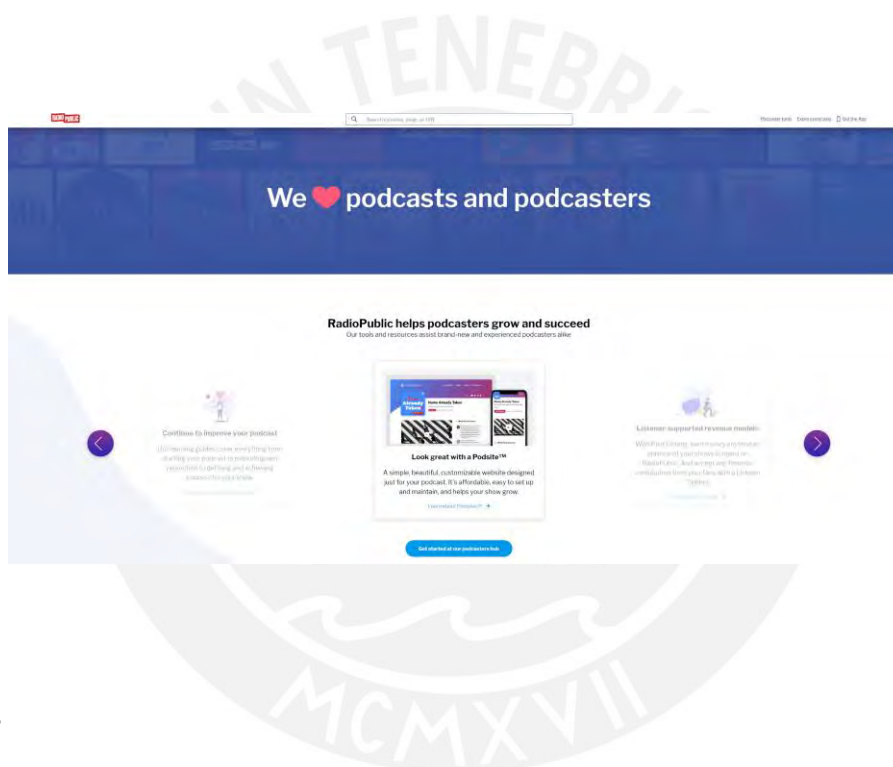
RADIO PUBLIC

(<https://radiopublic.com/>)

Descripción

RadioPublic es un startup que comenzó en el 2016, busca ayudar a los creadores de podcast a tener una plataforma apta para la difusión de su contenido y ayuda a los oyentes a encontrar, seguir y calificar podcasts.

Se puede escuchar mediante aplicaciones en sistema operativo Android y iOS y mediante web.



Servicios

Oyentes:

Descarga de episodios

Escucha podcasts en línea

Descubre nuevos podcasts

Sesión de invitado para escuchar inmediatamente

Buscador

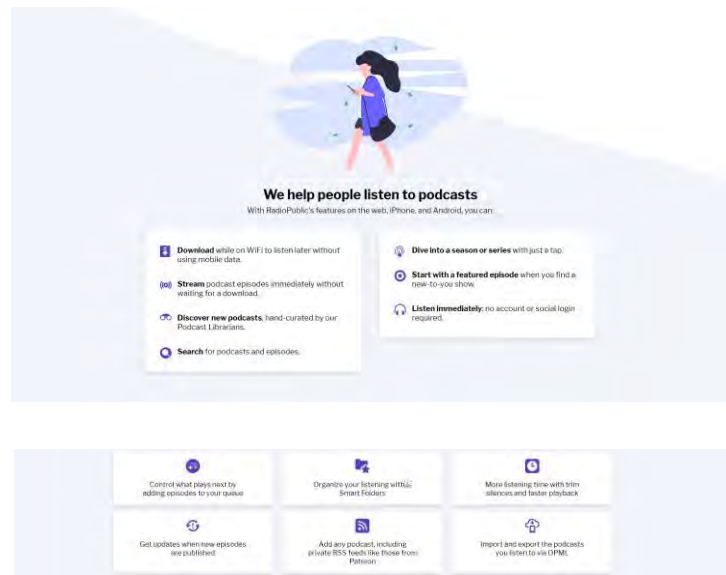
Marcar momentos preferidos

Se puede donar a un podcast. si lo desea el oyente

Controla cuando avanzar o retroceder

Organiza tus favoritos en folders

Recibe actualizaciones



Creadores

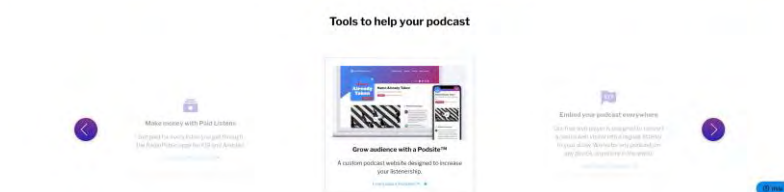
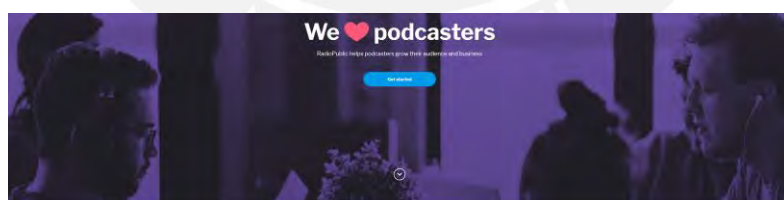
Ayuda para comenzar el podcast

Mejora tu podcast

Aumenta tu público

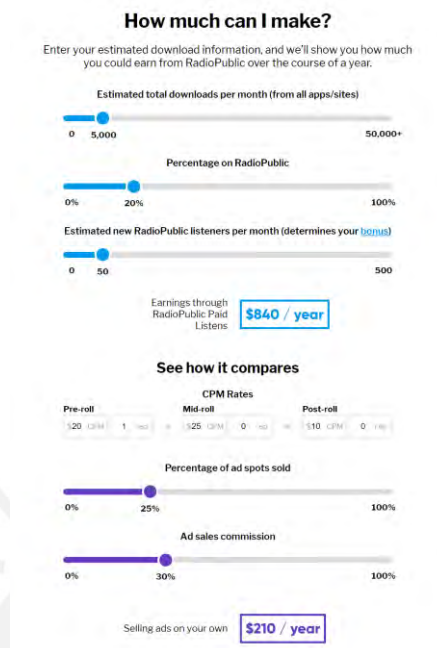
Monetizar

Herramientas de marketing



Monetización

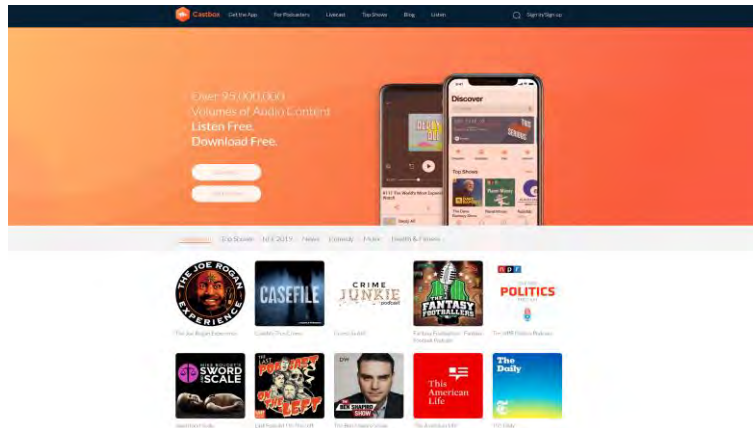
Los creadores pueden acceder a un sistema de publicidad, el cual es calculado por la cantidad de oyentes, porcentaje de RadioPublic y estimado de usuarios por mes.



CASTBOX FM (<https://castbox.fm/>)

Descripción

La plataforma fue lanzada en 2016 con la misión de conectar a las personas con la información. Por eso, tiene soporte en Android, iOS, web, PWA, aplicaciones de carro, Amazon y Watch. Tiene contenido de 27 países separados para su fácil ubicación. Sin embargo, también tiene podcasts peruanos, pero no aparece Perú en la lista.



Servicios

Creadores

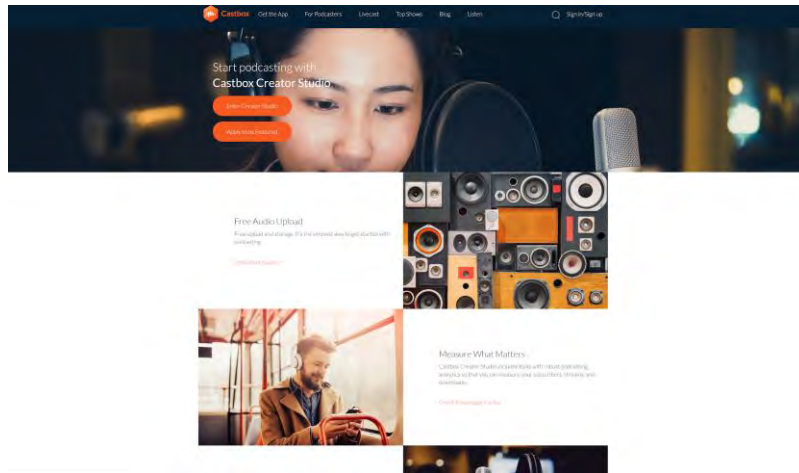
Gratis

Métricas para analizar lo logrado con el podcast

Fans

Reclamar el podcast como tuyo

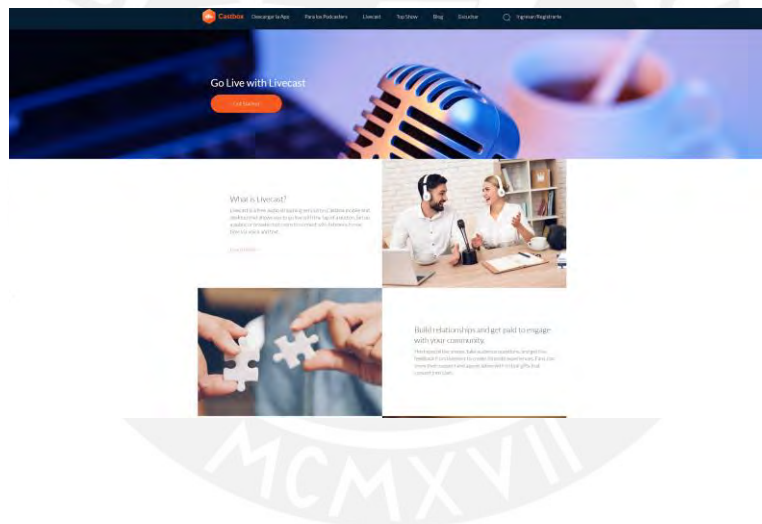
Estudio para crear contenido



Livecast

Chatear con los presentadores de podcast

Construye comunidades y cobra por eso

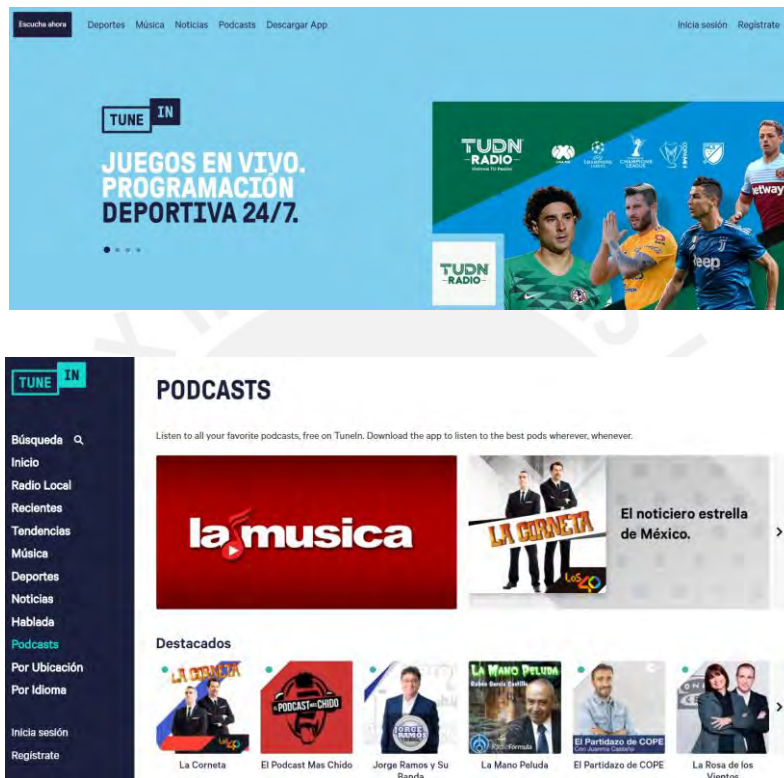


TUNE IN

(<https://tunein.com/>)

Descripción

Plataforma enfocada en contenido deportivo, transmisión en vivo de distintos eventos deportivos, música, noticia, radio en vivo y podcasts. Tienen versión de escritorio (para computadoras) y aplicación para dispositivos móviles.

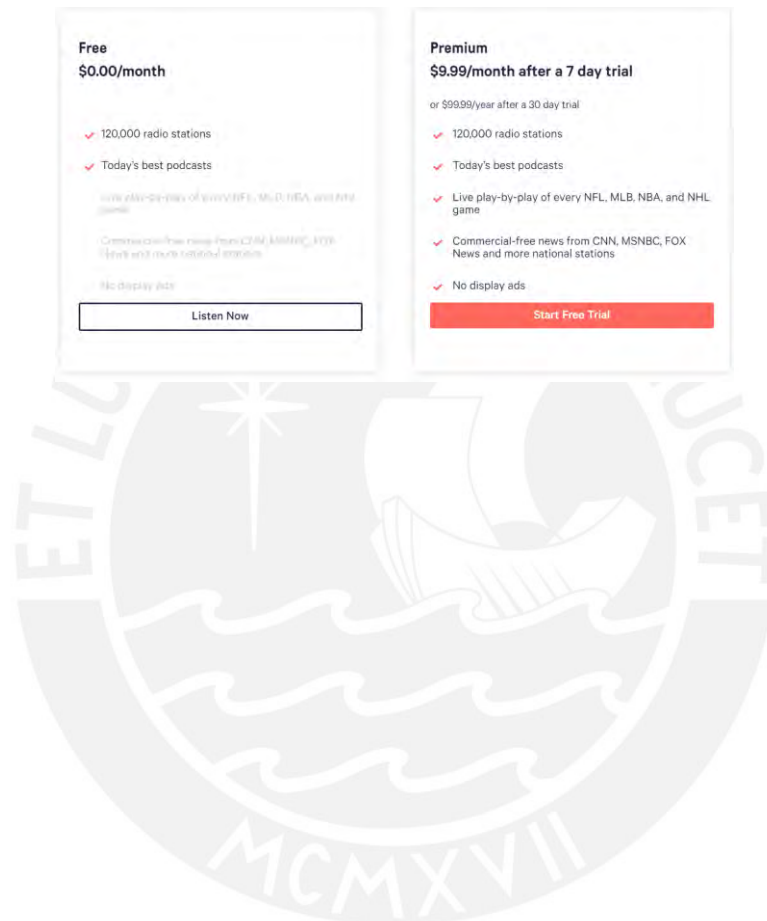


Servicios

Dentro de los beneficios de utilizar TuneIn como plataforma para podcasters es que brinda herramientas como embed codes para el anclaje de un reproductor dentro de una página web.



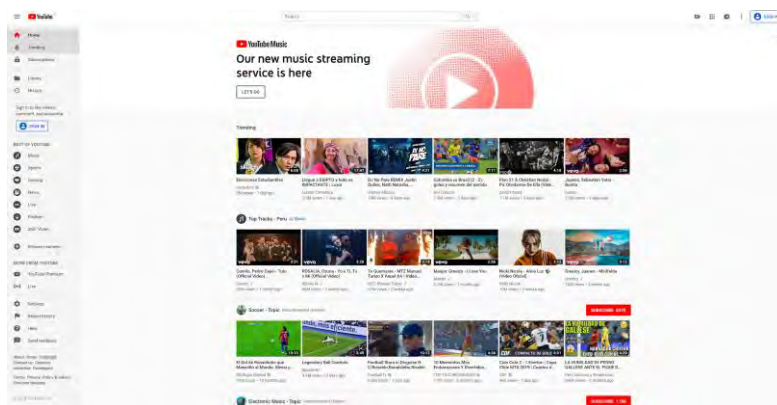
Cuentan con servicio gratis que incluye: 12 mil estaciones de radio, mientras que la versión premium tiene dos planes disponibles: \$9.99 al mes luego de siete días gratis de prueba o \$99.99 anual, luego de treinta días de versión de prueba. Esta versión incluye acceso detallado de las jugadas dentro de broadcasters como NFL, MLB, NBA, etc., contenido libre de publicidad, etc. El servicio premium está disponible por aplicación en dispositivos Android, iOS y Microsoft,



YOUTUBE (www.youtube.com)

Descripción

Youtube fue fundada en el 2005 y fue vendida a Google en el 2006. La suscripción es gratuita y no debes registrarte para poder acceder al contenido. Además, tienen políticas de derechos de autor y bloqueo por contenido ofensivo. Tiene soporte en autos y aplicaciones de celular Android y iOS. Se pueden encontrar diversos tipos de videos como gameplays, música, grabaciones de podcast o caseros.



Plan

YouTube Premium (S/20.90 soles al mes)

Mes gratuito de prueba

Sin publicidad

Descargas directas

YouTube Música premium



Categorías

La plataforma divide su contenido de forma amigable al usuario y así que este pueda encontrar lo que prefiera de forma rápida.

En vivo

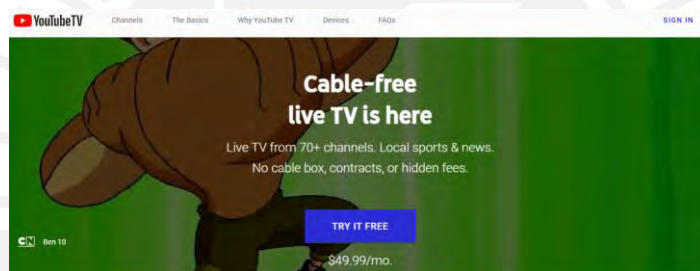
Moda

Videojuegos

Servicios

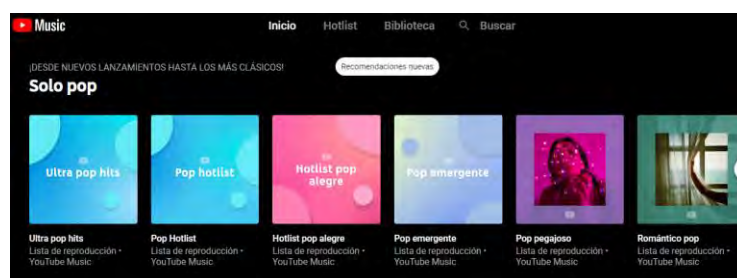
Youtube TV (\$49.99 al mes)

Servicio de cable a través de Youtube, solo para Estados Unidos.



YouTube Music

Streaming de música con playlists y biblioteca; además, puedes ver los videos de las canciones.



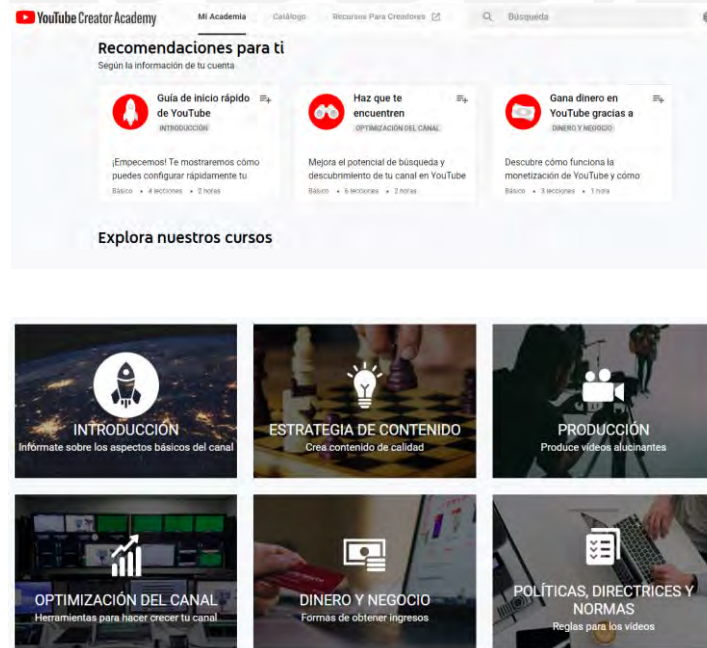
Youtube Kids

Servicio dirigido a los niños con la finalidad de que estén seguros al momento de navegar en YouTube y tener contenido para su edad.



Academia de creadores

YouTube le da consejos a los creadores de contenido para que puedan crecer en número de suscriptores o generar nuevas ideas.



Youtube para artistas

Se crea con el fin de estar más cerca del público generando canales oficiales de artistas.

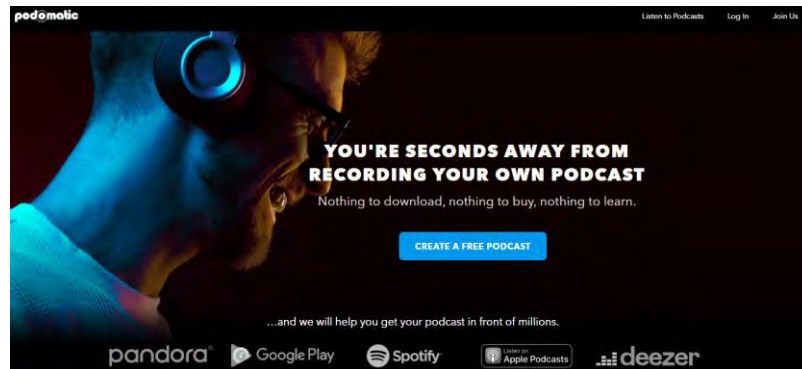


PODOMATIC

(<https://www.podomatic.com/>)

Descripción:

Es una plataforma para almacenar podcasts que tienen amplificación de forma inmediata en otras páginas o aplicaciones como Pandora, Google Play, Spotify, Apple podcast y Deezer.



Planes de pago

Free (Gratis)

15 GB de banda ancha (Tráfico de podcast).

500 MB de almacenamiento.

Pro (\$9.99 al mes)

100 GB de banda ancha (Tráfico de podcast).

2 GB de almacenamiento.

Descargas de alta definición.

Estadísticas.

Herramientas de edición.

Soporte técnico.

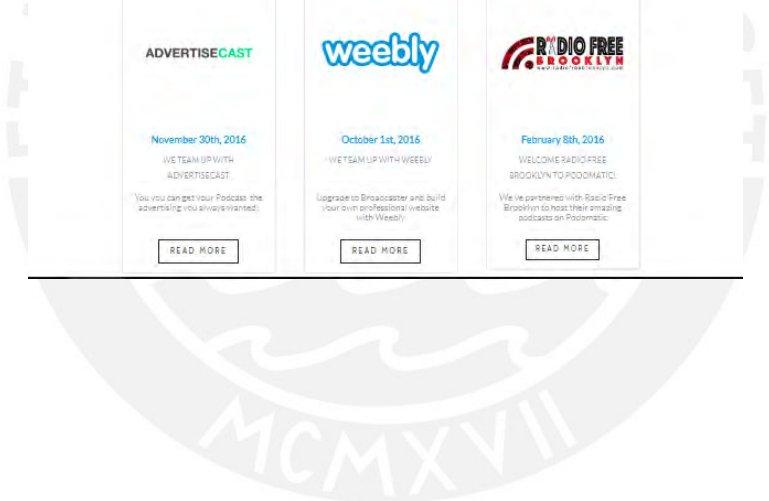
Fondo Patreon.

Anuncios publicitarios.



 March 20th 2018 PODOMATIC SEES GROWTH IN PODCASTING Growth created by independent podcasters. READ MORE	 March 14th 2018 WE TEAM UP WITH SPOTIFY Now you can submit your Podomatic Podcasts to Spotify! READ MORE	 October 6th, 2016 WE TEAM UP WITH PATREON! Now you can also your Patreon account to your Podomatic Page. READ MORE
---	--	--

 November 30th, 2016 WE TEAM UP WITH ADVERTISECAST You can compete your Podcast the advertising you always wanted! READ MORE	 October 1st, 2016 WE TEAM UP WITH WEEBLY Upgrade to Broadcaster and build your own professional website with Weebly! READ MORE	 February 8th, 2016 WELCOME RADIO FREE BROOKLYN TO PODOMATIC! We've partnered with Radio Free Brooklyn to host their amazing podcasts on Podomatic. READ MORE
---	--	--

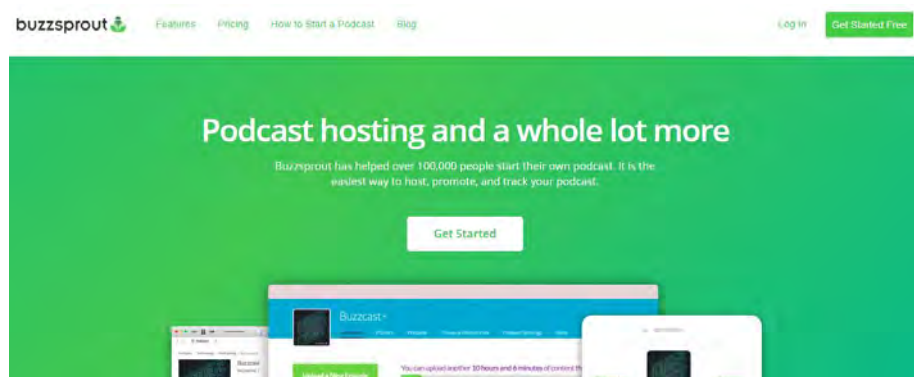


BUZZPROUT

(<https://www.buzzsprout.com/>)

Descripción

Plataforma de almacenamiento de podcasts que brinda a sus usuarios la amplificación de sus productos en plataformas como Apple podcast, Spotify, Stitcher, Google Podcast o permitir que los oyentes puedan escuchar los episodios a través de Amazon Alexa.



Servicios

Crear y publicar episodios

La plataforma da la facilidad de programar o publicar episodios en cualquier momento del día.

Estadísticas

Los usuarios pueden conocer las estadísticas obtenidas con su podcast.

¿Cómo comenzar un podcast?

La página web tiene contenido sobre cómo crear un podcast, da consejos sobre la grabación o qué diferencia un podcast de otro o menciona cómo grabar o qué equipo se necesita. Toda la información está en inglés y es de fácil acceso.

The Buzzsprout blog

Es un blog dentro de la página web que se divide por temáticas. De igual forma, da mayor información sobre podcasts cómo rankings o lecturas que pueden ayudar al usuario a obtener mayor conocimiento en la producción de los mismos.

Planes

Versión de prueba

El usuario puede usar la plataforma como versión de prueba por 90 días.

Subir 2 horas de contenido por mes.

Episodios permanecerán en la plataforma 90 días.

Límite de 2 horas para subir contenido.

Cantidad ilimitada de miembros.

Subir de categoría para remover publicidad.

\$12 /month

Subir 3 horas de contenido por mes.

Episodios permanecerán en la plataforma indefinidamente.

Si se desea subir contenido mayor a 3 horas por mes, se cobra \$4 por hora adicional.

Almacenamiento ilimitado

Cantidad ilimitada de miembros.

Importar contenido gratis.

\$18 /month

Subir 6 horas de contenido por mes.

Episodios permanecerán en la plataforma indefinidamente.

Si se desea subir contenido mayor a 6 horas por mes, se cobra \$3 por hora adicional.

Almacenamiento ilimitado

Cantidad ilimitada de miembros.

Importar contenido gratis.

\$24 /month

Subir 12 horas de contenido por mes.

Episodios permanecerán en la plataforma indefinidamente.

Si se desea subir contenido mayor a 12 horas por mes, se cobra \$2 por hora adicional.

Almacenamiento ilimitado

Cantidad ilimitada de miembros.

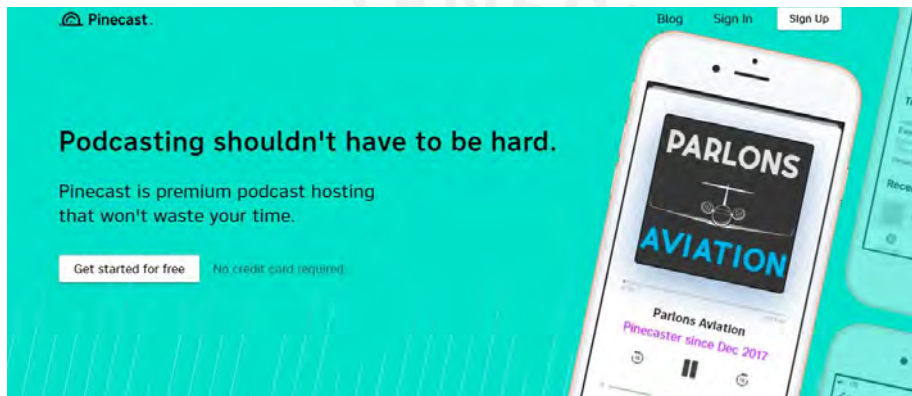
Importar contenido gratis.

PINECAST

(<https://www.pinecast.com/>)

Descripción

Plataforma de podcasts que donde puedes crear un podcast o importarlo de otra plataforma en dos minutos. Además, el usuario puede manejar diferentes podcasts en sus respectivos inicios.



Servicios

Amplificar en otras plataformas

Pinecast permite al creador que su podcast esté en plataformas como Apple podcast, Google Play y Spotify. Además, ofrece estadísticas de la performance del podcast.

Propina

La plataforma ofrece a los podcasters recibir propinas a través de la página web o transferencia bancaria.

Etiquetas

La plataforma se compromete a verificar que tanto la línea gráfica del podcast (imágenes de portada) o audio este en todos los directorios donde se encuentre el podcast.

Planes

Gratis

Subir hasta tres podcasts.

Límite de 48 MB por episodio.

Máximo de 10 episodios por inicio.

Subida de contenido ilimitado gratis.

Uso del frasco de propinas con una comisión para Pinecast.

Estadísticas básicas.

Mantiene la marca de Pinecast.

Plan de inicio (\$5/mes)

Almacenamiento ilimitado.

Episodios ilimitados.

Subida de contenido ilimitado gratis.

Uso del frasco de propinas sin comisión.

Estadísticas básicas.

Sitios web para cada show.

Soporte técnico.

Publicidad

Por otro lado, se puede contratar publicidad.

The image shows a pricing page for Pinecast. It features three main sections: 'Try it free', 'Starter plan', and 'Get more with Add-ons'. The 'Starter plan' is highlighted with a green border and includes a '\$5/mo' price tag. The 'Add-ons' section lists 'Pro Analytics Add-on' (\$10), 'Crew Add-on' (\$10), 'Growth Add-on' (\$10), and 'Hi-fi Add-on' (\$15). Each add-on has a link to 'Read about' or 'Upload larger episodes'.

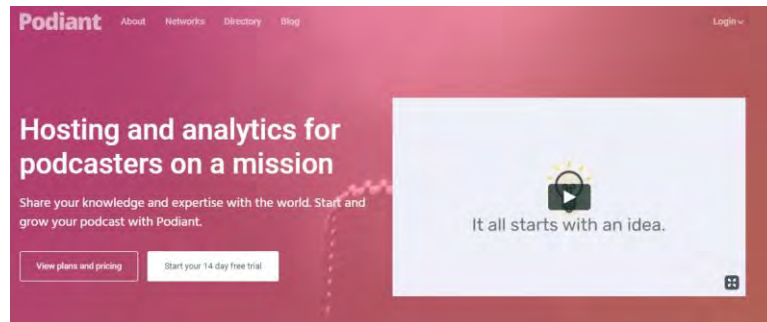
Plan	Price	Features
Try it free	Free	No time limit, Up to three shows, 48MB/episode, Listen analytics, Tip Jar, 10 episodes per feed, Has Pinecast branding
Starter plan	\$5/mo	Unlimited storage, Basic analytics, No-commission Tip Jar, Unlimited shows, Websites for every show, Custom domain support
Pro Analytics Add-on	\$10	Read about Pro Analytics
Crew Add-on	\$10	Share access, start networks
Growth Add-on	\$10	More options to grow
Hi-fi Add-on	\$15	Upload larger episodes

PODIANT

(<https://podiant.co/>)

Descripción

Fundada por Mark Steadman en 2016, fue creada para cubrir la necesidad de una herramienta fácil de usar que permita a gran cantidad de usuarios cargar podcasts de manera fácil y rápida.



Servicios

Hosting ilimitado

Asistente de producción

Colaborador en tiempo real

Sitio web único para cada podcast

Planes

Gratis

Versión de prueba de 14 días

Indie (\$12.99/mes por podcast)

Almacenamiento ilimitado.

Agregar un blog o página estática.

Soporte de comunidad.

Agregar comentarios vía Disqus.

Publicar automáticamente en redes sociales.

Professional (\$24.99/mes por podcast)

Almacenamiento ilimitado.

Agregar un blog o página estática.

Soporte de comunidad.

Agregar comentarios vía Disqus.

Publicar automáticamente en redes sociales.

Calidad de audio alta.

Soporte técnico personal.

Ayuda para crear un sitio web para el podcast.

Networks (from \$35.97/mes)

Almacenamiento ilimitado.

Agregar un blog o página estática.

Soporte de comunidad.

Agregar comentarios vía Disqus.

Publicar automáticamente en redes sociales.

Calidad de audio alta.

Soporte técnico personal.

Ayuda para crear un sitio web para el podcast.

Estadísticas.

Un sitio web por show.

Opciones de precios flexibles.

De 3 a 20 podcasts.

The screenshot displays a pricing table with three columns representing different subscription plans. Each plan is presented in a dark-themed card with a white border. The 'Indie' plan is priced at \$12.99/month and includes features like unlimited storage, a blog, and community support. The 'Professional' plan is priced at \$24.99/month and offers higher quality audio and one-to-one technical support. The 'Networks' plan starts at \$35.97/month and provides analytics across networks and flexible pricing options. Each card has a red 'Sign up' button at the bottom.

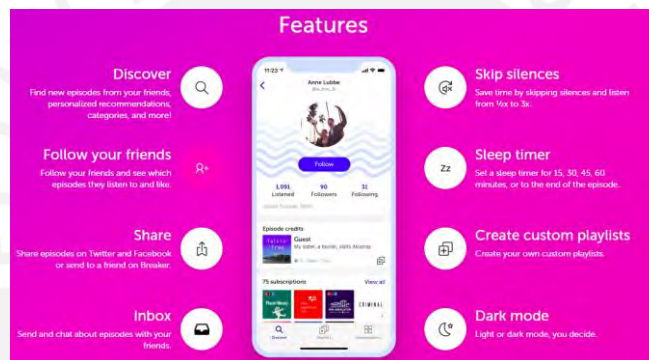
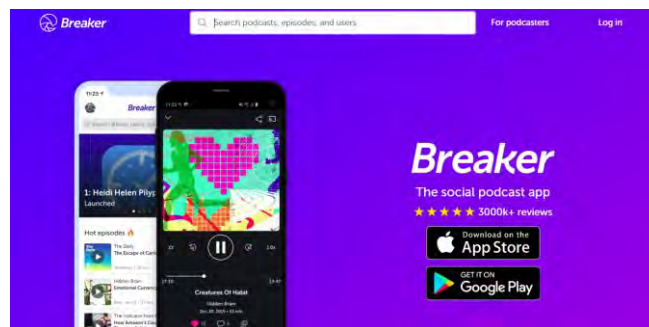
Plan	Price	Key Features
Indie	\$12.99 / month	• Unlimited storage • Add a blog and static pages • Community support • Add comments via Disqus • Automatically post to social media
Professional	\$24.99 / month	• Higher quality audio • One-to-one technical support • Help building your podcast website
Networks	from \$35.97 / month	• Unlike analytics across the networks • One website for all your shows • Flexible pricing options • Scale from 3 to 20 podcasts

BREAKER

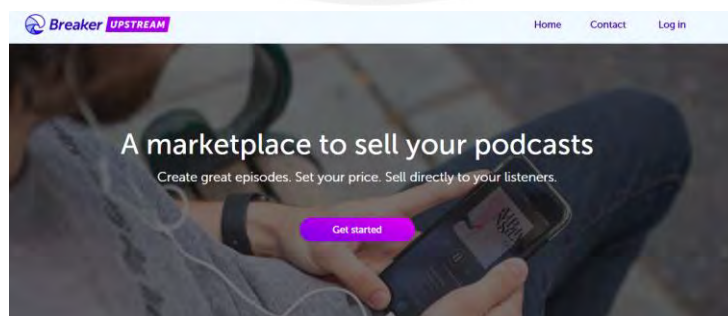
(<https://www.breaker.audio/>)

Descripción

Plataforma de podcasting donde uno puede encontrar un catálogo extenso de podcast para escuchar. Disponible también en la tienda de aplicaciones de Apple y Android.



Por otro lado, la plataforma cuenta con un espacio para podcasters que deseen colocar su contenido en la plataforma.



El usuario que se registra como podcaster en Breaker puede monetizar con su contenido, ya que tiene la posibilidad de bloquear su contenido para que no sea escuchado de forma gratuita.

Precios

Por episodio

Se bloquea los episodios de forma individual.

Subscripción al podcast

Los oyentes se pueden suscribir una vez al podcast sin la necesidad de volver a pagar.

Pricing options

Episode	Subscription
Allow your listeners to purchase individual episodes. These episodes could be bonus content such as extended interviews or live recordings.	Allow your listeners to subscribe to an exclusive podcast. The podcast could be entirely new or an ad-free version of your existing podcast.
Example: \$0.99 for a single episode	Example: \$4.99 per month

You make podcasts, we do the rest

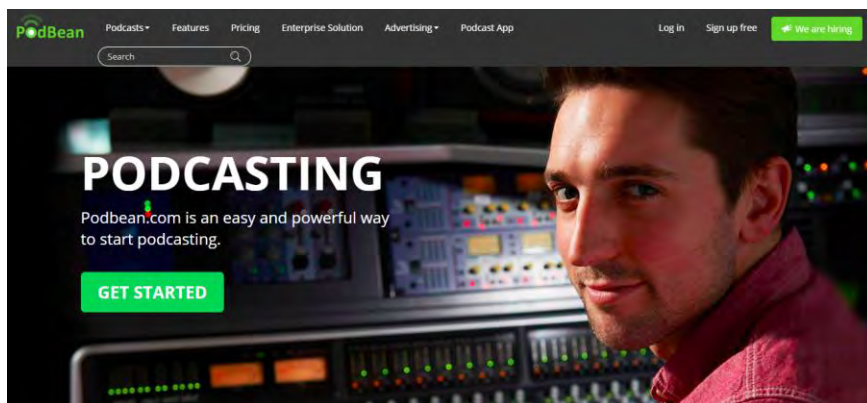
- ✓ Simple setup
- ✓ Secure audio hosting
- ✓ Credit card processing
- ✓ You own your content
- ✓ Advanced listener data
- ✓ Customer support

PODBEAN

(<https://www.podbean.com/>)

Descripción

Plataforma para subir podcast sin tener conocimientos previos de programación. Además, cuenta con soporte web y en celulares con sistema operativo Android y Apple. Además, ofrecen servicios para empresas o instituciones que necesiten un podcast, ya sea internamente o para su público eterno.



Servicios:

Publicación sencilla.

Hosting ilimitado (según el plan que se contrate)

Web profesional para el podcast.

Dominio propio.

Horarios de publicación.

Publicación de podcast desde el celular.

Publicar el podcast en plataformas conocidas incluyendo Apple Podcasts, Google Podcasts, Spotify y demás.

Compartir automáticamente en redes sociales.

Los usuarios pueden suscribirse a través de sus e-mails.

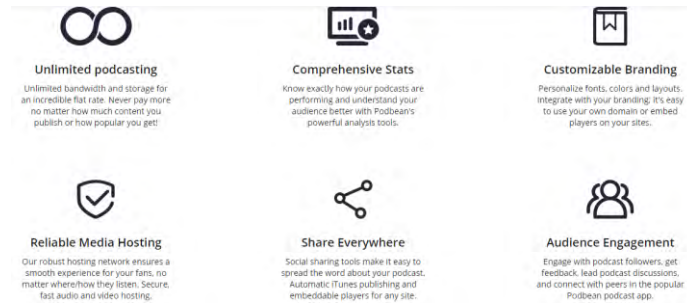
Alexa Amazon.

Aplicación para celulares Android y Apple: Podbean app.

Estadísticas.

Monetización.

Streaming en vivo.



Precios:

Basic (\$0)

Espacio de almacenamiento: 5 horal en total.

Banda ancha de 100GB por mes.

App Android y iPhone.

Reproductores.

Sitio web del podcast.

RSS feed y soporte de iTunes.

Temas gratuitos para el podcast.

Estadísticas básicas para el podcast.

Unlimited Audio (\$9/mensual por un año o \$14/mes)

Espacio de almacenamiento: Ilimitado.

Banda ancha sin límites.

App Android y iPhone.

Reproductores.

Sitio web del podcast.

RSS feed y soporte de iTunes.

Temas pro para el podcast.

Estadísticas avanzadas para el podcast.

Dominio propio.

Podcast publicitario en Marketplace para obtener ingresos.

Venta de audios premium.

Unlimited Plus (\$29/mensual por un año o \$39/mes)

Espacio de almacenamiento: Ilimitado.

Banda ancha sin límites.

Soporte de video.

App Android y iPhone.

Reproductores.

Sitio web del podcast.

RSS feed y soporte de iTunes.

Temas pro para el podcast.

Estadísticas full para el podcast.

Dominio propio.

Podcast publicitario en Marketplace para obtener ingresos.

Venta de audios premium.

Recibe soporte económico de los oyentes. Botones de donación.

Agrega tu propia publicidad.

Business (\$99/mensual por un año o \$129/mes)

Espacio de almacenamiento: Ilimitado.

Banda ancha sin límites.

Soporte de video.

App Android y iPhone.

Reproductores.

Sitio web del podcast.

RSS feed y soporte de iTunes.

Temas pro para el podcast.

Estadísticas full para el podcast.

Dominio propio.

Podcast publicitario en Marketplace para obtener ingresos.

Venta de audios premium.

Recibe soporte económico de los oyentes. Botones de donación.

Agrega tu propia publicidad.

Múltiples canales de podcast (2 incluidos).

Múltiples administradores (2 incluidos).

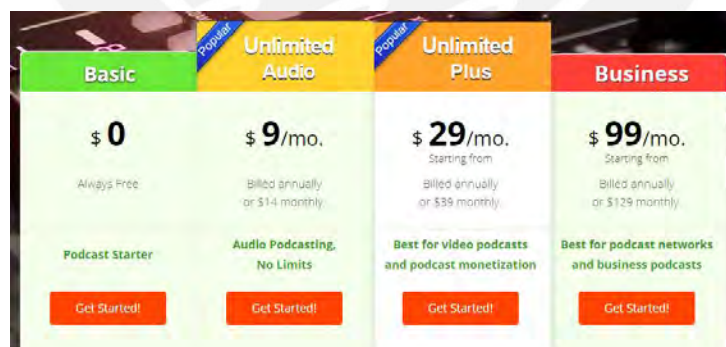
Podcasts privados.

Remover publicidad de Podbean.

Soporte en vivo vía chat.

Compromiso Intel (Opción de paga).

Aplicaciones de etiqueta blanca (Opción de paga).



LIBSYN

(<https://libsyn.com/>)

Descripción

Plataforma de almacenamiento de podcasts que ofrecen libertad completa de contenido a sus usuarios. Es social oficial de diferentes plataformas de distribución masiva.



The screenshot shows the Libsyn website homepage. At the top, there is a navigation menu with links for Plans & Pricing, Features, Community, Monetization, Support, LibsynPro, and About. The main heading is "Powerful Podcast Hosting" with a sub-heading "The podcast hosting, distribution, and monetization platform since 2004" and "Start for just \$5 a month". Below this are three buttons: "MOVE TO LIBSYN", "SIGN UP", and "PRO SERVICES". A horizontal strip of diverse human faces is shown below the buttons. The main content area features the heading "We Connect You to Audiences Everywhere" and a paragraph: "A 100% compliant Apple Podcasts optimized RSS feed, and powerful integrations connect you to your audience on all their favorite platforms. Grow your podcast audience with a listing in Apple Podcasts and podcast hosting that publishes directly to Spotify, Google Podcasts, Pandora, and many more of your audience's favorite platforms." At the bottom of this section are icons for various podcasting and streaming platforms: Apple Podcasts, Google Podcasts, Spotify, Pandora, and others.

Servicios

Distribución del podcast a diferentes plataformas.

Monetización.

Estadísticas de audiencia.

Soporte técnico.

Web para los podcasts, compatible con celulares.

Personalizable.

Precios

Classic 50 (\$5/mes)

Almacenamiento mensual: 50 MB.

Audiencia ilimitada.

RSS.

Mini web del podcast.

Directorio de Libsyn.

Aplicación de celular.

Wordpress.

Reproductor personalizable HTML5.

Colores.

RSS seguro.

Hosting.

FTP soporte de subida.

Administrador de archivos.

Destinos OnPublis: Publicación automática en distintas plataformas de podcasting.

Estadísticas básicas (+\$2/mes).

Tiene opción a monetización.

Dominio propio (+\$2/mes).

Classic 250 (\$15/mes)

Almacenamiento mensual: 250 MB.

Audiencia ilimitada.

RSS.

Mini web del podcast.

Directorio de Libsyn.

Aplicación de celular.

Wordpress.

Reproductor personalizable HTML5.

Colores.

RSS seguro.

Hosting.

FTP soporte de subida.

Administrador de archivos.

Destinos OnPublis: Publicación automática en distintas plataformas de podcasting.

Estadísticas básicas.

Tiene opción a monetización.

Dominio propio (+\$2/mes).

Advanced 400 (\$20/mes)

Almacenamiento mensual: 400 MB.

Audiencia ilimitada.

RSS.

Mini web del podcast.

Directorio de Libsyn.

Aplicación de celular.

Wordpress.

Reproductor personalizable HTML5.

Colores.

RSS seguro.

Hosting.

FTP soporte de subida.

Administrador de archivos.

Destinos OnPublis: Publicación automática en distintas plataformas de podcasting.

Estadísticas básicas.

Tiene opción a monetización.

Descarga del reporte de estadísticas.

Estadísticas avanzadas.

200 MB adicionales (+\$10/mes).

App para iOS y Android (+\$10/mes).

Dominio propio (+\$2/mes).

Advanced 800 (\$40/mes)

Almacenamiento mensual: 800 MB.

Audiencia ilimitada.

RSS.

Mini web del podcast.

Directorio de Libsyn.

Aplicación de celular.

Wordpress.

Reproductor personalizable HTML5.

Colores.

RSS seguro.

Hosting.

FTP soporte de subida.

Administrador de archivos.

Destinos OnPublis: Publicación automática en distintas plataformas de podcasting.

Estadísticas básicas.

Tiene opción a monetización.

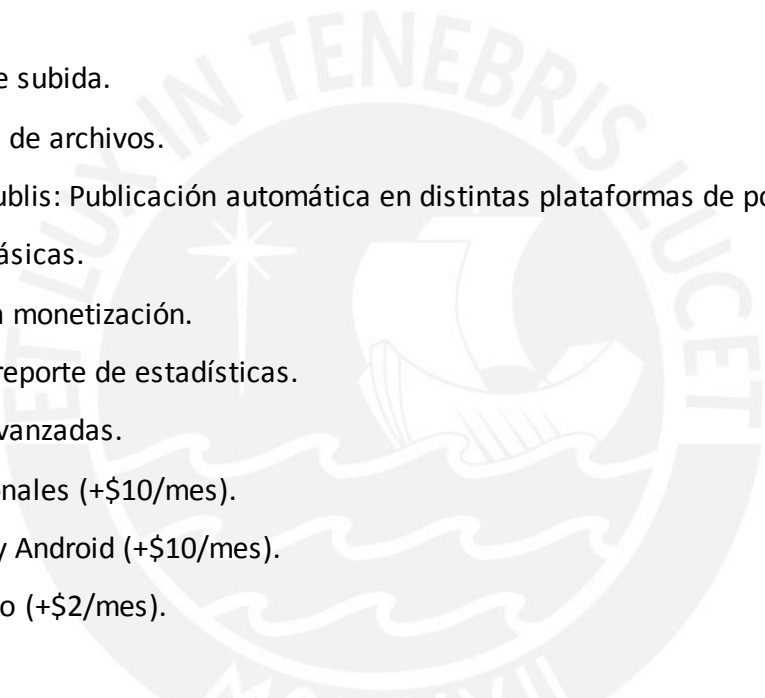
Descarga del reporte de estadísticas.

Estadísticas avanzadas.

200 MB adicionales (+\$10/mes).

App para iOS y Android (+\$10/mes).

Dominio propio (+\$2/mes).



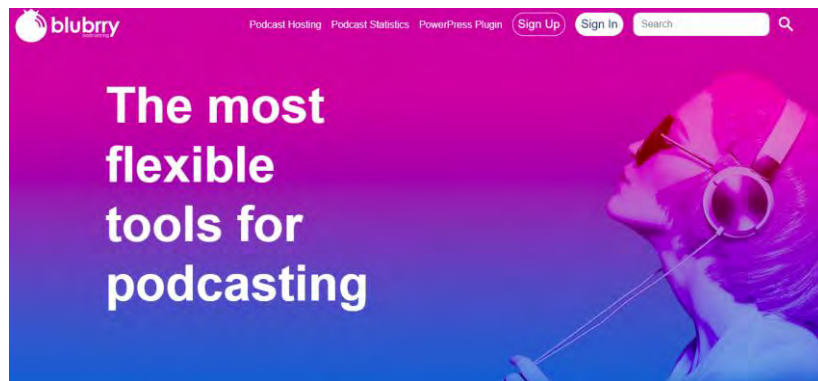
	Classic 50	Classic 250	Advanced 400	Advanced 800
	\$5	\$15	\$20	\$40
Plan Features	SIGN UP	SIGN UP	SIGN UP	SIGN UP
Advanced 1500 Same features as the above Advanced Plans + More Storage	Advanced 3000 Same features as the above Advanced Plans + More Storage			
\$75 Monthly	\$150 Monthly			
✓ 1500 mb	✓ 3000 mb			
SIGN UP	SIGN UP			

BLUBRRY

(<https://blubrry.com/>)

Descripción

Es una plataforma de podcasting que sirve de almacenamiento de contenido, además, ofrece a sus usuarios un hosting para el podcast, estadísticas y un plugin para Wordpress. Es una comunidad y un directorio que provee al usuario el poder de hacer dinero con su contenido.



Servicios

Monetiza el contenido del podcast.

Estadísticas de audiencia.

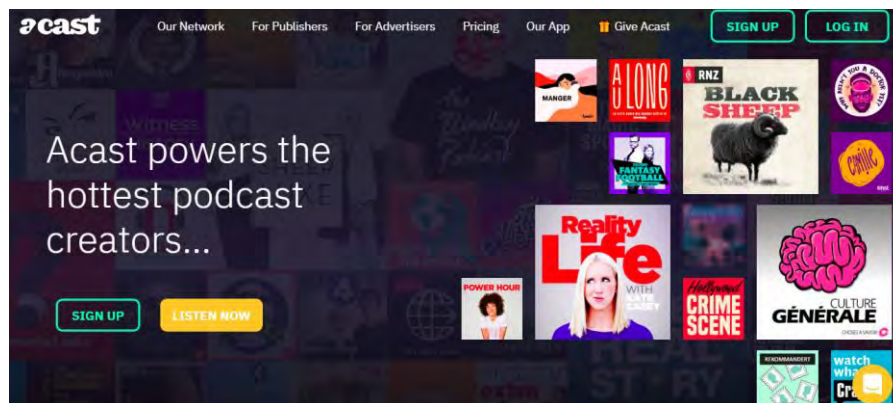
Hosting.

ACAST

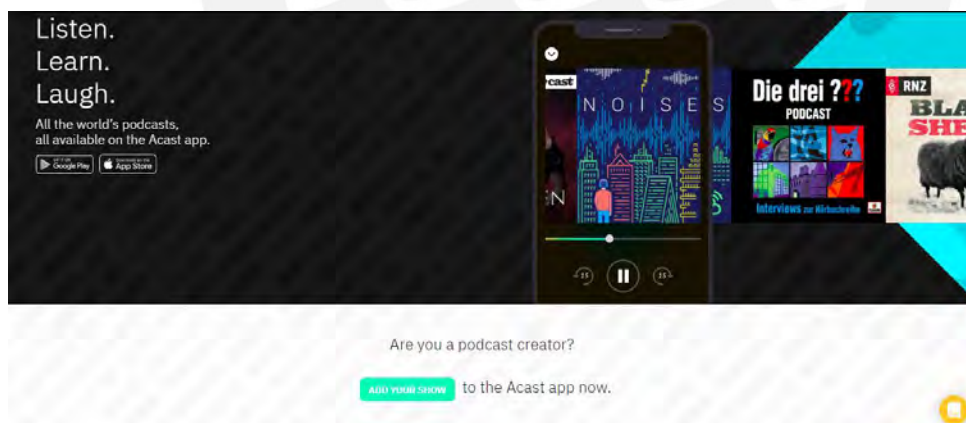
(<https://www.acast.com/en>)

Descripción

Plataforma de podcasts para creadores de contenido, empresas y oyentes. Fundada en 2014, tiene el mercado de podcast con mayor crecimiento, según Acast.



Acast tiene una app móvil para Android y iPhone, donde los creadores de contenido con un podcast alojado en otro hosting pueden inscribir su podcast a la plataforma.



Servicios

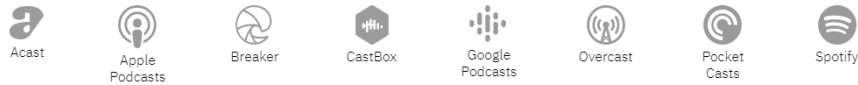
Podcasters:

Alojamiento de contenido (hosting).

Estadísticas.

Publicidad para monetizar con el podcast.

Publicación automática en plataformas de podcasting comerciales.



Anunciantes:

Definir target.

Medir interacción y público.

Seguridad para la marca.

Oyentes:

Aplicación de escucha para Android y iPhone.

Precios

Starter (Gratis)

RSS feed para distribución en plataformas de podcast.

Estadísticas básicas.

Sitio web básico para el podcast.

Influencer (\$14.99/mes por un año o \$25/mes)

Periodo de prueba de 14 días gratis.

RSS feed para distribución en plataformas de podcast.

Estadísticas avanzadas.

Sitio web personalizable para el podcast.

YouTube, Spotify y Soundcloud.

Descargas y episodios ilimitados.

Ace (\$29.99/mes por un año o \$40/mes)

Periodo de prueba de 14 días gratis.

RSS feed para distribución en plataformas de podcast.

Estadísticas avanzadas.

Sitio web personalizable para el podcast.

YouTube, Spotify y Soundcloud.

Descargas y episodios ilimitados.

Transcripciones de episodios.

Equipo administrativo.

Soporte avanzado.

Pro webinars.

Publicidad.

Acast Pro (Precio personalizado)

The image shows a pricing page for Acast with four columns. The first three columns represent different subscription tiers: Starter, Influencer, and Ace. The fourth column is a call-to-action for Pro Service. Each tier lists its features, price, and a trial offer.

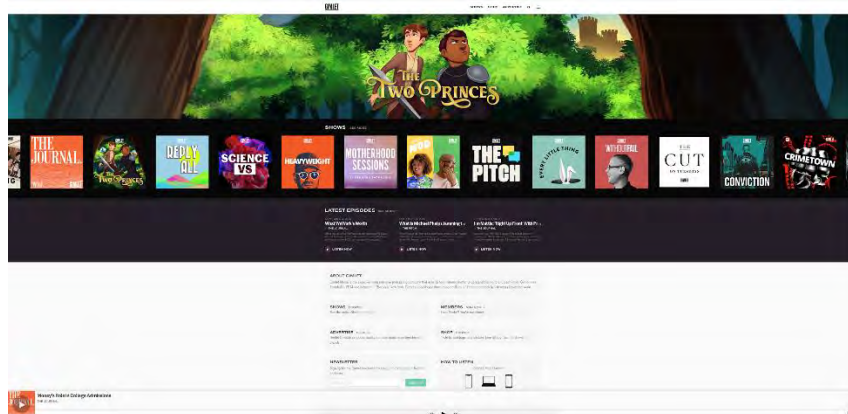
Plan	Price	Trial	Key Features
Starter	FREE	14 Day Free Trial	Podcast RSS feed for distribution to every podcast app, Basic analytics, Basic podcast website.
Influencer	\$14.99/mo	14 Day Free Trial	Podcast RSS feed for distribution to every podcast app, Advanced analytics, Customizable podcast website, YouTube, Spotify, and Soundcloud, Unlimited episodes and downloads.
Ace	\$29.99/mo	14 Day Free Trial	Podcast RSS feed for distribution to every podcast app, Advanced analytics, Customizable podcast website, YouTube, Spotify, and Soundcloud, Unlimited episodes and downloads, Episode transcriptions, Team & Network Management, Advanced support, Pro Webinars, Publishing API.
Looking for Acast's Pro Service?	-	-	Are you an established podcaster, publisher or network? Or you expect to launch with more than 10,000 weekly listens? Talk to our dedicated team about the premium hosting, monetization and marketing support we offer.

Anexo 2: Plataformas de distribución de podcast

GIMLET MEDIA (<https://gimletmedia.com/>)

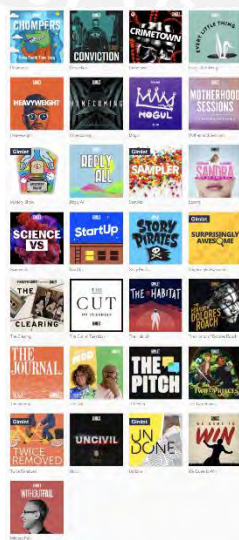
Descripción

Empresa fundada en 2014 con locación en Brooklyn. Fue comprado por Spotify en febrero del 2019 a 230 millones. Tiene como finalidad el ayudar a sus oyentes a entender mejor al mundo y a los demás. Tiene una estimación de 12 millones de descargas al mes alrededor del mundo. La compañía produce los podcasts en alianza con otras marcas.



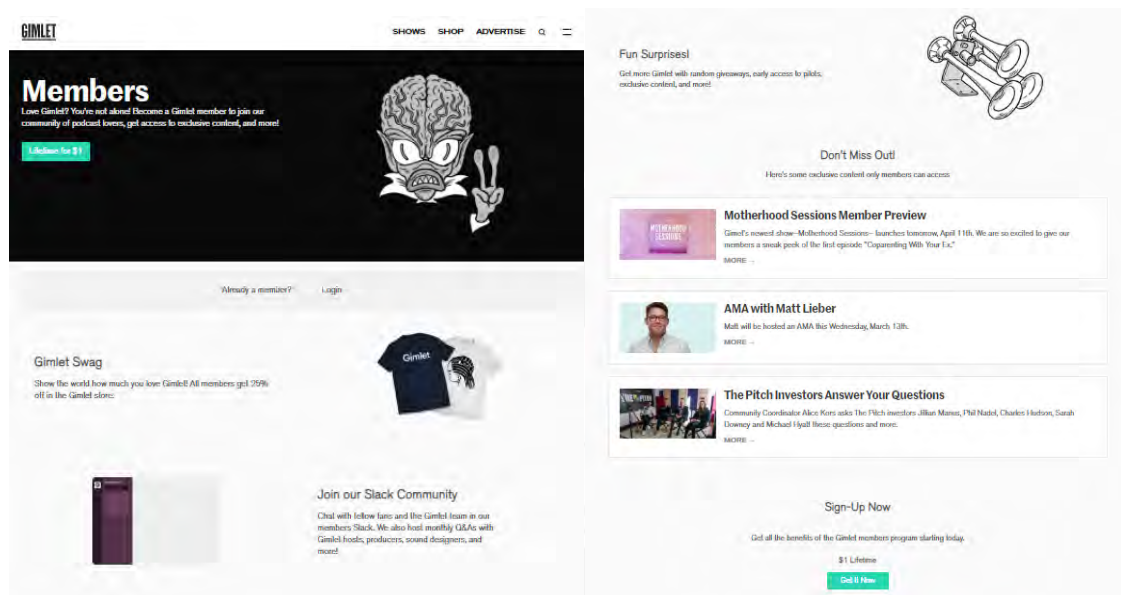
Programas

La plataforma cuenta con 29 podcast. Para poder clasificar el contenido se usan 14 etiquetas, de las cuales 3 son sus autores y los 11 restantes son características de lo que se va a escuchar.



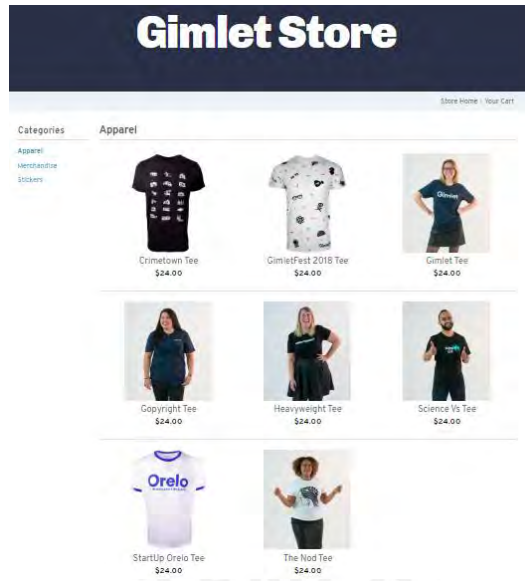
Membresía

La plataforma permite ser miembro de la comunidad por un dólar (\$1). No tiene tiempo de caducidad y brinda beneficios a los usuarios que han pagado la membresía, como: descuento en la tienda, sorpresas, ser parte de foros y contenido exclusivo para ellos



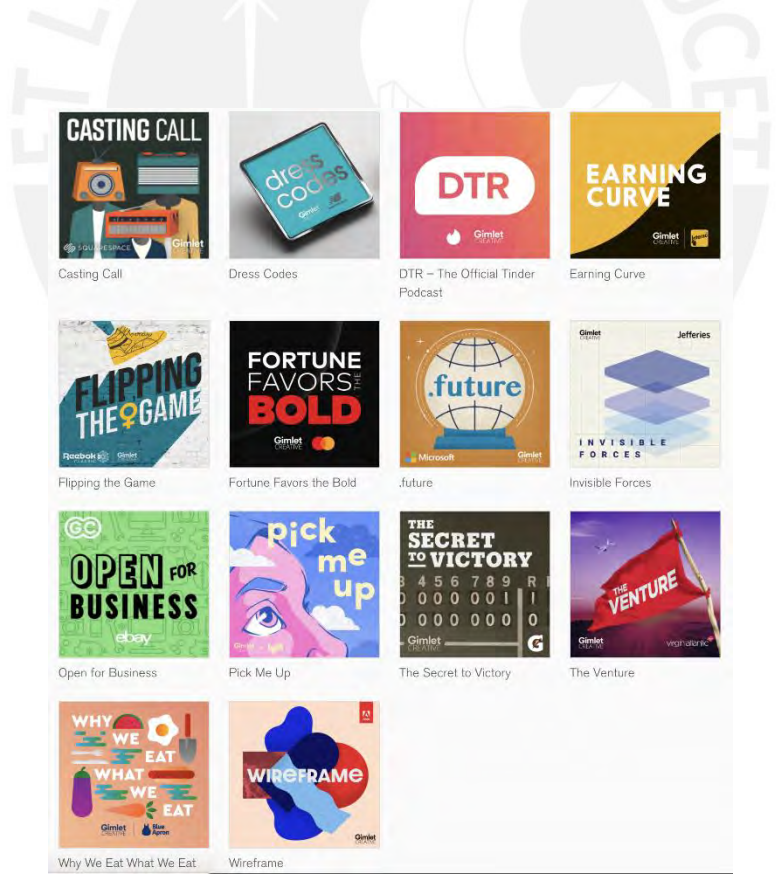
Tienda

Poseen una tienda virtual donde se puede adquirir productos de la marca.



Publicidad

La empresa genera publicidad en alianza con otras marcas.



Ofrecen tres servicios: Publicidad en audio, podcast para la marca y habilidades de voz.



Por último, con este servicio, la compañía ha trabajado con las siguientes marcas:

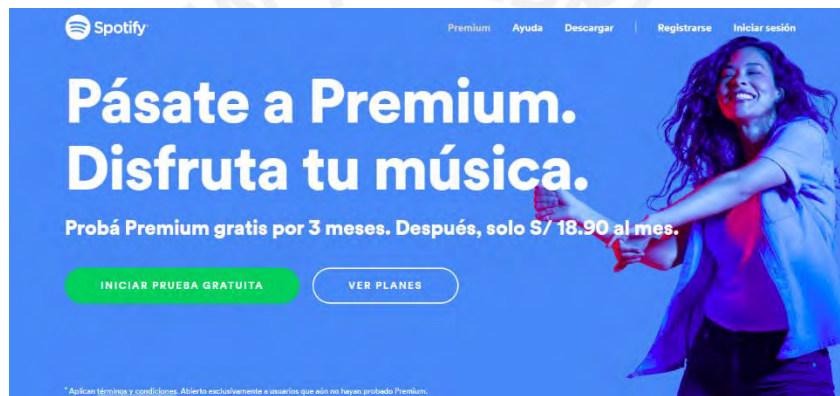


SPOTIFY

Descripción

Servicio de streaming líder en distribución de música en línea con más de 232 millones de usuarios activos mensuales. Entró al negocio de los podcasts como reproductor únicamente; sin embargo, activaron la opción de acceder como podcaster y exponer tu contenido en la plataforma (se almacena en otro servidor y mediante el RSS Spotify lo puede tener en su plataforma).

Tiene soporte sistemas operativos Windows, Mac OS X, iOS, GNU/Linux, Android, Palm, Windows Phone, Symbian OS, PlayStation 3, PlayStation 4, Xbox One, Smart TV.



Servicio

Celular

Solo se puede adelantar 6 canciones por hora al escuchar música

Se puede adelantar o retroceder sin límites al escuchar podcasts

Publicidad al iniciar las canciones o entre la canción que se está escuchando

Publicidad al iniciar o terminar el podcast

Web

Adelantar o retroceder sin límites al escuchar podcasts o música

Publicidad al iniciar o terminar música

Plan

Individual (\$/ 18.90 al mes - 3 meses de prueba)

1 cuenta

Escucha música sin anuncios

Reproduce tus canciones en cualquier lugar, incluso sin conexión

Reproducción on-demand

Duo (S/ 24.90 al mes - 3 meses de prueba)

2 cuentas

Escucha música sin anuncios

Reproduce tus canciones en cualquier lugar, incluso sin conexión

Reproducción on-demand

Duo Mix: una playlist diaria hecha solo para dos

Premium Family (S/ 28.90 al mes)

6 cuentas

Escucha música sin anuncios

Reproduce tus canciones en cualquier lugar, incluso sin conexión

Reproducción on-demand

Para familiares que residan en un mismo domicilio

Elige tu plan Premium

Individual	Premium Family	Duo
3 meses gratis		3 meses gratis
Individual	Premium Family	Duo
Después de la prueba, S/ 18.90 al mes	S/ 28.90 al mes	Después de la prueba, S/ 24.90 al mes
1 cuenta	6 cuentas	2 cuentas
<ul style="list-style-type: none">✓ Escucha música sin anuncios✓ Reproduce tus canciones en cualquier lugar, incluso sin conexión✓ Reproducción on-demand	<ul style="list-style-type: none">✓ Escucha música sin anuncios✓ Reproduce tus canciones en cualquier lugar, incluso sin conexión✓ Reproducción on-demand✓ Para familiares que residan en un mismo domicilio	<ul style="list-style-type: none">✓ Escucha música sin anuncios✓ Reproduce tus canciones en cualquier lugar, incluso sin conexión✓ Reproducción on-demand✓ Duo Mix: una playlist diaria hecha solo para dos
INICIAR PRUEBA GRATUITA	COMENZAR	INICIAR PRUEBA GRATUITA

Beneficios de Premium

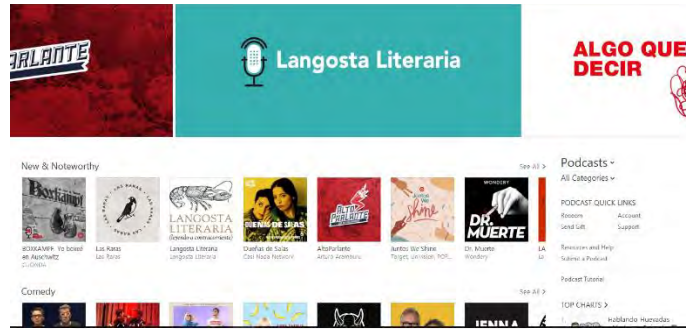
			
Descarga tu música. <small>Escúchala desde cualquier lugar.</small>	Sin anuncios que interrumpen tu música. <small>Solo música, sin parar.</small>	Reproduce lo que quieras. <small>Incluso en dispositivos móviles.</small>	Salta canciones de forma ilimitada. <small>Solo haz clic en Siguiente.</small>



APPLE PODCAST

Descripción

Apple está dentro del negocio de los podcasts desde 2004. Este servicio es exclusivo para celulares con sistema operativo iOS y se puede usar en un pc Windows o Mac a través de iTunes.



Se puede acceder a un podcast a través del buscador con el link de acceso, pero para buscar más podcasts o nuevo contenido se debe hacer desde la aplicación de iTunes para computadoras.

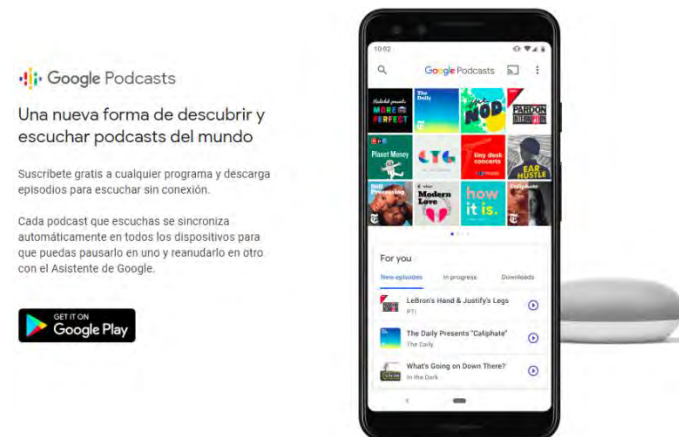


El subir contenido es igual al proceso de Spotify a través de una RSS con la diferencia de tener una cuenta iCloud conectado a un dispositivo Apple para acceder al servicio.

GOOGLE PODCAST (<https://podcasts.google.com/about>)

Descripción

Plataforma de Google en la que se pueda escuchar un podcast de forma gratuita y descargar episodios para poder escucharlos sin conexión.



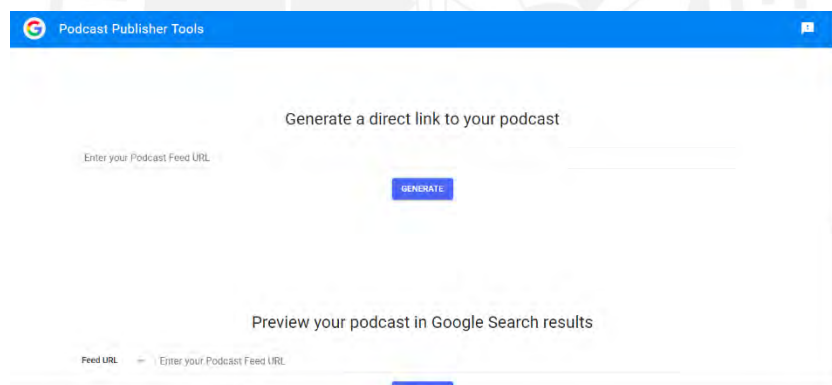
Se puede acceder al contenido de dos formas: por web con un link directo o por aplicación. En la primera plataforma no se puede acceder a un buscador dentro de la app ni descargar, solo reproducir para escuchar desde la PC o laptop.



En cambio, con la aplicación se puede acceder al mismo buscador de Google que accede a los podcasts o busca información sobre los podcasts que no se encuentra ahí registrados. Se tiene la facilidad de poder descargar el programa para escuchar después.



Para poder subir tu podcast a Google debes acceder a <https://search.google.com/devtools/podcast/preview> y allí color el URL de tu podcast.



RADIOS DEL PERÚ (<https://www.radiosdelperu.pe/>)





Descripción

Plataforma libre que tiene emisoras de radio y podcasts de Perú y más países. Uno puede filtrar de qué país se quiere escuchar y tendrá las opciones relevantes.

RADIO PODCASTS TOP 10 Buscar radio o podcast

Mejores Podcasts de Perú

Elige la categoría de podcast

TODOS	 La Reflexión La 7 107.3 FM
ARTE	
CENCIA Y MEDICINA	 A Pielas Más con Rosa María Palacios AMTAWA
CINE Y TV	
COMEDIA	 LOS CÓMICOS AMBULANTES Pirata Podcast
CULTURA Y SOCIEDAD	
DEPORTES Y Ocio	 Comicos Peruanos I Luis Pineda
EDUCACIÓN	
FINANZAS	 Momento Romántico Momento Romántico
GOBIERNO Y ORGANIZACIONES	
JUEGOS Y PASATIEMPOS	 Historias perdidas Historias perdidas

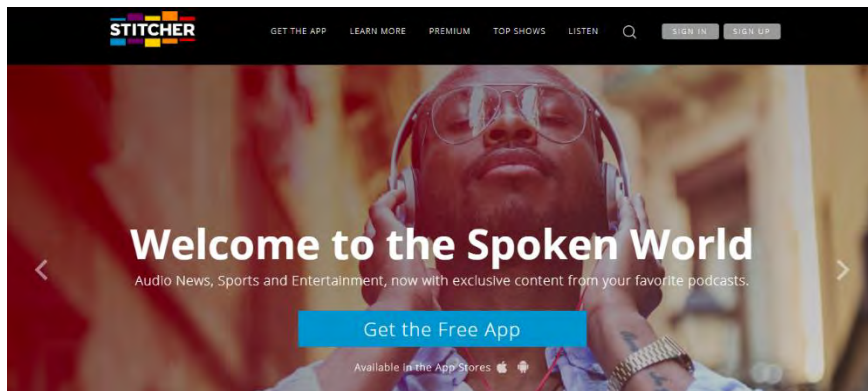


STITCHER (<https://www.stitcher.com/>)

Descripción

Plataforma para escuchar podcasts, tienen acceso a aplicaciones iOS, Android, en PC, altavoces inteligentes y aplicaciones de autos.

Es necesario registrarse para acceder al contenido, ya sea a través de Facebook, Gmail o por registro manual.



Planes

FREE (\$ 0 al mes)

Escucha y descarga todos sus podcasts favoritos.

PREMIUM (\$ 4.99 al mes)

Escucha y descarga todos sus podcasts favoritos.

21,000 hours de podcasts premium.

Archivo y episodios bonus.

Libre de publicidad (Si el programa tiene su propia publicidad, Stitcher no puede eliminarla).

300+ álbumes de comedia.

Rápido acceso a nuevo contenido.

PREMIUM ANNUAL (\$2.92 al mes si se contrata por un año)

Escucha y descarga todos sus podcasts favoritos.

21,000 hours de podcasts premium.


Archivo y episodios bonus.

Libre de publicidad (Si el programa tiene su propia publicidad, Stitcher no puede eliminarla).

300+ álbumes de comedia.

Rápido acceso a nuevo contenido.

FREE \$0 Monthly	PREMIUM \$4.99 Monthly	PREMIUM ANNUAL \$2.92 Monthly (billed annually)
<ul style="list-style-type: none">+ Stream and download all your favorite podcasts- 21,000 hours of premium podcasts- Bonus episodes and archives- Ad-free shows*- 300+ comedy albums- Early access to new releases	<ul style="list-style-type: none">+ Stream and download all your favorite podcasts+ 21,000 hours of premium podcasts+ Bonus episodes and archives+ Ad-free shows*+ 300+ comedy albums+ Early access to new releases	<ul style="list-style-type: none">+ Stream and download all your favorite podcasts+ 21,000 hours of premium podcasts+ Bonus episodes and archives+ Ad-free shows*+ 300+ comedy albums+ Early access to new releases



iHEART RADIO (<https://www.iheart.com/>)

Descripción

Plataforma donde puede encontrar estaciones de radio en vivo, podcast, música y noticias. Puedes ver el contenido que tiene la página, pero no reproducirlo hasta estar suscrito. Tiene soporte en todo sistema operativo Android, iOS, carro, refrigeradora inteligente, altavoces inteligentes y relojes inteligentes (Watch) y televisores inteligentes.

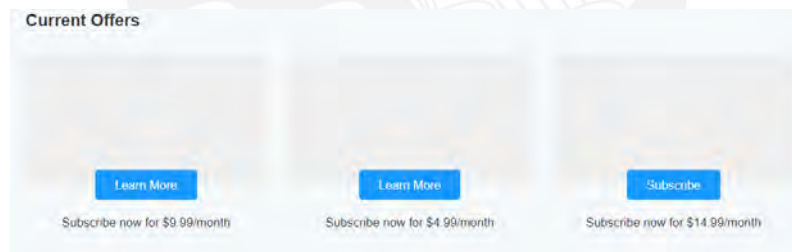
La página por el momento no está programada correctamente, por ende, no se puede tener mayor información,

Plan

Suscribirse por \$4.99 al mes

Suscribirse por \$9.99 al mes

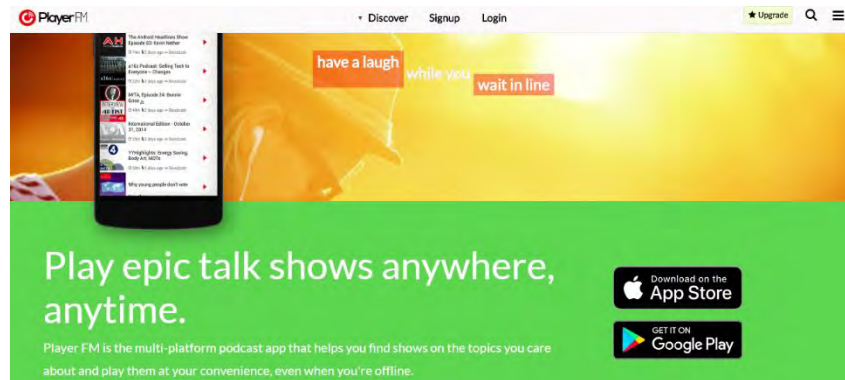
Suscribirse por \$14.99 al mes



PLAYER FM (<https://player.fm/>)

Descripción

Es una plataforma para escuchar podcast, uno de sus fines es juntar todo el contenido en una sola plataforma en la que no sea necesario pagar. Se puede usar mediante aplicaciones o vía web.



Se usa únicamente como oyente, no como creador. Sin embargo, puedes sugerir podcasts nuevos para que la plataforma los analice y añada seguidamente si así lo creen necesario.

💡 Add a show

To add a new show, please visit our suggestions page. We'll usually add it and get back to you within 24 hours.

Plan

Premium (\$3.99 al mes)

Posee una versión de prueba durante 7 días, el cual se puede eliminar en cualquier momento dentro de ese lapso de tiempo y no va a ser cobrado al usuario.

No publicidad

Sincronizar las acciones realizadas (escuchado/no escuchado) en todas las plataformas

Asegurar la playlist elegida y una copia de seguridad

Encontrar notas de los episodios

Ser el primero en conocer el contenido con Turbo Fetch

Soporte VIP

Uso de marcadores para realizar notas

Organizar las playlists

Sincronizar en cualquier lugar

Ahorre espacio de almacenamiento al comprimir sin bajar la calidad

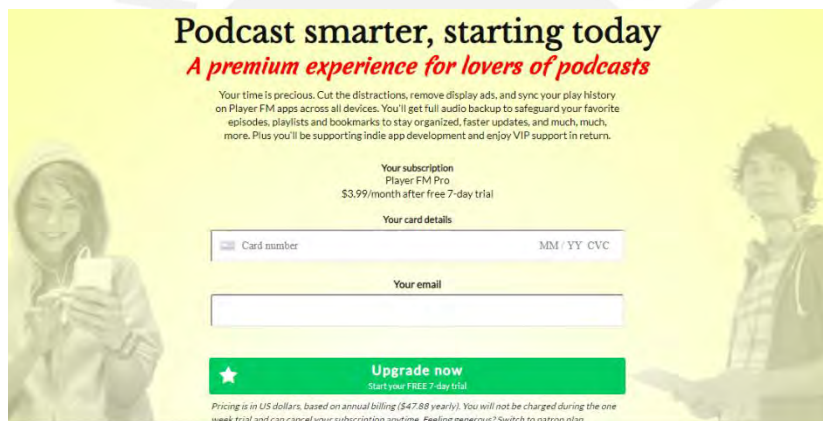
Configurar para una mejor reproducción

Temas personalizables

Todo en un navegador

Recomendaciones

Se reconocido por contribuciones



Podcast smarter, starting today
A premium experience for lovers of podcasts

Your time is precious. Cut the distractions, remove display ads, and sync your play history on Player FM apps across all devices. You'll get full audio backup to safeguard your favorite episodes, playlists and bookmarks to stay organized, faster updates, and much, much, more. Plus you'll be supporting indie app development and enjoy VIP support in return.

Your subscription
Player FM Pro
\$3.99/month after free 7-day trial

Your card details

Card number MM / YY CVC

Your email

★ Upgrade now
Start your FREE 7-day trial

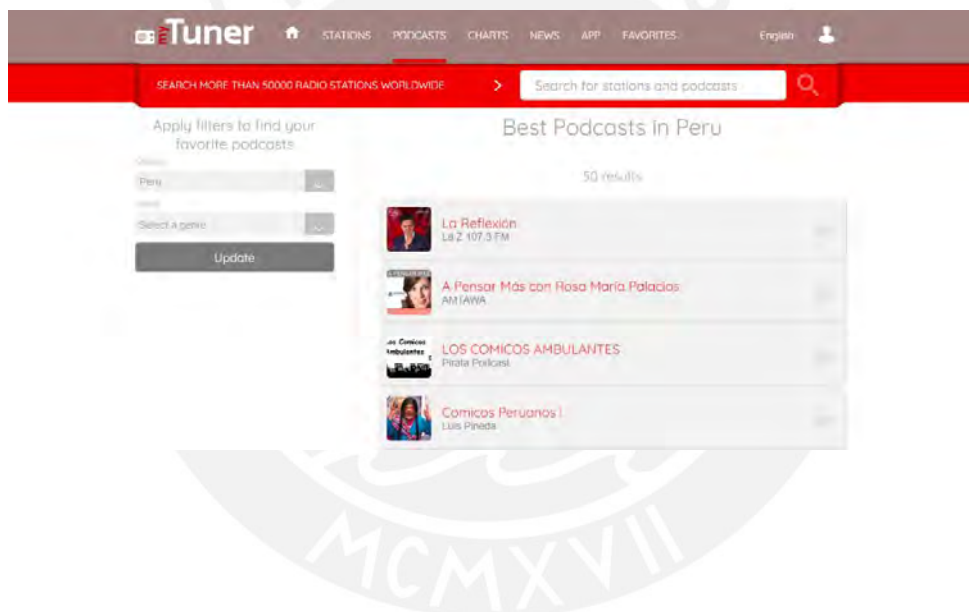
Pricing is in US dollars, based on annual billing (\$47.88 yearly). You will not be charged during the one week trial and can cancel your subscription anytime. Feeling generous? Switch to our plan.

MY TURNER (<https://mytuner-radio.com/>)

Descripción

Plataforma de reproducción de audio donde se puede encontrar programas de radio en vivo, podcasts y noticias. Se puede filtrar contenido según la preferencia del usuario y del país que se quiera escuchar. Tiene soporte en todo sistema operativo Android, iOS, carro, refrigeradora inteligente, altavoces inteligentes y relojes inteligentes (Watch) y televisores inteligentes.

No puedes subir contenido directamente, ni existe membresías. Además, no es necesario registrarte para escuchar, pero sí para generar una lista de favoritos en la página.



LISTEN NOTES (<https://www.listennotes.com/es/>)

Descripción

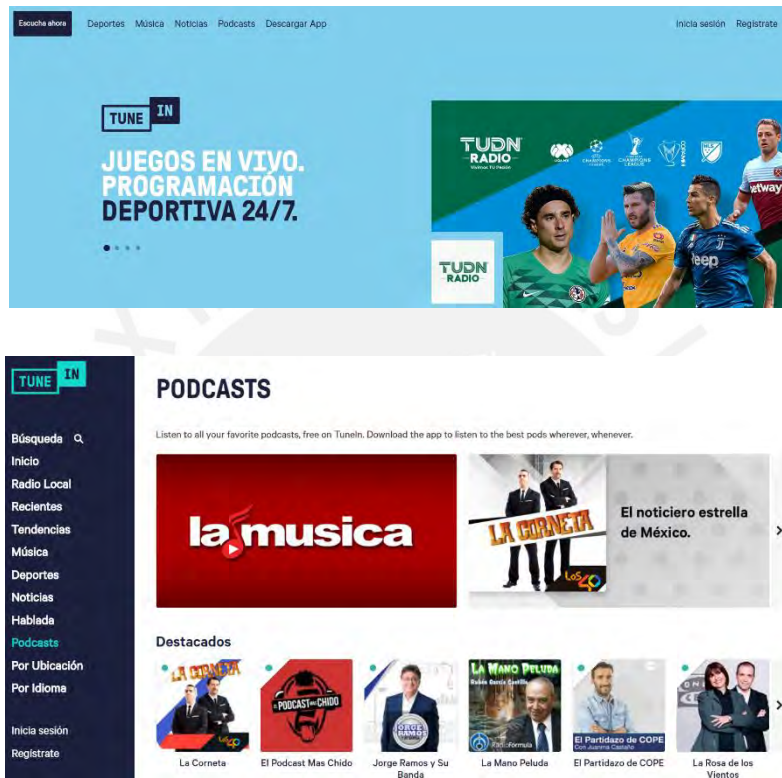
Motor de búsqueda con el fin de tener todo tipo de podcast para estudiantes, investigadores, reporteros y toda persona que esté buscando información. Además, permite crear listas de reproducción y descargar podcasts a las personas registradas en la página



TUNE IN (<https://tunein.com/>)

Descripción

Plataforma enfocada en contenido deportivo, transmisión en vivo de distintos eventos deportivos, música, noticia, radio en vivo y podcasts. Tienen versión de escritorio (para computadoras) y aplicación para dispositivos móviles.



Servicios

Dentro de los beneficios de utilizar TuneIn como plataforma para podcasters es que brinda herramientas como embed codes para el anclaje de un reproductor dentro de una página web.



Cuentan con servicio gratis que incluye: 12 mil estaciones de radio, mientras que la versión premium tiene dos planes disponibles: \$9.99 al mes luego de siete días gratis de prueba o \$99.99 anual, luego de treinta días de versión de prueba. Esta versión incluye acceso detallado de las jugadas dentro de broadcasters como NFL, MLB, NBA, etc., contenido libre de publicidad, etc. El servicio premium está disponible por aplicación en dispositivos Android, iOS y Microsoft.

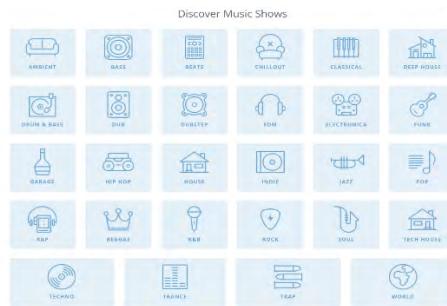
The image shows a comparison of two service plans for a radio application. The background features a large, faint watermark of the University of Cebu seal, which includes a ship on waves and the text 'ET LUCE' and 'MCMXVII'.

Free	Premium
\$0.00/month	\$9.99/month after a 7 day trial or \$99.99/year after a 30 day trial
<ul style="list-style-type: none">✓ 120,000 radio stations✓ Today's best podcastsLive play-by-play of every NFL, MLB, NBA, and NHL gameCommercial-free news from CNN, MSNBC, FOX News and more national stationsNo display ads	<ul style="list-style-type: none">✓ 120,000 radio stations✓ Today's best podcasts✓ Live play-by-play of every NFL, MLB, NBA, and NHL game✓ Commercial-free news from CNN, MSNBC, FOX News and more national stations✓ No display ads
Listen Now	Start Free Trial

MIXCLOUD (<https://www.mixcloud.com>)

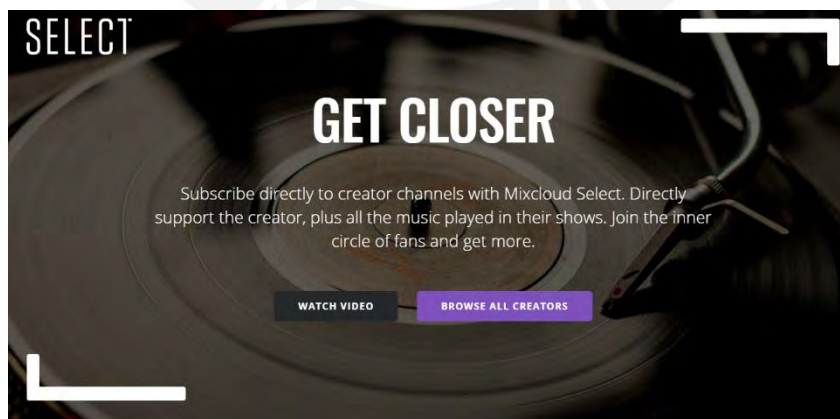
Descripción:

Plataforma de streaming de principalmente playlists, mixes de DJs, programas de radio. Cuentan con aplicación y se puede conectar usando dispositivos como Apple TV, Chromecast, etc. Cuenta con clasificación de acuerdo al tipo de música y por artistas dentro de la plataforma.



Servicios

Select: Permite suscribirse directamente a los creadores de contenido. El monto de suscripción varía por creador y permite acceder a diferentes beneficios extra, como contenido adicional o escuchar offline a través de la aplicación. Esto permite apoyar directamente al creador. Hay creadores y contenido disponible sólo dentro del servicio Select.





KONO VIDOVIC / DIRTY DISCO

SUBSCRIBE FROM \$4.99

Subscribe directly to this channel to directly support the creators you love and get more.

Unlock exclusives

Listen to shows made for Select subscribers only

Offline listening

Download shows to the Mixcloud app to listen anytime, anywhere

Upfront tracklists

View the full tracklist before hitting play on a show

Fair distribution model

Directly support creators, plus the music and artists played



Dirty Disco is an electronic music podcast show for DJ's, music professionals & music lovers. Every week i curate the latest and forthcoming releases in electronic dance music. I'm looking forward to welcome you as my 'Select' member and give you: - Upfront track-lists. - Listen offline. Download each episode to the Mixcloud app and listen them offline when you don't have an internet connection. - Get access to exclusive content. Mix and show specials. - DJ Only Mixes. (Music only DJ mixes) - Support your favorite music curator, DJ and the music from artists that is played.



HIMALAYA (<https://www.himalaya.com>)

Descripción:

Plataforma de podcasts en donde organizan recomendaciones y colecciones temáticas en base al contenido de los podcasts. Además, permite crear playlists personalizadas por el usuario. Cuentan con aplicaciones para dispositivos Android y iOS.



Beneficios para creador:

Himalaya permite crear botones de apoyo a los creadores de podcasts que deciden tenerlos como plataforma, como el "tip jar" vinculado a una cuenta paypal de los creadores en donde los fans pueden mandar donaciones. El dinero llega mensualmente siguiendo un registro de estado de cuenta del podcast. Ofrecen además apoyo constante del equipo de marketing de Himalaya.

La plataforma ofrece al público creador de contenido:


Soporte

Comunidad

Monetización


Espacio de almacenamiento

Why Work With Us




Support

We'll take your show to new heights with in-app marketing, email blasts, push notifications, and more.




Community

Directly engage with your members in a private forum to keep them tuned in.



Monetization

Make money from your Tip Jar earnings and each membership subscription.




Hosting

We offer free hosting on Himalaya so you can keep track of your show's performance.


Plan

Cuentan con un grupo de podcasts dentro de un grupo llamado Himalaya+, donde cada podcast cuenta con un plan mensual, en donde ofrecen distintos beneficios dependiendo del plan que cuenta cada podcast. Los precios van desde 0.99\$ hasta \$9.99 y los beneficios desde no tener publicidad, acceso temprano a contenido, membresía dentro de un grupo y contenido exclusivo.




Society & Culture Personal Journals
Out of the Shadows
 Shane Waters & Gemma Hoskins
 1.1K Followers 26.4K Plays Follow Share


\$9.99/month
Monthly Price, Auto-renews
 Member Benefits




Early Access



Exclusive Episodes



Ad-free



Member Community

EXCLUSIVE Coffee & Crime Book Club brought to you by Out of the Shadows podcast

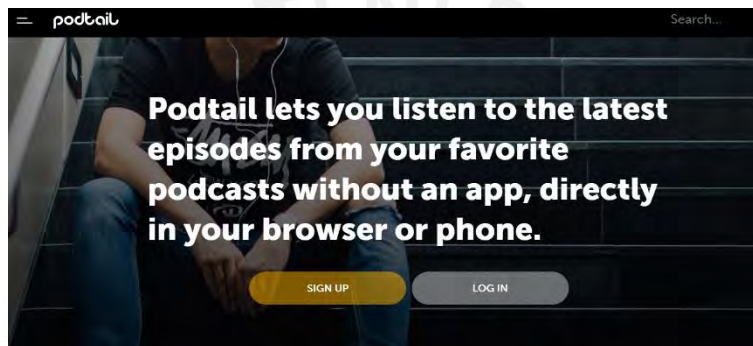
[Become a Member](#)

PODTAIL (<https://podtail.com>)

Descripción:

Plataforma de podcasts que permite escuchar directamente desde una web o desde el celular sin una aplicación de por medio. Se descargan los podcasts a través de su página web, previo registro de una cuenta. Estos no se pueden descargar directamente desde un celular por el tamaño de los archivos.

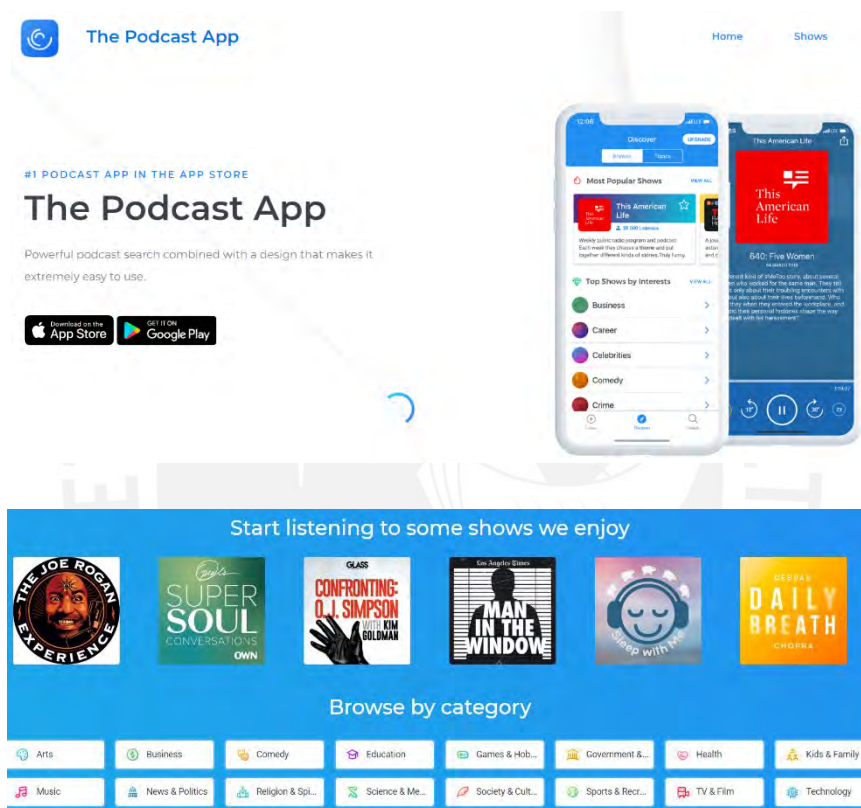
Podtail es una plataforma de escucha de podcasts, mas no almacena podcasts ni se pueden subir directamente a esta página.



THE PODCAST APP (<https://podcast.app/>)

Descripción

Aplicación gratuita para escuchar podcasts. Permite escuchar, guardar y descargar programas dentro de la aplicación de manera gratuita. Existe publicidad, disponible en dispositivos Android y iOS, permite escuchar sin conexión. No requiere crear usuario para el uso de la aplicación, se puede utilizar como “invitado”.

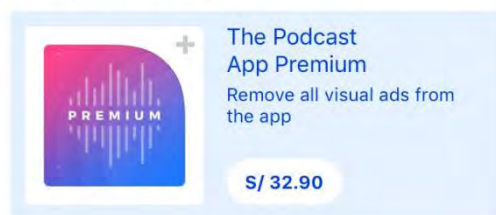


Plan

The Podcast App Premium (S/32.90 soles al año)

Ofrece plan de suscripción premium, que libera de publicidad la aplicación.

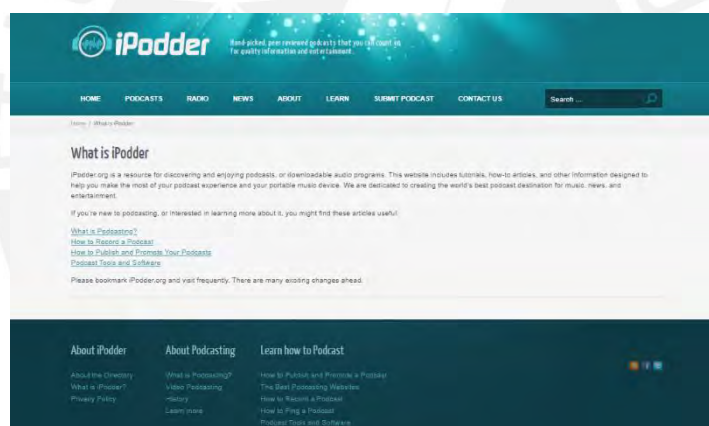
Suscripciones



iPODDER (<http://www.ipodder.org/>)

Descripción

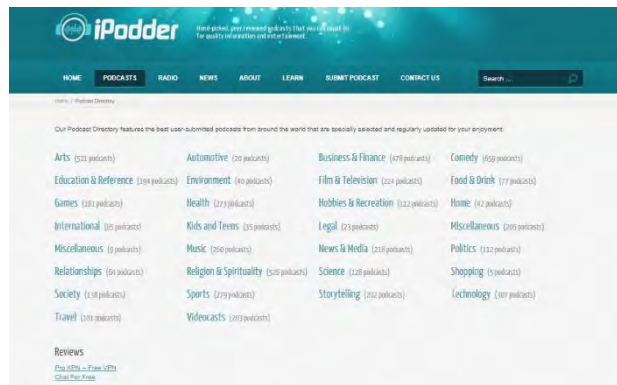
iPodder es una plataforma para escuchar podcasts o descargar material de audio. Además, dentro de la web podemos encontrar tutoriales, procedimientos o información útil para poder aprovechar los podcasts.



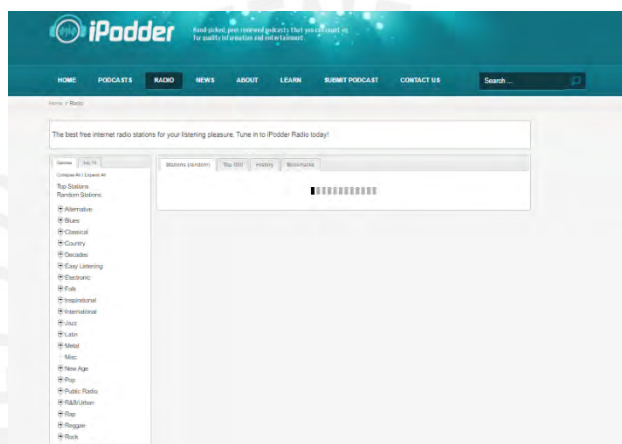
Servicios

Dentro del portal web podemos encontrar ocho pestañas: inicio, podcasts, radio, noticias, información de la página, aprendizaje, Subir un podcast y contáctanos. (En idioma original: Home, podcasts, radio, news, about, learn, submit podcast y contact us, respectivamente)

Podcasts: La sección se divide en temáticas para que el usuario pueda buscar según el tema de su interés.



Radio: iPodder ofrece a los usuarios diversas estaciones de radio online según los gustos de cada oyente.



Noticias: Se puede encontrar notas en inglés de diversos temas de ayuda para el público de la web, las cuales tienen diversas categorías. Una de esas categorías es podcasts.

Aprendizaje: En esta pestaña, comparten una lista de herramientas que puede ayudar a realizar un podcast si el usuario no tiene conocimiento previo de dicha producción.

Subir un podcast: El usuario puede colocar su podcast dentro del directorio de iPodder y elegir la categoría donde pertenece su producto.



Contáctanos: La página da la opción al usuario de poder comunicarse con ellos, ya sea para resolver alguna duda o dejar un comentario. El formulario es simple y rápido, lo cual facilita la comunicación entre ambos.



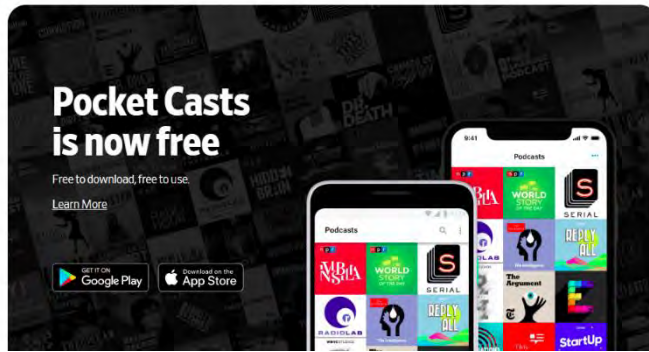
Es importante mencionar que los podcasts almacenados en esta plataforma no han sido actualizados después del 2015.

POCKET CASTS

Descripción

Es una aplicación para escuchar podcasts con la mejor experiencia a través de su servicio gratuito y de paga. Los creadores no pueden subir sus podcasts a la plataforma; sin embargo, pueden mandar un link de su podcast al servicio técnico para que puedan agregar el contenido al directorio de podcasts que tienen.

Está disponible para para Android, iOS y, en línea, así como Amazon Echo, CarPlay, Android Auto, Sonos, Apple Watch, Google Home, Chromecast y HomePod (a través de Google Cast y Airplay 2).



OVERCAST (<https://overcast.fm/>)

Descripción

Plataforma para escuchar podcasts a través de una app disponible en App Store de Apple. Además, Overcast es una aplicación que funciona junto a Apple Podcast, por ello ofrece a los podcasters compartir el contenido que ellos, a través de un RSS, compartan con Apple Podcast.



The screenshot shows the Overcast website interface. At the top, there are navigation links for 'OVERCAST', 'ADS', and 'LOG IN', along with a search bar labeled 'Search Podcasts'. The main content area features the Overcast logo, which is an orange radio tower icon inside a circle. Below the logo, the text reads 'Overcast' and 'Free, simple, award-winning podcast player for iPhone, iPad, and Apple Watch', followed by a 'Download on the App Store' button. To the right, the 'Info for Podcasters' section explains that Overcast works with the open world of podcasts with public RSS feeds and provides instructions on how to add a podcast to Apple Podcasts. At the bottom, there are two columns: 'A Normal Business' and 'Free'. The 'A Normal Business' column states that the service is self-funded and has succeeded on its merits and privacy for 5 years. The 'Free' column explains that the service is supported by small visual ads to promote podcasts, which can be optionally hidden for \$10/year.

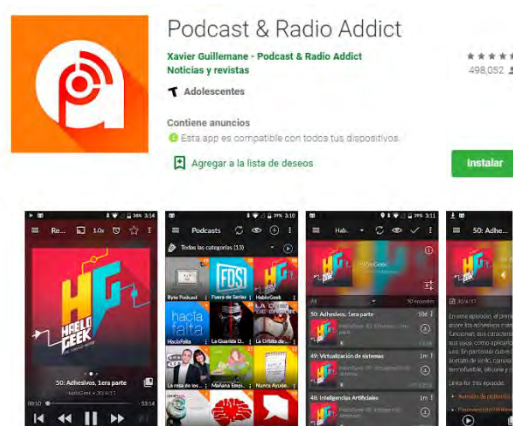
Overcast no trabaja con grandes compañías e inversiones ha mantenido su servicio por 5 años a través de publicidad, la cual el oyente puede ocultar realizando un pago de \$10 al año.

PODCAST & RADIO ADDICT

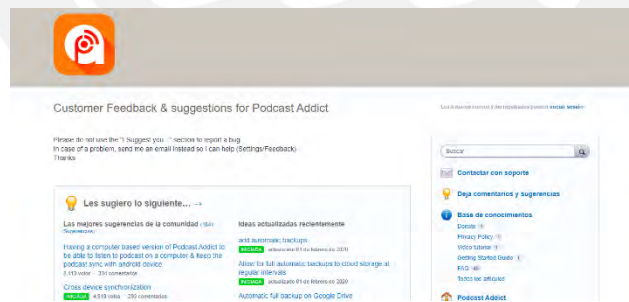
(<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bambuna.podcastaddict&hl=es> PE)

Descripción

Es una aplicación que se puede descargar a través del Play Store de Android, donde los usuarios pueden escuchar podcasts de diversas temáticas, audiolibros, radio en vivo y canales de YouTube y Twitch.



Podcast Addict tiene una página web donde resuelven dudas o los usuarios pueden dejar comentarios o preguntas para los desarrolladores.



Servicios

La app es gratuita.

La app tiene efectos, como cambiar la velocidad de reproducción o aumentar de volumen de las voces.

PODCAST GO

(<https://play.google.com/store/apps/details?id=sanity.podcast.freak&hl=es> PE)

Descripción

Es una aplicación para escuchar podcasts, puede ser descargado en celulares con sistema operativo Android de forma gratuita. Tiene una interfaz simple para los oyentes.



Servicios

Descarga episodios y escúchalos sin conexión.

Crea tus propias listas de reproducción.

Control de la velocidad del audio.

Diseño personalizable.

Temporizador de reposo.

Subscripciones a podcasts.

Guardar descargas en la tarjeta SD.

Interfaz súper simple.

Anexo 3: Matrices de Análisis de contenido *podcasts*-muestra en 2019

NOMBRE DEL PODCAST: MTC - Serpost expande servicio de Ventanilla Única

DURACION DEL EPISODIO: 00:02:18.553		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	09/07/2019	TIEMPO															
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada	Presentación	0.00	5.390	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
MONÓLOGO	Saludos	Saludos	0.00	3.434	MTC podcast	Indeterminado	Pr	FI	MTC Podcast	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Introducción del episodio	Transformación de Serpost frente al comercio electrónico	0.00	17.276	Serpost	Indeterminado	Pr	FI	Serpost	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Introducción al audio del gerente de Serpost	Detalles de la transformación	0.00	5.354	Serpost	Indeterminado	Pr	FI	Gerardo Freiberg, Serpost	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Cuña		0.00	3.091	Cuña								SÍ				
ENTREVISTA	Serpost según Gerardo Freiberg	Alíado logístico	0.00	24.527	Serpost	Global	Pr	FE-D	País de origen, Serpost, Destinatarios	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Servicios de Serpost según Gerardo Freiberg: Ventanilla única	Ventanilla única	0.00	14.646	Serpost	Indeterminado	Fu	FE-D	Serpost	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Servicios de Serpost según Gerardo Freiberg: Citas telefónicas	Citas telefónicas	0.00	19.952	Serpost	Indeterminado	Pr	FE-D	Serpost, Destinatarios	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		

Gerardo Freiberg: Obligaciones de Serpost	0.00	11.099	Serpost	Global	Pr	FE-D	Serpost, Destinatarios	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Gerardo Freiberg: Otras provincias con ventanillas únicas	0.00	18.252	Serpost	Nacional	Fu	FE-D	Regiones del Perú	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Gerardo Freiberg: Opinión	0.00	8.710	Serpost	Indeterminado	Fu	FE-D	Peruanos	NO	EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Cuña de salida	0.00	6.823	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO		NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	0.00	138.554
TOTAL EN BASE 6		2.309

Temáticas	Frec	%
Cuña	0.255	11.04%
MTC podcast	0.057	2.47%
Serpost	1.997	86.49%
TOTAL	2.309	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.304	14.80%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.594	28.92%
Indeterminado	1.156	56.28%
TOTAL	2.054	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	0.000	0.00%
Presente	1.361	66.26%
Futuro	0.693	33.74%
TOTAL	2.054	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	1.620	70.16%
FI	0.689	29.84%
TOTAL	2.309	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	2.054	100.00%
TOTAL	2.054	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	2.054	100.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	2.054	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.145	7.06%
ED-PI-G	0.057	2.78%
ED-PI-E	1.852	90.17%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	2.054	100%



DURACION DEL EPISODIO: 00:04:19.056		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN				
FECHA DEL EPISODIO	18/06/2019		TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)			
	Cuña de entrada	Presentación	0.00	13.184	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
MONÓLOGO	Introducción al programa	Desigualdad social	0.00	15.232	Desigualdad social	Indeterminado	Pr	FI	Seres humanos	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Uso de la tecnología para solucionar problemas: Bienvenidos al mundo digital	Mención de razones por las cuales entraron al mundo digital	0.00	18.176	Tecnología en Cajamarca	Indeterminado	Pr	FE-D	Mundo digital	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Presentación del cluster digital en Cajamarca	Funcionamiento del cluster digital	0.00	31.317	Cluster digital en Cajamarca	Provincial	Pr	FE-D	Región de Cajamarca	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Presentación del cluster digital en Cajamarca	Coordinaciones para acceder al cluster digital	0.00	46.123	Cluster digital en Cajamarca	Provincial	Fu	FE-D	David Torres	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Cluster digital	Definición de cluster digital	0.00	18.048	Cluster digital en Cajamarca	Indeterminado	Pr	FI	Empresas	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Cluster digital	Objetivos del cluster digital	0.00	26.622	Cluster digital en Cajamarca	Provincial	Fu	FE-D	Jenner Tantalean	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Tecnología en Cajamarca	Agenda de la innovación	0.00	53.164	Tecnología en Cajamarca	Provincial	Pr	FE-D	Maximiliano Anicastro Gobernador de Cajamarca	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Equipo que participará en el cluster digital	Empresas que trabajarán en conjunto	0.00	24.853	Cluster digital en Cajamarca	Provincial	Fu	FI	Instituciones públicas y privadas, organización	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			

									es de productores, redes empresariales, productores, profesionales, sistema educativo, gremios y sociedad civil											
	Cuña de salida	Cuña	0.00	12.336	Cuña														AMBIENTAL DE FONDO	NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO										00					256.055				
TOTAL EN BASE 6															4.318				

Temáticas	Frec	%
Cluster digital en Cajamarca	2.449	62.92%
Desigualdad social	0.254	6.53%
Tecnología en Cajamarca	1.189	30.55%
TOTAL	3.892	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	3.035	77.96%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	0.858	22.04%
TOTAL	3.893	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	0.000	0.00%
Presente	2.266	58.21%
Futuro	1.627	41.79%
TOTAL	3.893	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	2.923	75.10%
FE-I	0.000	0.00%
FI	0.969	24.90%
TOTAL	3.892	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	3.892	100.00%
TOTAL	3.892	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	3.892	100.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	3.892	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	1.140	29.29%
ED-PI-E	2.752	70.71%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	3.892	100%

DURACION DEL EPISODIO: 00:09:48.528		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	19/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	6.315	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
MONÓLOGO	Introducción al tema	Acciones tomadas	0.00	44.544	Lucha anticorrupción	Indeterminado	Pr	FE-D	Sistema de cooperación internacional brasileño, Periodistas	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Explicación del tema	Importancia al validar los avales en la investigación	0.00	37.717	Lucha anticorrupción	Indeterminado	Pr	FI	Empresas investigadas, Políticas opositores de la investigación	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Problemas de corrupción en el Perú	Casos de corrupción en el Perú	3.00	17.120	Corrupción en el Perú	Nacional	Pa	FI	Empresas constructoras, Felix Moreno, Cesar Alvarez, Gobernador de Cusco, ministros, ExPresidentes del Perú, Empresas estatales, Carlos Paredes, Gustavo Sierra, Alex Gonzalez	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Caso Alex Gonzalez	Corrupción en Surquillo	1.00	13.408	Caso Alex Gonzalez	Nacional	Pa	FI	Alex Gonzalez	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Caso Alex Gonzalez	Negación de los hechos de corrupción	1.00	16.096	Caso Alex Gonzalez	Indeterminado	Pr	FE-D	Gustavo Sierra, Corruptos, Rafael Chacón	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Caso Alex Gonzalez	Pruebas contra Alex	0.00	29.056	Caso Alex Gonzalez	Local	Pa	FI	Gustavo Sierra, Alex	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		

		Gonzalex							Gonzalez						
	Conclusión del programa	Acciones por tomar para tener políticos decentes	1.00	53.792	Corrupción en el Perú	Nacional	Pr	FI	Políticos peruanos	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Cuña de salida		0.00	10.480	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO		NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO										6.00		228.528			
TOTAL EN BASE 6												9.809			

Temáticas	Frec	%
Lucha anti corrupción	1.371	14.39%
Caso Alex Gonzalez, alcalde de SJL	2.976	31.23%
Corrupción en el Perú	5.182	54.38%
TOTAL	9.529	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.484	5.08%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	6.405	67.22%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	2.639	27.70%
TOTAL	9.528	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	4.993	52.40%
Presente	4.536	47.60%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	9.529	100%

Fuentes	Frec	%

FE-D	2.011	21.10%
FE-I	0.000	0.00%
FI	7.518	78.90%
TOTAL	9.529	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	9.529	100.00%
TOTAL	9.529	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	6.553	68.77%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	2.976	31.23%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	9.529	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	7.563	79.37%
ED-PI-E	1.966	20.63%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	9.529	100%

NOMBRE DEL PODCAST: Sigrid - E1 Más allá de los octógonos - con la salud nose juega

DURACION DEL EPISODIO: 00:14:36.984		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	21/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	8.320	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
MONÓLOGO	Introducción al tema	Derechos del consumidor	0.00	9.088	Derechos del consumidor	Indeterminado	Pr	FI	Congreso de la república	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Problemas alimenticios	Problemas alimenticios	1.00	16.544	Problemas alimenticios	Indeterminado	Pr	FI	Personas	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Importancia de revisión de datos del producto	Tips para revisar las etiquetas de los alimentos	1.00	37.536	Componentes de los alimentos	Indeterminado	Pr	FI	Población del Perú	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Porcentajes de ingredientes en las etiquetas de los productos	Obligación de la empresa en poner porcentajes de los ingredientes en las etiquetas del producto	1.00	10.997	Componentes de los alimentos	Indeterminado	Pr	FI	Empresas peruanas	NO	EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO		
	Normas de DIGESA	Falta de regulación	2.00	18.923	Componentes de los alimentos	Indeterminado	Pa	FI	DIGESA, Empresas	NO	EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO		

	Revés de la ley	Archivamiento de proyecto de ley para informar el valor nutricional de los alimentos	3.00	14.598	Regulación de la información de alimentos	Indeterminado	Pa	FI	Congreso de la república, Miguel Elías, Fast Food del Perú	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Derecho al acceso de la salud	Regulación de las medidas sobre las medicinas genéricas	3.00	44.772	Medicinas genéricas	Nacional	Pa	FI	Zulema Tomás, Empresas farmacéuticas, Congreso del Perú	NO	EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO
	Cierre del programa	Opinión sobre el Congreso que no hace nada	0.00	46.677	Labor del Congreso	Indeterminado	Pr	FI	Congreso de la República	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Cuña de salida		0.00	9.528	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO		NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO											11.00		216.98		
TOTAL EN BASE 6											14.616				

Temáticas	Frec	%
Componentes de los alimentos	5.124	35.79%
Derechos del consumidor	0.151	1.05%
Labor del Congreso	0.778	5.43%
Medicinas genéricas	3.746	26.16%
Problemas alimenticios	1.276	8.91%
Regulación de la información de alimentos	3.243	22.65%
TOTAL	14.318	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	3.746	26.16%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	10.573	73.84%
TOTAL	14.319	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	9.305	64.98%
Presente	5.014	35.02%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	14.319	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	14.319	100.00%
TOTAL	14.319	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	14.319	100.00%
TOTAL	14.319	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	14.319	100.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	14.319	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	7.074	49.40%
ED-PI-E	0.000	0.00%
ED-PI-EX	7.245	50.60%
TOTAL	14.319	100%



DURACION DEL EPISODIO: 00:09:40.807		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	19/06/2019	TIEMPO															
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSION (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTO S DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	6.117	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
MONÓLOGO	Introducción al programa	Acuerdo homologado entre Odebrecht y el Estado peruano	0.00	6.362	Lucha anticorrupción	internacional	Pr	FI	Odebrecht , Estado peruano	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Acuerdo de Odebrecht con el Estado peruano	Acuerdo eficaz de Odebrcht	1.00	48.762	Lucha anticorrupción	internacional	Pr	FI	Odebrecht , Estado peruano, Políticos peruanos	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena-mala	NO		
	Amenaza al acuerdo eficaz de Odebrecht	Rechazo al acuerdo eficaz entre Odebrecht y el Estado peruano	1.00	31.672	Desacuerdo con la anticorrupción	Nacional	Pa	FI	Odebrecht , Gobernadores regionales , Empresas brasileñas	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO		
	Odebrecht Holding	Problemas de pago	1.00	33.600	Lucha anticorrupción	internacional	Pr	FI	Odebrecht , Fiscalía peruana	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO		
	Procesode Ancash	Necesidad de Obredecht para lograr condenas de funcionarios corruptos	0.00	54.869	Lucha anticorrupción	Nacional	Pa	FI	Funcionarios de Odebrecht , Alejandro Toledo, Ollanta Humala, Pedro Pablo Kuzcinsky, Susana Villarán, Gobernante regional	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO		

									de Ancash						
	Maniobra del Congreso de la república para desestimar el acuerdo eficaz	Acciones para desestimar el acuerdo eficaz	1.00	10.589	Desacuerdo con la anticorrupción	Nacional	Pa	FI	Ministro de justicia, Congreso de la república, Yeni Vilcatoma, Victor Andrés García Belaunde, Políticos de APRA	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO
	Reparación civil de Odebrecht	Hito histórico marcado por el monto de la reparación civil de Odebrecht	0.00	39.985	Sanción a la corrupción	Nacional	Pr	FI	Odebrecht , Fiscala del Perú	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO
	Empresas peruanas con el acuerdo eficaz	Colaboración eficaz de Graña y Montero	0.00	30.929	Lucha anticorrupción	Nacional	Fu	FI	Empresas de construcción peruanas	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO
	Conclusión del programa/Opinión	Opinión de los hechos resumidos	1.00	9.195	Lucha anticorrupción	Nacional	Pr	FI	Estado peruano, Sociedad, Políticos peruanos, Justicia peruana	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO
	Cuña de salida		0.00	8.667	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	5.00	265.963
-------------------------------	------	---------

Temáticas	Frec	%
Desacuerdo con la anticorrupción	2.704	28.67%
Lucha anticorrupción	6.062	64.27%
Sanción a la corrupción	0.666	7.06%
TOTAL	9.432	100%
Temáticas	Frec	%

Ámbito	Frec	%
Nacional	3.479	36.88%
Internacional	5.954	63.12%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	0.000	0.00%
TOTAL	9.433	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	3.619	38.37%
Presente	5.298	56.17%
Futuro	0.515	5.46%
TOTAL	9.432	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	9.433	100.00%
TOTAL	9.433	100%
Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	9.433	100.00%
TOTAL	9.433	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	8.279	87.78%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	1.153	12.22%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	9.432	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%

ED-PI-G	7.514	79.66%
ED-PI-E	1.919	20.34%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	9.433	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Al pie de la letra - E1 Las Tradiciones Peruanas y Ricardo Palma

DURACION DEL EPISODIO: 00:20:24.168		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	20/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	19.285	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
DIÁLOGO	Presentación del programa	Explicación del programa	0.00	28.714	Podcast Al pie de la letra	Indeterminado	Pr	FI	Ricardo Palma, Locutores del programa, Obras de Ricardo Palma	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Presentación del programa	Ricardo Palma	1.00	2.592	Libros de Ricardo Palma	Indeterminado	Pr	FI	Ricardo Palma	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Libro Tradiciones Peruanas de Ricardo Palma	Resumen de Al pie de la letra	1.00	40.224	Libros de Ricardo Palma	Indeterminado	Pr	FE-I	Ricardo Palma, personas de Tradiciones peruanas	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Formato de escritura de Ricardo Palma	Tradición y ficción	1.00	7.883	Libros de Ricardo Palma	Indeterminado	Pa	FI	Ricardo Palma, personas de Tradiciones peruanas	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Continuación de libro de tradiciones peruanas de Ricardo Palma	Continuación del resumen de Al pie de la letra	1.00	49.568	Libros de Ricardo Palma	Indeterminado	Pr	FE-I	Ricardo Palma, personas de Tradiciones peruanas	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Estudios detrás de la escritura de Ricardo Palma	Biografía intelectual de Ricardo Palma	3.00	6.880	Ricardo Palma	Nacional	Pa	FI	Ricardo Palma, personas de Tradiciones peruanas	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		

Temporalidad de la literatura de Ricardo Palma	Puntos destacables de la literatura de Ricardo Palma	1.00	12.363	Libros de Ricardo Palma	Nacional	Pa	FI	Ricardo Palma, Obra de Tradiciones peruanas	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Tradiciones peruanas de Ricardo Palma	Importancia de las tradiciones de Ricardo Palma	1.00	6.987	Libros de Ricardo Palma	Indeterminado	Pr	FI	Ricardo Palma	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Biografía de Ricardo Palma	Vida de Ricardo Palma	4.00	8.064	Ricardo Palma	Nacional	Pa	FI	Ricardo Palma, Manuel Gonzalez Prada, Ejército chileno	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Consecuencias del trabajo de Ricardo Palma	Relevancia de Ricardo Palma en nuestra sociedad	1.00	23.456	Ricardo Palma	Nacional	Pa	FI	Ricardo Palma, Julio Ramón Ribeyro	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Facetas de Ricardo Palma en la literatura	Obras multifacéticas de Ricardo Palma	1.00	5.365	Libros de Ricardo Palma	Indeterminado	Pa	FI	Ricardo Palma, Rubén Darío	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Recomendaciones	Recomendaciones sobre Tradiciones	1.00	31.819	Recomendaciones	Indeterminado	Pr	FI	Ricardo Palma	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Despedida del programa	Fecha del próximo programa	0.00	12.288	Podcast Al pie de la letra	Indeterminado	Fu	FI	Podcast Al pie de la letra	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Cuña de salida		0.00	8.680	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO		NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	16.00	264.168
TOTAL EN BASE 6		20.403

Temáticas	Frec	%
Libros de Ricardo Palma	9.083	45.56%
Podcast Al pie de la letra	0.683	3.43%
Recomendaciones	1.530	7.67%
Sobre Ricardo Palma	8.640	43.34%
TOTAL	19.936	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	9.846	49.39%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	10.091	50.61%
TOTAL	19.937	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	12.067	60.53%
Presente	7.665	38.45%
Futuro	0.205	1.03%
TOTAL	19.937	100%

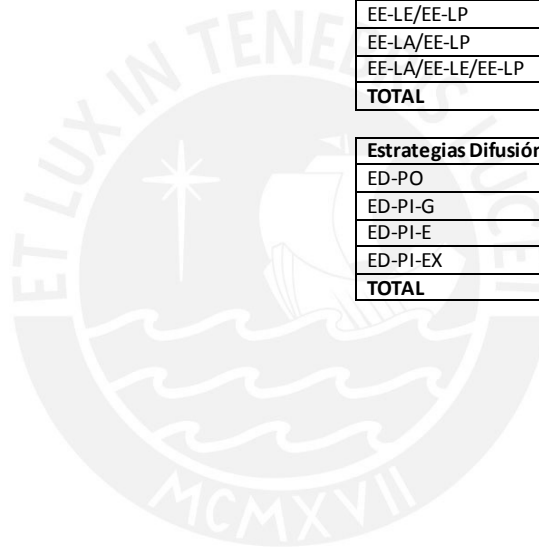
Fuentes	Frec	%
FE-D	3.497	17.54%

FE-I	0.000	0.00%
FI	16.440	82.46%
TOTAL	19.937	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	19.937	100.00%
TOTAL	19.937	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	19.937	100.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	19.937	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	1.727	8.66%
ED-PI-E	18.210	91.34%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	19.937	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Balón parado - 19.06.19 ¿Perú ya está clasificado?

DURACION DEL EPISODIO: 00:18:47.688		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	19/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada	Nombre del programa	0.00	8.640	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
PANEL	Presentación del programa	Balón parado especial por la Copa América	0.00	15.211	Copa América	Indeterminado	Pr	FI	Balón parado	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Introducción al tema	Perú en la Copa América	0.00	32.085	Copa América	Indeterminado	Pr	FI	Luis Imaña, Marco Coello, Selección peruana	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Novedades en la selección peruana	Selección peruana de fútbol en fase de grupos	0.00	41.429	Copa América	Latinoamericano	Pr	FI	Selección peruana, Selección Brasileña	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Consecuencias del resultado del partido Perú-Bolivia en la Copa América	Resumen de goles y pase a cuartos de final	0.00	53.995	Copa América	Indeterminado	Pa	FI	Selección peruana, Selección Boliviana	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Trabajos regenerativos de la selección peruana	Carlos Zambrano en la selección peruana	3.00	17.440	Copa América	Indeterminado	Pa	FI	Carlos Zambrano, Selección peruana	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Futuras alineaciones de la selección peruana	Opiniones sobre la alineación que debería tener la selección peruana	4.00	18.688	Copa América	Latinoamericano	Fu	FI	Edison Flores, Andy Polo, Renato Tapia, Josimar Yotún, Ricardo Gareca, Canchita	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO		

								Gonzales							
Records de los jugadores en la selección	Rendimiento de los jugadores en la Copa América	1.00	50.208	Copa América	Indeterminado	Pa	FI	Paolo Guerrero, Jefferson Farfán, Teófilo Cubillas, Ricardo Gareca	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Resultados para que Perú entre a los cuartos de final de la Copa América	Escenarios posibles para que la selección peruana llegué a los cuartos de final de la Copa América	1.00	48.843	Copa América	Latinoamericano	Fu	FI	Selección peruana, Selección brasileña, Selección de Japón, Selección de Chile, Selección de Uruguay, Selección de Ecuador, Carlos Zambrano	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Partidos en la Copa América	Comparación de Perú con otros equipos	0.00	33.365	Copa América	Indeterminado	Pa	FI	Selección brasileña, Selección venezolana, Selección peruana	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
VAR en los partidos de la Copa América	Arbitraje con el VAR	2.00	43.456	Copa América	Indeterminado	Pa	FI	Selección venezolana, Árbitros de fútbol	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Hinchada peruana y el VAR	Aspecto positivo del VAR	0.00	26.581	Copa América	Indeterminado	Pa	FI	Árbitros peruanos, Hinchada peruana	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Desconcentración del árbitro por el VAR	Tiempo perdido por el VAR	0.00	47.701	Copa América	Indeterminado	Pa	FI	Árbitros peruanos, Selección peruana, Selección boliviana	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Despedida del programa	Anunciar el próximo programa	0.00	21.931	Balón parado	Indeterminado	Fu	FI	Selección peruana	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	

	Cuña de salida	Nombre del programa	0.00	8.115	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
TIEMPO TOTAL ACUMULADO										11.00	467.688				
TOTAL EN BASE 6											18.795				



Temáticas	Frec	%
Copa América	18.150	98.02%
Balón parado	0.366	1.98%
TOTAL	18.516	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	6.816	36.81%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	11.700	63.19%
TOTAL	18.516	100%

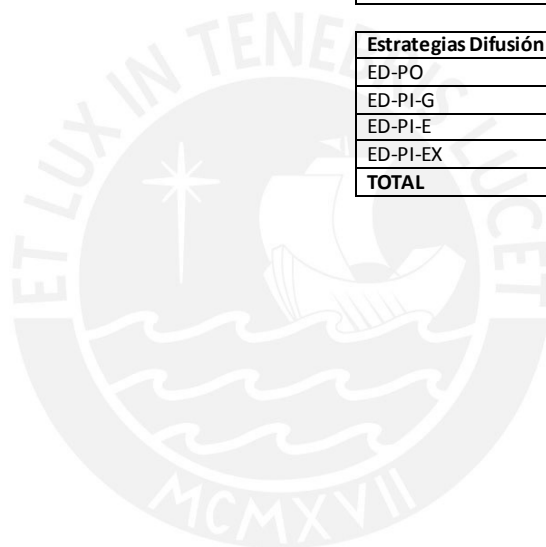
Historicidad	Frec	%
Pasado	10.546	56.96%
Presente	1.479	7.99%
Futuro	6.491	35.06%
TOTAL	18.516	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	18.516	100.00%
TOTAL	18.516	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	18.516	100.00%
TOTAL	18.516	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	18.516	100.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	18.516	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	4.311	23.28%
ED-PI-G	14.204	76.72%
ED-PI-E	0.000	0.00%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	18.515	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Perdidos en el espacio - E30 Feliz día papá

DURACION DEL EPISODIO: 00:01:37.750		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	16/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	6.05	Cuña								AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO		
MONÓLOGO	Introducción al programa	Día del padre	0.00	13.71	Día del padre	Indeterminado	Pr	FI	Padres de familia	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO		
	Día del padre	Responsabilidades comunes en día festivo	0.00	20.75	Día del padre	Indeterminado	Pr	FI	Padres de familia, Familia de Juan Francisco Escobar	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO		
	Saludos a todos los padres	Feliz día del padre	0.00	44.00	Día del padre	Indeterminado	Pr	FI	Padres de familia, Percy (amigo del locutor)	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO		
	Despedida del programa	Buenos deseos	0.00	7.12	Día del padre	Indeterminado	Pr	FI	Padres de familia	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Cuña de salida		0.00	6.76	Cuña								AMBIENT AL DE FONDO		NO		

TIEMPO TOTAL ACUMULADO											0.00	98.379
TOTAL EN BASE 6											1.640	

Temáticas	Frec	%
Día del padre	1.426	100.00%
TOTAL	1.426	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	1.426	100.00%
TOTAL	1.426	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	0.000	0.00%
Presente	1.426	100.00%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	1.426	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	1.426	100.00%
TOTAL	1.426	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	1.426	100.00%
TOTAL	1.426	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	0.000	0.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	1.426	100.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	1.426	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	0.119	8.35%
ED-PI-E	0.000	0.00%
ED-PI-EX	1.307	91.65%
TOTAL	1.426	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Señales con Jhan Sandoval - E4 El poder de los guindones

DURACION DEL EPISODIO: 00:36:43.470		TEMAS Y TEMATICAS										USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	21/06/2019	TIEMPO														
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)	
	Cuña de entrada		4.00	18.264	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	NO	NO	
MONÓLOGO	Presentación del programa	Señales con Jhan Sandoval	0.00	5.624	Podcast Señales con Jhan Sandoval	Indeterminado	Pr	FI	Jhan Sandoval	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
	Introducción al tema	Frio en Lima	1.00	6.862	Tránsito planetario del día	Mundial	Pr	FI	Oyente (Tácito), Sol, Luna, Signo de cáncer,	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
	Tránsito planetario del día	Solsticio	2.00	54.486	Tránsito planetario del día	Indeterminado	Pr	FI	Sol, Signo Géminis, Signo Cáncer, Agua, Luna, Familia, Cangrejo, Acuario, Neptuno,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
	Preparación espiritual	Meditar para la persona	0.00	26.240	Preparación espiritul	Indeterminado	Fu	FI	Fiesta de San Juan, Signo Cáncer	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
	Preparación para el amor	Ritual para favorecer en el amor	1.00	7.015	Ritual	Indeterminado	Fu	FI	Elementos del ritual, Oyente (Tácito), Diosa Afrodita	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	

	Lectura del tarot	Horóscopo	8.00	7.151	Horóscopo	Indeterminado	Fu	FI	Pamela Colman Smith, Arthur Edward Waite, Cartas del tarot, Aries, Reina de espadas, Carta de la Emperatriz, Sol, Urano, Tauro, Venus, Casa los Caravedo, Dostoievski, Mercurio, Marte, Ares, Géminis, Personas externas, Cáncer, Marruecos, Jhan Sandoval,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
	Publicidad	Lectura de tarot con Jhan Sandoval	0.00	31.207	Publicidad	Indeterminado	Fu	FI	Jhan Sandoval	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
CONVERSACIÓN	Preguntas de los oyentes	Preguntas específicas de los oyentes	1.00	14.861	Lectura del tarot	Indeterminado	Fu	FI	Inés, oyente	SI	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
MONÓLOGO	Preparación para una negociación	Ritual para lograr una negociación	0.00	38.731	Ritual	Indeterminado	Fu	FI	Elementos del ritual, Oyente (Tácito), Diosa Afrodita	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO

	Lectura del tarot 2	Horóscopo	6.00	19.786	Horóscopo	Indeterminado	Fu	FI	Sol, Cáncer, Leo, Mercurio, Virgo, Luna, Contadores del zodiaco, Venus, Libra, Signo de Chester, Plutón, Escorpio, Marte	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	FV
	Publicidad	Lectura de tarot con Jhan Sandoval	0.00	37.801	Publicidad	Indeterminado	Fu	FI	Jhan Sandoval, Venus, Neptuno, Jupiter, Astrochina	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
CONVERSACIÓN	Preguntas de los oyentes	Preguntas específicas de los oyentes	1.00	29.443	Lectura del tarot	Indeterminado	Fu	FI	Inés, oyente, Cáncer	SI	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
MONÓLOGO	Preparación para la abundancia	Ritual para la abundancia	0.00	55.915	Ritual	Indeterminado	Fu	FI	Elementos del ritual, Oyente (Tácito), Diosa Afrodita	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Lectura del tarot 3	Horóscopo	5.00	44.001	Horóscopo	Indeterminado	Fu	FI	Júpiter, Iglesias, Fiscales, Sagitario, Saturno, Capricornio, Afrodita, Marte, Acuario, Ángeles, Venus, Piscis,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	FV
	Bloque de saludos	Saludos de los oyentes	0.00	25.950	Saludos	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	SI	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Publicidad	Lectura de tarot con Jhan Sandoval	0.00	17.485	Publicidad	Indeterminado	Fu	FI	Jhan Sandoval, Venus, Neptuno, Jupiter, Astrochina	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Despedida del	Buenos deseos	0.00	3.036	Despedida	Indeterminado	Fu	FI	Oyente (Tácito)	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

Temáticas	Frec	%
Presentación y Despedida	1.015	3.16%
Horóscopo	20.182	62.89%
Lectura del Tarot	2.738	8.53%
Publicidad	1.442	4.49%
Ritual de Guindones	2.694	8.39%
Tránsito planetario del día	4.022	12.53%
TOTAL	32.093	100%
Temáticas	Frec	%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	1.114	3.47%
Indeterminado	30.979	96.53%
TOTAL	32.093	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	0.000	0.00%
Presente	4.549	14.17%
Futuro	27.545	85.83%
TOTAL	32.094	100%

Fuentes	Frec	%
---------	------	---

FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	32.093	100.00%
TOTAL	32.093	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	3.171	9.88%
No	28.922	90.12%
TOTAL	32.093	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	1.208	3.76%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	30.885	96.24%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	32.093	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	13.990	43.59%
ED-PI-E	18.103	56.41%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	32.093	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Sobre las cuerdas - E4 Feliz día del padre luchador

DURACION DEL EPISODIO: 00:21:06.024		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	19/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	6.27	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	SI		
PANEL	Presentación del programa	Sobre las cuerdas	0.00	9.94	Podcast Sobre las cuerdas	Indeterminado	Pr	FI	Sobre las cuerdas podcast	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Introducciónal tema	Paternidad en la lucha libre	0.00	18.67	Legado en la lucha libre	Indeterminado	Pr	FI	Padres, WWE	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Introduccióna los locutores	Opinión de los locutores sobre el tema	1.00	16.90	Legado en la lucha libre	Indeterminado	Pr	FI	Padres, Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Generaciones en peleadores de lucha libre	Legado	8.00	55.38	Legado en la lucha libre	Indeterminado	Pr	FI	Charlotte Flair, Ric Flair, Randy Orton, Curtis Axel, Cody Rhodes, Dusty Rhodes, Goldust, Grand Master Sexay, Bray Wyatt, Bo Dallas, Mike Rotunda, El Santo, Blue Diamond, El manotas, Blue Diamond	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		

								Jr., LA Park, Lápida, Kung Fu Jr., Dos caras Jr., Dos caras							
Máscaras compartidas entre padres e hijos en la lucha libre	Desuso de máscara como diferenciador de su padre	1.00	25.34	Legado en la lucha libre	Indeterminado	Pa	FI	Alberto del Río, La Sombra, Jim Neidhart, Natalya Neidhart	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Explotar la imagen del padre fallecido en la lucha libre	Uso de los padres para explotar su imagen	4.00	37.68	Legado en la lucha libre	Indeterminado	Pa	FI	Jim Neidhart, Kane, Paul Bearer, Undertaker, La Roca, Al Wilson, Torrie Wilson, Dawn Marie,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Luchadores que han tenido más fama que sus padres	Luchadores que han tenido más fama que su padre	0.00	32.38	Legado en la lucha libre	Indeterminado	Pa	FI	La Roca, Randy Orton,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Explotar la imagen del padre fallecido en la lucha libre	Uso de los padres para explotar su imagen (Parte 2)	2.00	51.65	Legado en la lucha libre	Indeterminado	Pa	FI	Big Show, Big Boss man, Triple H, Al Snow, Eddie Guerrero, Rey Misterio, Dominic, Vicky	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Despedida del programa	Saludos y agradecimientos	0.00	45.49	Historias en la lucha libre	Indeterminado	Pa	FI	Luchador wwe	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Cuña de salida		0.00	6.33	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO		NO	

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	16.00	306.03
TOTAL EN BASE 6	21.100	

Temáticas	Frec	%
Historias en la lucha libre	0.758	3.63%
Legado en la lucha libre	19.967	95.58%
Podcast Sobre las cuerdas	0.166	0.79%
TOTAL	20.891	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	20.890	100.00%
TOTAL	20.890	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	10.209	48.87%
Presente	10.682	51.13%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	20.891	100%



Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	20.899	100.00%
TOTAL	20.890	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	20.890	100.00%
TOTAL	20.890	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	0.477	2.28%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	20.414	97.72%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	20.891	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	20.890	100.00%
ED-PI-E	0.000	0.00%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	20.890	100%

NOMBRE DEL PODCAST: TresD - ¿Quién está contento hoy?

DURACION DEL EPISODIO: 00:21:29.145		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	17/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	6.144	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
Diálogo	Introducción al tema	¿Quién está contento en el Perú?	0.00	22.187	Felicidad peruana	Nacional	Pr	FI	Locutores, Perú	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Responder la pregunta de introducción	La felicidad depende del contexto	5.00	2.763	Felicidad peruana	Indeterminado	Pr	FI	Población, Perú, Martín Vizcarra	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	NO		
	Economía del Perú	Economía estancada	2.00	4.245	Economía en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Población, Confiep, Empresarios, Gobierno del Perú	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena - mala	NO		
	Felicidad en el Perú	Expectativas bajas de los peruanos en política, economía	4.00	3.883	Felicidad peruana	Indeterminado	Pr	FI	Martín Vizcarra, Julio Guzmán, Verónica Mendoza, Keiko Fujimori, Congreso de la república	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		

Política en el Perú	Los peruanos no simpatiza con los políticos nuevos o antiguos	2.00	8.000	Políticos peruanos	Indeterminado	Pa	FI	Candidatos del Perú, Julio Guzmán	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Oportunism o político	Julio Guzmán en la política	1.00	13.728	Políticos peruanos	Indeterminado	Pa	FI	Julio Guzmán	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
¿Vizcarra está contento?	Vizcarra está contendo	0.00	35.755	Políticos peruanos	Indeterminado	Pr	FI	Martín Vizcarra, Congreso de la república	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Políticomás triste	Keiko Fujimori es la política más triste del Perú	1.00	1.440	Políticos peruanos	Indeterminado	Pr	FE-I	Keiko Fujimori	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Gente descontenta	El peruano no puede estar descontento porque el país es poco realista	0.00	33.536	Felicidad peruana	Indeterminado	Pr	FI	Población	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Descontento en los políticos	Luz Salgado	0.00	50.517	Políticos peruanos	Indeterminado	Pr	FI	Luz Salgado, Congresistas del Perú	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO
Descontento en los políticos	Rosa Bartra	1.00	0.587	Políticos peruanos	Indeterminado	Pr	FI	Rosa Bartra, Keiko Fujimori	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO
Conclusión del programa	El descontento no se nota en el Perú	2.00	7.659	Felicidad peruana	Indeterminado	Pr	FI	Población, Alejandro Fujimori,	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala	NO
Despedida del programa	Reenviar el programa	0.00	12.288	Despedida	Indeterminado	Pr	FI	Amigo del público, enemigos del público	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Cuña de salida		0.00	6.414	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	18.00	209.146
TOTAL EN BASE 6	21.486	



Temáticas	Frec	%
Economía en el Perú	2.276	10.70%
Felicidad peruana	12.167	57.18%
Políticos peruanos	6.834	32.12%
TOTAL	21.277	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.370	1.74%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	20.907	98.26%
TOTAL	21.277	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	3.362	15.80%
Presente	17.914	84.20%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	21.276	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	1.024	4.81%
FI	20.252	95.19%
TOTAL	21.276	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	21.276	100.00%
TOTAL	21.276	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	10.341	48.60%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	10.935	51.40%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	21.276	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	5.046	23.72%
ED-PI-G	4.554	21.40%
ED-PI-E	11.676	54.88%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	21.276	100%



DURACION DEL EPISODIO: 00:21:36.072		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	16/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	6.23	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
DIÁLOGO	introducción del programa	Explicación del programa	1.00	3.79	Noticias	Indeterminado	Pr	FI	Keanu Reeves	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Keanu Reeves como actor	Filmografía de Keanu Reeves	5.00	16.89	Keanu Reeves	Indeterminado	Pa	FI	Películas de Keanu Reeves, Keanu Reeves, Sandra Bullock	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Toy Story 4	Expectativas de Toy Story 4	2.00	27.88	Toy Story	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Toy Story, Keanu Reeves, Pixar, Disney	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Regreso de Betty	Betty	0.00	33.20	Toy Story	Indeterminado	Pr	FE-I	Personajes de Toy Story, Tom Hanks	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Futuro de Toy Story	Expectativas de Toy Story	0.00	26.62	Toy Story	Indeterminado	Pa	FI	Toy Story, Películas clásicas de Pixar, Pixar, Personajes de Toy Story	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Futuro de Toy Story	Nuevas películas	1.00	21.58	Toy Story	Indeterminado	Fu	FI	Toy Story, Películas clásicas de	NO	EE-LA	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	NO		

								Pixar, Pixar, Personajes de Toy Story							
Forky de Toy Story	Juguetes creados por niños	1.00	0.08	Toy Story	Indeterminado	Pa	FI	Chavo del 8, Forky	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO	
Crítica a Toy Story	Buena crítica	0.00	32.13	Toy Story	Indeterminado	Pa	FI	Personajes de Toy Story, Crítica de películas	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Fin del bloque de Toy Story	Estreno de Toy Story 4	0.00	9.47	Toy Story	Indeterminado	Pa	FI	Toy Story	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Introducción del bloque: Spiderverse	Explicación del Spiderverse	0.00	52.35	Spiderman	Indeterminado	Pr	FI	Spiderman	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Actores de Spiderman	¿Quién es mejor Spiderman o Peter Parker?	2.00	6.89	Spiderman	Indeterminado	Pa	FI	Tobey Maguire, Spiderman , Superman, christophe r reeve, Andrew Garfield, Thomas Holland	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Spiderverse	Expectativas del Spiderverse	2.00	59.54	Spiderman	Indeterminado	Fu	FI	Tobey Maguire, Andrew Garfield, Thomas Holland, Spiderman , Personajes de Spiderman , Avengers	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Despedida del programa	Recomendaciones de series o películas y estrenos	2.00	32.42	Recomendaciones	Indeterminado	Fu	FI	Series de Netflix, Chernobyl, Películas de Hollywood	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Cuña de		0.00	7.02	Cuña								AMBIENTAL	Buena	NO	

Temáticas	Frec	%
Sobre Keanu Reeves	5.281	24.70%
Noticias	1.063	4.97%
Recomendaciones sobre series y películas	2.540	11.88%
Spiderman	5.980	27.97%
Toy Story	6.516	30.48%
TOTAL	21.380	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	21.380	100.00%
TOTAL	21.380	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	9.535	44.60%
Presente	4.954	23.17%
Futuro	6.892	32.23%
TOTAL	21.381	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.553	2.59%
FI	20.827	97.41%
TOTAL	21.380	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	21.380	100.00%
TOTAL	21.380	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	16.240	75.96%

EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	5.140	24.04%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	21.380	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	1.360	6.36%
ED-PI-G	15.474	72.37%
ED-PI-E	3.546	16.58%
ED-PI-EX	1.001	4.68%
TOTAL	21.381	100%



DURACION DEL EPISODIO: 00:31:52.416		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	20/06/2019		TIEMPO														
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Canción de fondo		0	0.768	Cortina												
MONÓLOGO	Resumen del programa	Temas de Metadata	0	24.400	Metadata podcast	Indeterminado	Pr	FI	Huawei, Uber	NO	EE-LA	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO		
	Canción de fondo		0	2.240	Canción												
	Presentación del programa	Bienvenida al programa	0	49.285	Metadata podcast	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Canción de fondo		0	10.155	Canción												
	Nueva moneda de Facebook	Libra: Moneda transaccional	0	5.176	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FI	Facebook	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Nueva moneda de Facebook	Diferencia a una criptomoneda	0	58.760	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Libra	Definición de Libra	0	41.635	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FI	Uber, Spotify, Messenger	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Nueva moneda de Facebook	Preferencia de la moneda al viajar	0	43.699	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FI	ATM	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO		
	Nueva moneda de Facebook	Captar el interés del usuario	1	43.915	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FI	Facebook, M-pesa, Uber, Mastercard	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Nueva moneda de Facebook	¿Cómo funciona Libra?	0	33.600	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FI	Mastercard, Visa, Uber PayU, Spotify	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Nueva moneda de Facebook	Proyecto empujado de Facebook	0	36.992	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FE-I	Mark Zuckerberg	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
Aparición de Calibra	Billetera virtual	0	5.360	Libra: Moneda	Indeterminado	Pr	FI	Facebook	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO			

				transaccional											
Diferencia entre bitcoin y Libra	Libra se basa en inversiones	0	49.744	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FE-I	Facebook	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Servicios de Libra	Servicios que brinda Libra	0	32.064	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FI	Facebook	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Lo bueno y lo malo de Libra	Lo bueno y lo malo de Libra	0	54.224	Libra: Moneda transaccional	Indeterminado	Pr	FI	Mark Zuckerberg	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Canción de fondo		0	5.664	Canción								Sí		NO	
Cuña Metadata		0	9.296	Cuña								Sí		NO	
Canción de fondo		0	4.412	Canción								Sí		NO	
Entusiasmo por dos teléfonos	Note 10 y Mate 30	0	12.185	Celulares	Indeterminado	Pr	FI	Iphone	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Lanzamiento del Samsung Note 10	Lanzamiento de equipos de Samsung	0	58.987	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Samsung	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Versiones del Samsung Note 10	Características del Samsung Note 10	1	37.216	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Samsung	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Virtualizar botones	Botones en el celular	0	20.384	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Huawei, Google	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Presentación del Samsung Note 10	Fecha y lugar de presentación	0	14.667	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Samsung	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Repetir experiencia	Presentación del Samsung Note 10	0	10.647	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	News Geek RPP	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Canción de fondo		0	2.515	Canción								Sí		NO	
Cuña Metadata		0	1.259	Cuña								Sí		NO	
Canción de fondo		0	3.036	Canción								Sí		NO	
Mate 30 Pro	Ventas de Huawei	0	27.359	Celulares	Indeterminado	Pr	FI	Huawei	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Mate 30 Pro	Revolución de celulares Huawei	0	38.469	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Huawei	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Celulares Huawei	Huawei	0	44.652	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Huawei	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Posponer fechas de lanzamientos	Posponer lanzamientos	0	7.020	Celulares	Indeterminado	Pa	FI	Samsung	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	

Samsung															
Mate 30 Pro	Características del Huawei Mate 30 Pro	0	42.408	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Huawei	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Presentación del Huawei Mate 30 Pro	Fecha y lugar de presentación	0	13.504	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Huawei	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Presentación del Huawei Mate 30 Pro	Android by Google	0	16.604	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Google, Huawei	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Beto a Huawei	Empresas tras el beto de Huawei en Estados Unidos	2	21.099	Celulares	Indeterminado	Pa	FI	Google, Huawei, Facebook, Apple	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Conversación sobre Huawei	Golpe a Huawei	1	48.160	Celulares	Indeterminado	Fu	FE-I	Huawei, IEEE, Ren Zhengfei, Huawei	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO	
Acciones de Huawei	Estrategia de Huawei	1	44.917	Celulares	Indeterminado	Fu	FI	Google, Huawei	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Conversación sobre Huawei	Juicios	0	51.157	Celulares	Indeterminado	Fu	FE-I	Huawei	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO	
Cuña Metadata		0	11.520	Cuña								Sí		NO	
Canción de fondo		0	9.611	Canción								Sí		NO	
Review de micrófonos	Características de los micrófonos Quadcast	6	44.256	Micrófonos	Indeterminado	Pr	FI	News Geek, Hyer Guest, Blue Yeti	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO	
Pregunta al público	Comentar en redes sociales de Metadata	0	17.632	Micrófonos	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Publicidad	Micrófonos	0	59.520	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Hyper Data, News Geek	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO	
Canción de fondo		0	3.787	Canción											
Fin del programa	Información para suscripciones	0	18.997	Metadata podcast	Indeterminado	Pr	FI	News Geek	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	12	1192.957
TOTAL EN BASE 6	31.883	

Temáticas	Frec	%
Cortina + Cuña	1.071	3.36%
Celulares	13.491	42.31%
Libra: Moneda transaccional	7.753	24.32%
Metadata podcast	1.545	4.85%
Micrófonos	7.031	22.05%
Publicidad	0.992	3.11%
TOTAL	31.883	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	30.812	100.00%
TOTAL	30.812	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	2.469	8.01%
Presente	17.980	58.35%
Futuro	10.363	33.63%
TOTAL	30.812	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	4.101	13.31%
FI	26.711	86.69%
TOTAL	30.812	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0%
No	30.812	100%
TOTAL	30.812	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	9.795	31.79%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	19.685	63.89%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%

EE-LA/EE-LP	0.340	1.10%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.992	3.22%
TOTAL	30.812	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	1.857	6.03%
ED-PI-G	5.823	18.90%
ED-PI-E	13.010	42.23%
ED-PI-EX	10.121	32.85%
TOTAL	30.811	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Progamer - Episodio 17 FaceApp y el medio tiempo en el partido por el GOTY

DURACION DEL EPISODIO: 00:52:40.769		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN				
FECHA DEL EPISODIO	18/07/2019		TIEMPO															
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)			
	Cuña de entrada		0	13.131	Cuña								SI					
MONÓLOGO	Presentación del programa	Progamer	0	51.676	Progamer podcast	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO			
	Star Wars	Análisis de Rise of Skywalker	1	32.102	Series y películas	Indeterminado	Pr	FE-I	Red Letter Media	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena-mala dicción	NO			
	Juegos jugados en la semana	Juegos de la semana	4	7.583	Juegos de consola	Indeterminado	Pa	FI	Locutores, Juegos, Walter Wyatt	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	EF			
	Lo visto en la semana	Series y películas vistas en la semana	0	7.581	Series y películas	Indeterminado	Pa	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO			
	Spider far for home	Spiderman far for home	2	50.643	Series y películas	Indeterminado	Pr	FI	Misterio, Ironman, Tony Stark,	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO			
	Cuña de noticias		0	6.699	Cuña								NO		EF			
	FaceApp	Filtro realista	0	47.798	FaceApp	Indeterminado	Pr	FI	FaceApp	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO			
	FaceApp	Versión gratuita y pro	1	39.172	FaceApp	Indeterminado	Pr	FI	FaceApp, Flappy bird	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO			
	FaceApp	Origen de la aplicación	0	47.148	FaceApp	Indeterminado	Pr	FI	FaceApp, Yaroslav Goncharov	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO			
	FaceApp	Recepción de información	1	15.024	FaceApp	Indeterminado	Pr	FI	FaceApp, Rusos	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO			
FaceApp	¿Qué pasa con la información de los usuarios?	1	24.126	FaceApp	Mundial	Pr	FE-I	Yaroslav Goncharov	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO				

FaceApp	Cita de la licencia de uso	1	13.886	FaceApp	Indeterminado	Pr	FE-I	FaceApp, Facebook, Apple, Google	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
FaceApp	Uso bajo criterio del usuario	1	13.886	FaceApp	Indeterminado	Pr	FI	Locutores, Facebook	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Documental sobre redes sociales	The great hack	0	17.154	Series y películas	Indeterminado	Pr	FI	Redes sociales, Netflix	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Noticia sobre el Nintendo Switch	Batería más resistente	1	3.878	Nintendo Switch	Indeterminado	Pr	FI	PSP, Nintendo	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Pregunta sobre el Nintendo Switch	Nintendo Switch vs Nintendo Lite	1	33.344	Nintendo Switch	Indeterminado	Pr	FI	Nintendo	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Lanzamiento de nuevos juegos	Nuevos juegos para Nintendo Switch	0	22.570	Juegos de consola	Indeterminado	Pr	FI	Resident Evil	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Opinión sobre Resident Evil	Resident Evil 5 y 6	1	28.189	Juegos de consola	Indeterminado	Pr	FI	Resident Evil	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Lanzamiento de nuevos juegos	Resumen	0	12.957	Juegos de consola	Indeterminado	Pr	FI	Resident Evil	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Estudio de consumidores	Consumo de tecnología en jóvenes	1	13.770	E-Sports	Indeterminado	Pr	FE-I	Jóvenes	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Consumidores de E-Sports	Opinión del locutor	0	29.350	E-Sports	Indeterminado	Pr	FI	Jóvenes	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Historia de player unknown battlegrounds	Historia	3	55.357	Juegos de consola	Indeterminado	Pr	FI	Locutores, Mike Tyson, Street Fighter, FIFA	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Diálogos de Red Dead Redemption 2	Diálogos entre el actor y el caballo	1	56.402	Juegos de consola	Indeterminado	Pr	FI	Athur Morgan	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Introducción al tema de fondo	Resumen de la dinámica	0	41.030	Juegos de consola	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Resumen de títulos de videojuegos en el año hasta julio para el GOTYS	Juegos de consola estrenados hasta julio	11	4.346	Juegos de consola	Indeterminado	Pa	FI	Juegos de consola, Amigos de los locutores	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	FV

	Títulos de videojuegos por estrenar	Títulos de videojuegos por estrenar	4	48.253	Juegos de consola	Indeterminado	Fu	FI	Juegos de consola	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Juegos que esperan y comprarían	¿Qué comprarías?	2	38.453	Juegos de consola	Indeterminado	Fu	FI	Juegos de consola	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Juego que se lleva el GOTYS	Juego que se lleva el GOTYS	1	16.301	Juegos de consola	Indeterminado	Fu	FI	Juegos de consola	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Fin del programa	Disculpas por el programa	0	16.672	Progamer podcast	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Fin del programa	Anécdotas de la cabina	0	37.965	Progamer podcast	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Fin del programa	Agradecimientos	0	49.157	Progamer podcast	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Contenido off the record		0	15.935	Contenido extra										
	Música de fondo		0	31.312	Música de fondo								SI		

TIEMPO TOTAL ACUMULADO											38		942.850		
TOTAL EN BASE 6											53.714				

Temáticas	Frec	%
Cuña+Musica de fondo+Contenido extra	1.118	2.08%
E-Sports	1.719	3.20%
FaceApp	8.351	15.55%
Juegos de consola	32.524	60.55%
Nintengo Switch	2.620	4.88%
Progamer podcast	2.591	4.82%
Series y películas	4.791	8.92%
TOTAL	53.714	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	1.402	2.67%
Indeterminado	51.194	97.33%
TOTAL	52.596	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	15.325	29.14%
Presente	28.554	54.29%
Futuro	8.717	16.57%
TOTAL	52.596	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	47.198	89.74%
FI	5.398	10.26%
TOTAL	52.596	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0%
No	52.596	100%
TOTAL	52.596	100%

Estrategias	Frec	%
-------------	------	---

Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	21.405	40.70%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	11.271	21.43%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	1.402	2.67%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	18.518	35.21%
TOTAL	52.596	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	29.676	56.42%
ED-PI-G	3.088	5.87%
ED-PI-E	19.832	37.71%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	52.596	100%



DURACION DEL EPISODIO: 01:43:27.355		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN				
FECHA DEL EPISODIO	19/06/2019	TIEMPO																
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)			
	Saludos de las locutoras	Saludos	0.00	10.314	Saludos	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SI	Buena dicción	FV			
DIÁLOGO	Introducción del programa	Conversación entre las locutoras	1.00	59.626	Felicidad	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Celebración por partido ganado de Perú	Formas de celebrar	0.00	1.491	Selección peruana	Indeterminado	Fu	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Publicidad	Prepagochevere	1.00	1.788	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Claro	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Perú ganó el partido	Partido ganado	0.00	59.925	Selección peruana	Indeterminado	Pr	FI	Paolo Guerrero, Jefferson Farfán, Edinson Flores, Oyentes (Tácito), Selección de Brasil, Jugadores de fútbol	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Invitar a la gente a participar en el programa	¿Qué has sentido?	1.00	27.911	Participación del público	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	La vida se debe vivir feliz	Siempre se debe ser feliz	0.00	56.517	Felicidad	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	EF			
	Arreglos en la calle	Trabajos de la municipalidad	1.00	27.330	Arreglos en calles	Local	Pa	FI	Vecinos chorrillanos	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	EF			

Hinchas peruanos	Sociedad peruana	10.00	32.824	Hinchada peruana	Indeterminado	Pa	FI	Rondón, Carloncho, Selección de Perú, Selección de Bolivia, Parejas, Locutores, Familias peruanas, Sociedad peruana	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	EF
Publicidad	Mobil	1.00	10.346	Publicidad	Nacional	Pr	FI	Moteros, Mobil	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF/FV
El fútbol como orgullo nacional	El fútbol como orgullo nacional	1.00	7.454	Selección peruana	Indeterminado	Pr	FI	Selección de fútbol, Inca, Sinchiroca	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	EF/FV
Votaciones en fotos de los locutores	Likes en fotos	2.00	14.406	Votación del público	Indeterminado	Fu	FI	Daddy Yankee, Nerds, Maletas, Fumachaos, Loquitos Comics	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Feria inmobiliaria	0.00	30.013	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Feria inmobiliaria	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	EF/FV
Carltoncho llegó tarde	Sociedad peruana	1.00	31.999	Sociedad peruana	Indeterminado	Pr	FI	Sociedad peruana	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	NO
Tema del día	#Mequedaclaro	3.00	37.663	Tema del día	Indeterminado	Pr	FI	Sociedad peruana, Locutores, Universitarios, Netflix, Locutores, Perú, Gareca, Votantes	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	EF
Publicidad	Glovo	1.00	12.052	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Glovo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	EF/FV
Fútbol	Partidos en la Copa América	2.00	25.847	Copa América	Indeterminado	Pa	FI	Perú, Posiciones en el fútbol, Oliver Giroud	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	EF
Tema del día 2	#Mequedaclaro	3.00	27.770	Tema del día	Indeterminado	Pr	FI	Mototaxista, Amigas, Oyentes	SI	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	EF
Publicidad	Glovo	0.00	59.490	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Glovo, Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	EF/FV
Tema del día 3	#Mequedaclaro	0.00	24.937	Tema del día	Indeterminado	Pr	FI	Locutoras	SI	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Ropa de Mariana	Comentarios de la falda	1.00	13.654	Mariana	Indeterminado	Pr	FI	Mariana, Marcas de ropa	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Tema del día 4	#Mequedaclaro	4.00	41.664	Tema del día	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes, Amigas, Tomás	SI	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF

								Angulo							
Publicidad + Canción	Cristal: Latas coleccionables	1.00	39.259	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Guerero, Farfán, Flores, Cueva, Cristal	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO	
Canción Karol G con Anuel AA	Moda estreno	1.00	6.060	Música	Indeterminado	Pa	FE-D	Canción	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF	
Tema del día 5	#Mequedaclaroqe	9.00	13.980	Tema del día	Indeterminado	Pr	FI	Producciones musicales, Locutores, Tony, Oyentes, Tecnología	SI	EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Publicidad	Feria inmobiliaria	0.00	18.344	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Feria inmobiliaria	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	EF/FV	
Los gustos de Mariana	Hombres feos	4.00	1.408	Mariana	Indeterminado	Pr	FI	Tomas Angulo, Locutores, Hombres feos, Trome, Auspiciadores, Parejas de Mariana	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	NO	
Publicidad	Caja Trujillo	1.00	9.581	Publicidad	Indeterminado	Fu	FI	Caja Trujillo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO	
Audios de los oyentes	Comentarios con #Mequedaclaroqe	1.00	47.111	Música	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	SI	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO	
Exceso de crítica por el resultado de fútbol	Críticas por el fútbol	3.00	11.425	Hinchada peruana	Indeterminado	Pr	FI	Flores, Carloncho, Cueva, Sociedad peruana	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	NO	
Tema del día 6	#Mequedaclaroqe	2.00	28.445	Tema del día	Indeterminado	Pr	FI	Flores, Carloncho, Cueva, Sociada peruana, Bossa Nova, Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Audios de oyentes	#Mequedaclaroqe	3.00	24.487	Tema del día	Indeterminado	Pr	FE-D	Oyentes	SI	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Publicidad	Smartfit	1.00	26.204	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Smartfit	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO	
Tema del día 7	#Mequedaclaroqe	2.00	46.626	Tema del día	Indeterminado	Pr	FE-D	Oyentes, Locutores, Piura, Jair Wong, Dragon Ball	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	NO	
Miércoles temáticos	Votaciones por Whatsapp	3.00	6.275	Miércoles temáticos	Indeterminado	Pr	FI	Familia de los locutores,	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-PO	NO	Buena dicción	NO	
Publicidad	Senati	0.00	49.210	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Senati	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO	
Miércoles	Fracaso en la	6.00	42.413	Miércoles	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes,	NO	EE-LE/EE-	ED-PI-PO	NO	Buena	NO	

temáticos	votación			temáticos				Quasimodo, Daniela Darcourt, Canciones infantiles, Tijeretambo		LA/EE-LP			dicción	
Canciones de miércoles infantiles	Canción para los miércoles infantiles	6.00	46.373	Música	Indeterminado	Pr	FE-D	Canciones infantiles Animadora infantil	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Prepagochevere	0.00	36.525	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Prepagochevere	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	
Canciones de miércoles infantiles	Canción para los miércoles infantiles	5.00	52.504	Música	Indeterminado	Pr	FE-D	Canciones infantiles, Caballero, El show de los niños, Gallina, Gallo, Huevo, Bartolito	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	EF
Conversación entre los locutores	Vida personal	0.00	41.284	Conversación entre los locutores	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF
Publicidad	Sub de salame / Feria Inmobiliaria	1.00	15.889	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Sub de salame, Feria Inmobiliaria	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	EF
Bailoteando con Marci + publicidad	Tecsup	0.00	39.654	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Tecsup	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	EF
Publicidad	Caja Trujillo	0.00	49.551	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Caja Trujillo	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Despedida de programa	Saludos	0.00	19.725	Despedida	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes, locutores	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	82.00	1287.35
TOTAL EN BASE 6		103.456

Temáticas	Frec	%
Conversación entre los locutores	7.896	7.63%
Copa América	18.316	17.70%
Felicidad	2.936	2.84%
Miércoles temáticos	9.811	9.48%
Música	15.534	15.02%
Participación del público	1.465	1.42%
Publicidad	13.632	13.18%
Sociedad peruana	1.533	1.48%
Tema del día	30.093	29.09%

Votación del público	2.240	2.17%
TOTAL	103.456	100%

Ámbito	Frec	%
Local	1.456	1.41%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	1.172	1.13%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	100.828	97.46%

TOTAL	103.456	100%
--------------	----------------	-------------

Historicidad	Frec	%
Pasado	15.534	15.01%
Presente	84.497	81.67%
Futuro	3.425	3.31%
TOTAL	103.456	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	19.934	19.27%
FE-I	0.000	0.00%
FI	83.522	80.73%
TOTAL	103.456	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	22.999	22.23%
No	80.457	77.77%
TOTAL	103.456	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	0.000	0.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	0.172	0.17%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	37.336	36.09%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	65.948	63.74%
TOTAL	103.456	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	62.280	60.20%
ED-PI-G	14.471	13.99%
ED-PI-E	17.480	16.90%
ED-PI-EX	9.226	8.92%
TOTAL	103.457	100%



NOMBRE DEL PODCAST: El Langoy - Mundo Pokemon

DURACION DEL EPISODIO: 03:02:30.143		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	16/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	35.709	Cuñas								SÍ				
Tertulia	Presentación del tema	El Langoy	0.00	20.958	Podcast El Langoy	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Introducción del programa	Pokemón	0.00	2.858	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Programa de pokemon atrasado	Programa atrasado	0.00	9.438	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	¿Quién es ese pokemón?	Adivinar la silueta que colgaron en redes sociales	0.00	13.840	Pokemón	Indeterminado	Pa	FE-I	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Publicidad de TecnoStore	Ayuda de "El gordo"	0.00	33.442	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	El gordo	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Ausencia de Carlos	Ausencia de Carlos	0.00	43.184	Podcast El Langoy	Indeterminado	Pr	FI	Carlos	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Publicidad de Monkey Planet	Juegos de Monkey Planet	0.00	27.585	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Monkey Planet	NO	EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO		
	Juegos de cartas	Aún siguen jugando	0.00	45.999	Juegos off line	Indeterminado	Pr	FI	Magic, Pokemon	NO	EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO		
	Publicidad de Fanático Store	Fanático Store	1.00	2.608	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Fanático Store, Hans	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Nuevos funks	Próximos lanzamientos	0.00	21.378	Juegos off line	Indeterminado	Fu	FI	Retsuko	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Agradecimientos por los Patreons	Agradecimientos	0.00	38.402	Crowdfunding	Indeterminado	Fu	FI	Personas que apoyan con dinero	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Sugerencia de cuentas	Cuenta de Twitter	0.00	3.310	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Morso	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Nuevo micrófono	Prueba del nuevo micrófono	0.00	23.109	Podcast El Langoy	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO		
	Sugerencia de cuentas	Información que comparte	0.00	22.858	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Ray Bradbury	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
Despedida del primer bloque	Cortar el primer bloque	0.00	7.199	Podcast El Langoy	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO			
	Cuña de salida del		0.00	4.887	Cuñas								SÍ				

primer bloque														
Publicidad	Podcasts amigos	0.00	38.673	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Dos viejos amigos, Hablemos con spoilers, Wilson podcast, Cultura Padalax, The mirror Club, Por favor callennos, Nacion Combi, BGM Podcast, Escoria rebelde	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Cuña de entrada del segundo bloque		0.00	9.262	Cuñas								SÍ		
Introducción al tema del segundo bloque	Keanu Reeves	0.00	17.384	Keanu Reeves	Indeterminado	Pr	FI	Momoa, Chris Evans, Keanu Reeves	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Vida de Keanu Reeves	Cosas malas que le han pasado a Keanu Reeves	0.00	20.840	Keanu Reeves	Indeterminado	Pa	FI	Keanu Reeves, Amigos de Keanu Reeves	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Películas de Keanu Reeves	John Wick 3	0.00	11.743	Keanu Reeves	Indeterminado	Pr	FI	Keanu Reeves	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Películas de Keanu Reeves	Nuevas películas	0.00	14.141	Keanu Reeves	Indeterminado	Fu	FI	Keanu Reeves	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Juegos de Microsoft	Cyberpunk 2077	0.00	59.226	Keanu Reeves	Indeterminado	Fu	FI	Microsoft, Keanu Reeves	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Burlas a Keanu Reeves	Comentarios que le hicieron	0.00	26.228	Keanu Reeves	Indeterminado	Pa	FE-I	Los Simpsons, Megamente, Keanu Reeves, Fan	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Pedido de fan que le gritó a Keanu Reeves	Donaciones a fundación gamer	1.00	3.857	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FE-I	CD Projekt, Fan de Keanu Reeves	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Juego Cyberpunk 2077	Juego	0.00	37.713	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	CD Projekt, Keanu Reeves	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Juego Cyberpunk 2078	Tweets a los productores del juego	1.00	1.389	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FE-I	Keanu Reeves	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO

Bloqueo a Keanu Reeves	Bloqueo a Keanu Reeves en Twitter	0.00	39.116	Keanu Reeves	Indeterminado	Pa	FI	Keanu Reeves, John Wick	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
CD Projekt en entrevista sobre Keanu Reeves	Registro actoral de Keanu Reeves	0.00	52.105	Keanu Reeves	Indeterminado	Pa	FE-I	CD Projekt, Keanu Reeves	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Carrera artística de Keanu Reeves	Películas a futuro de Keanu Reeves	2.00	10.067	Keanu Reeves	Indeterminado	Fu	FI	Keanu Reeves, Wachowski, Películas de Keanu Reeves	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Mala dicción	NO
Juego Cyberpunk 2078	Personaje de Keanu Reeves	1.00	2.971	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Keanu Reeves, Microsoft	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Personaje de Keanu Reeves	Toy Story	0.00	13.393	Keanu Reeves	Indeterminado	Pa	FI	Keanu Reeves, Microsoft	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Personaje de Keanu Reeves	Nuevas películas	0.00	39.271	Keanu Reeves	Indeterminado	Pa	FE-I	Keanu Reeves, Microsoft	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
2019 de Keanu Reeves	El año de Keanu Reeves	1.00	15.606	Keanu Reeves	Indeterminado	Pa	FI	Keanu Reeves	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
2019 de Keanu Reeves	Nuevas apariciones de Keanu Reeves	0.00	55.667	Keanu Reeves	Indeterminado	Fu	FI	Keanu Reeves	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Convenciones 2019	Participación de las grandes empresas en la Convenciones de este año	0.00	42.179	Videojuegos	Indeterminado	Fu	FI	Marvel, Disney, Warner	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Resurgimiento de Warner	Películas de Warner	2.00	54.150	Serie TV / Cine	Indeterminado	Fu	FI	Jack Ham, John Cliff, Batman, Robert Pattinson, Enemigos de Batman, Ezra, Flash	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Nueva película de Batman	Enemigos de Batman	0.00	52.476	Serie TV / Cine	Indeterminado	Fu	FI	Jonah Hill, Christian Bale	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Películas con varios villanos	Películas con varios villanos	1.00	12.075	Serie TV / Cine	Indeterminado	Pa	FI	Villanos de las películas	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Villanos de Batman	Enemigos de Batman	0.00	49.505	Comics	Indeterminado	Fu	FI	Villanos de Batman	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO
Comic	Personajes de los	0.00	44.675	Comics	Indeterminado	Pa	FI	Personajes	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena -	NO

	comics							del comic						mala dicción	
Serie de Stranger Things	Serie de Stranger Things	1.00	34.738	Serie TV / Cine	Indeterminado	Fu	FI	Stranger Things	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Scooby Doo	Series de Scooby Doo	0.00	52.941	Serie TV / Cine	Indeterminado	Pa	FI	Personajes de Scooby Doo	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Canon de Batman	Nuevo comic	1.00	16.440	Comics	Indeterminado	Fu	FI	Ton King, Clay Mann	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
HBO	Serie de HBO	0.00	36.409	Serie TV / Cine	Indeterminado	Pa	FI	HBO	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO	
Postulación de actores	Mejor actor	0.00	59.769	Serie TV / Cine	Indeterminado	Pa	FI	Kirk Harrington, Ashley Haden	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	SÍ	Buena dicción	NO	
Actores en rehabilitación	Consejo	0.00	22.059	Serie TV / Cine	Indeterminado	Fu	FI	keanu reeves	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Noticia de Pokémon	Nueva entrega de un juego	1.00	15.883	Pokemón	Indeterminado	Pa	FE-I	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Número de Pokemones actualmente	¿Cuántos pokemones hay?	0.00	44.397	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Juego de Pokémon	Sol y Luna	0.00	28.328	Pokemón	Indeterminado	Pa	FE-I	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Arreglo del juego de Pokémon	Arreglo del juego de Pokémon	0.00	16.997	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Nuevo aparato de Nintendo	Pokemón Plus	1.00	35.388	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Accesorios de Game Boy	Accesorios	1.00	32.276	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Pokemones	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Nuevo juego de Pokémon	Novedades	0.00	38.871	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Pokemon Go	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Pokemon Go	Nicho de jugadores	0.00	25.076	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemon Go	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Nuevo juego de Pokémon	Novedades	0.00	57.121	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón, Pokemon Go	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Celulares en Pokemon	Comunicación en Pokemon	0.00	21.978	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena - mala dicción	NO	
Despedida del	Cortar el segundo	0.00	26.475	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena	NO	

	segundo bloque	bloque												dicción	
	Cuña de salida del segundo bloque		0.00	10.193	Cuñas								SÍ		
	Cuña de entrada del tercer bloque		0.00	33.015	Cuñas								SÍ		
MONÓLOGO	Introducción al tercer bloque	Resumen de noticias de E3	1.00	1.394	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	L3, Locutores de Langoy	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Nueva presentación de EA	Nuevos juegos de EA	1.00	4.563	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	EA, Juegos de EA, Star Wars, FIFA 20, FIFA Street	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Conferencias	Acotación sobre las conferencias	0.00	12.587	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Nintendo, Xbox, Play Station	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Nuevo lanzamiento de Bethesda	Doom Eternal	0.00	28.836	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Doom, Bethesda	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Disculpas de Bethesda	Quejas sobre el juego	0.00	20.157	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FE-I	Fall Out 76	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Nueva actualización de Fall Out 76	Nuclear winter	0.00	19.549	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Fall Out 76	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Nuevo lanzamiento de Bethesda	Comande King versión celular	0.00	31.765	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Comander King	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Lanzamientos en la Conferencia de Bethesda	Lanzamientos a tener en cuenta	1.00	50.969	Videojuegos	Indeterminado	Fu	FI	Ghost Wire, Shinji Mikami, Bethesda, Death Loop, Arcade	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Conferencia PS	Lo que faltó en la conferencia	0.00	38.523	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Juegos	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Críticas a Epic Game Store	Críticas	0.00	20.528	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	Juegos	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Juego filtrado	Novedades del juego	1.00	12.167	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Ubisoft	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Nuevo contenido	Novedades de juegos	0.00	35.919	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Ubisoft, Juegos	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Nuevo lanzamiento	Final Fantasy 7	0.00	14.145	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	L3, Juegos	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Juego favorito del locutor	Final Fantasy 7	0.00	24.111	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	Locutor	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	SÍ	Buena dicción	NO
	Final Fantasy Remake	Gameplay de Final Fantasy 7	1.00	42.436	Videojuegos	Indeterminado	Fu	FI	The Square Enix, Juego	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Lanzamiento del juego	Final Fantasy 8	1.00	42.436	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FE-I	The Square Enix, Juego	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Sorpresas	Out Riders	0.00	39.429	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FE-I	People could	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena	NO	

								fly						dicción	
	Lanzamiento del juego de Avengers	Críticas al juego	1.00	16.798	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Avengers	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Opinión del locutor	Crítica	0.00	24.111	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	Avengers	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	SÍ	Buena dicción	NO
	Novedades de Microsoft	Juegos para PC por suscripción	0.00	43.235	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Avengers	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Nuevos lanzamientos	Nuevos juegos de Microsoft	1.00	46.628	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Microsoft, Keanu Reeves, RR Martin, Juegos de Xbox	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Confirmación de juegos	Nuevos juegos de Microsoft	0.00	29.048	Videojuegos	Indeterminado	Fu	FI	Juegos de Microsoft	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Juegos esperados	Remake de juegos	0.00	41.028	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Juego de NES	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Novedades de xbox	Novedades	2.00	12.484	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FE-I	Xbox, Google	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Nuevos lanzamientos	Nuevos juegos de Nintendo	2.00	44.824	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Nintendo, Juegos de Nintendo, Platinum Game	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Anuncio de Nintendo	Nuevas secuelas	0.00	58.746	Videojuegos	Indeterminado	Pa	FI	Zelda, Juegos de Nintendo	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Despedida del tercer bloque	Despedida	0.00	46.023	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Cuña de salida del tercer bloque		0.00	13.443	Cuñas								SÍ		
	Cuña de entrada del cuarto bloque		0.00	24.134	Cuñas								SÍ		
Tertulia	Introducción al tercer bloque	Pokemón	0.00	22.784	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemon, Familia de los locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO
	Pokemon en el Perú	Aparición de Pokemon en el Perú	0.00	14.174	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemon	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
	Locutores y pokemon	Opiniones	0.00	55.451	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemon, Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO
	Historia de Pokemon	¿Qué es Pokemon?	0.00	34.552	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemon, Digimon	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Desarrollo de Pokemón	Pokemón juego	0.00	32.740	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Nintendo, Capcom, Game Freak, Satoshi Tajiri	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
	Desarrolladores de Pokemón	Satochi Tajiri	0.00	32.972	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Satoshi Tajiri	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO

Éxito de Pokémon	Juego de Pokémon	1.00	30.186	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Juegos de Pokémon, Locutores,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO
Historia en el juego de Pokémon	Juego de Pokémon	0.00	45.210	Pokémon	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Pokémon	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Ediciones de Pokémon	Ediciones del juego	0.00	40.821	Pokémon	Indeterminado	Pr	FI	Pokémon, Nintendo, Alfonso, Juegos de Pokémon	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Ediciones de Pokémon	Pokémon rojo y azul	1.00	8.824	Pokémon	Indeterminado	Pr	FE-I	Nintendo	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Gameplays de Pokémon con errores	Generar errores en Pokémon	0.00	35.319	Pokémon	Indeterminado	Pr	FI	Jugadores de Pokémon	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Juego de Pokémon	Jugabilidad de Pokémon	1.00	20.806	Pokémon	Indeterminado	Pr	FI	Pokémon	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Pokémon	Serie de Pokémon	1.00	24.766	Pokémon	Indeterminado	Pr	FI	Ash	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO
Productos de Pokémon	Productos peruanos de Pokémon	1.00	49.308	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Pokémon, Pokeke	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Éxito de Pokémon	Películas de Pokémon	0.00	18.619	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Pokémon 2000	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Éxito de Pokémon	Experiencia de los locutores	0.00	43.863	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Pokémon, Cine Millonario, Películas de Pokémon	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO
Pokémon	Regiones de Pokémon en las series y juego	0.00	35.945	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Pokémon	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Jugabilidad de Pokémon	Juego de Pokémon	1.00	57.517	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Pokémon, Personajes de Pokémon, Pokemones	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Mito en Pokémon	Atapar a Mewtwo	1.00	15.929	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Pokémon, Pokemones,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Habilidades en Pokémon	Habilidades en Pokémon	0.00	25.634	Pokémon	Indeterminado	Pr	FI	Pokémon	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Jugabilidad de Pokémon	Acciones que no hicieron los locutores	0.00	48.551	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Pokémon, Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO
Mito en Pokémon	Atapar a Mew	0.00	24.006	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Pokémon, Pokemones, Mew	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Error para conseguir a Mew	Pasos para atrapar a Mew	1.00	4.255	Pokémon	Indeterminado	Pa	FI	Pokémon, Jugadores a Pokémon,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO

								Mew							
Recuerdos de Pokémon 1era generación	Jugabilidad del juego	0.00	30.024	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO	
Jugabilidad de Pokemon	Misiones en Pokémon	1.00	0.393	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Recuerdos de Pokémon 1era generación	Jugabilidad del juego	1.00	35..714	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO	
Jugabilidad de Pokemon	Misiones y capturas de Pokémon	2.00	20.945	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Serie Pokémon	Estructura de la serie de Pokémon	1.00	5.573	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Personajes de Pokémon	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Recuerdos de los locutores	Alquiler de consolas	1.00	25.819	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO	
Juegos de Pokemon	Diferentes tipos de Pokémon	1.00	0.836	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Personajes de Pokémon, Pokemones	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Juegos de Pokemon	Amistad en Pokémon	0.00	24.103	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Pokemones	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Eevee en Pokémon	Eevee	1.00	3.577	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Eevee, Evoluciones de Eevee	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Juegos de Pokemon	Amistad en Pokémon	0.00	47.182	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Eevee	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Jugabilidad de Pokemon	Objetos en Pokémon	0.00	48.669	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Serie de Pokemon	Problemas de guion en Pokemon	0.00	14.675	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Recuerdos de Pokémon 1era generación	Diseño del juego	0.00	39.939	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Cambios en Pokémon	Combio entre plataformas sobre Pokémon	0.00	39.427	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Mangas no oficiales	Mangas no oficiales de Pokemon	0.00	58.235	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Jugabilidad de Pokemon	Muertes en el juego de Pokémon	1.00	16.472	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Personajes de Pokémon	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Opinión del locutor	Opninión	0.00	5.589	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PO	SÍ	Buena dicción	NO	
Diseño en	Relación de	2.00	41.403	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena	NO	

Pokemón	Pokemón con la cultura japonesa												dicción	
Pokemon en el Perú	Series incompletas	0.00	14.143	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón, Personajes de Pokemón	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	SÍ	Buena dicción	NO
Censura	Censura de episodios	0.00	34.084	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Doblaje en Pokemón	Doblaje en Pokemón	1.00	14.583	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Personajes de Pokemón, Hora de aventura	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Generaciones de Pokemón	Regiones en el juego de Pokemón	1.00	17.879	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Jugabilidad de Pokemón	Balace del juego	3.00	35.595	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Pokemones, Personajes de Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Generaciones de Pokemón	Juego de Pokemón	0.00	57.935	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón, Pokemones, Personajes de Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Competitivo en Pokemón	Críticas de Pokemón	0.00	20.992	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Usuarios	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Serie Pokemón	Temática sin cambios	0.00	38.173	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Personajes de Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Personajes de Pokemón	Personajes en el manga y los juegos de Pokemón	0.00	57.750	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón, Protagonistas de Pokemón	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Generaciones de Pokemón	Cambios en la tercera generación	3.00	54.683	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón, Pokemones	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Capturas ridículas en Pokemón	Capturar pokemones	1.00	2.972	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Pokemones	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO
Generaciones de Pokemón	Lo mejor del juego	0.00	29.397	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón, Pokemones	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Generaciones de Pokemón	Villanos en Pokemón tercera generación	0.00	48.808	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Pokemones	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Adaptaciones de Pokemón	Series, cortos y películas de Pokemón	4.00	21.875	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Pokemones, Serie de Pokemón, Personajes de Pokemón	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO
Cuarta generación de	Opiniones	0.00	47.925	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Pokemones	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO

Pokemón															
Dioses en Pokémon	Lista de dioses de Pokémon	1.00	25.683	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón, Pokemones	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Recuerdos de la cuarta generación de Pokémon	Juego de Pokémon	0.00	42.352	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemón, Pokemones	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Generaciones de Pokémon	Cambios entre juegos para generaciones	1.00	24.866	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón, Usuarios	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Gyarados	Tipos de pokemón	1.00	6.807	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemones	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Recuerdos de la cuarta generación de Pokémon	Villanos en Pokémon	1.00	29.211	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Personajes de Pokémon	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Recuerdos de la quinta generación de Pokémon	Juego de Pokémon	1.00	48.948	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Personajes de Pokémon	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Remakes de los juegos de Pokémon	Cambio de diseño	0.00	46.951	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Recuerdos de la sexta generación de Pokémon	Juego de Pokémon	0.00	17.971	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemones	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO	
Recuerdos de la sexta generación de Pokémon	Cambio de diseño	1.00	0.605	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Generaciones de Pokémon	Cambios entre juegos para generaciones	1.00	39.660	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemones	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Hackroom de Pokémon	Pokemón de creadores independientes	3.00	23.128	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Pokemones, Nintendo	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
MEFE y Aquaman	Modificar una imagen	1.00	41.657	Comics	Indeterminado	Pa	FI	MEFE, Aquaman, Warner	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-EX	SÍ	Buena dicción	NO	
Descripción de pokemones perturbadoras	Creepypastas	6.00	27.727	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemones	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Pokemon en Twitch	"Play Pokemon"	8.00	25.104	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Usuarios, Pokemones, Twitch	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Pokemon en Twitch	Webcomics	0.00	40.751	Pokemón	Indeterminado	Pa	FI	Usuarios, Twitch	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Pokemón	Animes de Pokémon	4.00	45.605	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Serie de Pokémon, Personajes de Pokémon	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Diferencia de nombres entre	Pokemón según países	0.00	57.678	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	

países															
Descripción de pokemones	Creepypastas	5.00	9.847	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemones	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Nuevos pokemones	Pokemones en nuevas generaciones	1.00	6.130	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Pokemones	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Comida dentro de Pokémon	Alimentación en Pokémon	1.00	11.518	Pokemón	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de pokemón, Pokémon	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Despedida del tercer bloque	Productos de pokemón	1.00	47.741	Pokemón	Indeterminado	Fu	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-E	SÍ	Buena dicción	NO	
Competitivo en el nuevo juego de Pokémon	Juego de Pokémon	2.00	13.560	Pokemón	Indeterminado	Fu	FI	Pokemón	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Recomendaciones a los oyentes	Recomendaciones	1.00	30.094	Serie TV / Cine	Indeterminado	Fu	FI	Películas de Pokémon, Lecturas de Pokémon, Netflix, Langos Podcast	NO	EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Despedida	Despedida	0.00	35.901	Podcast El Langoy	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	NO	
Cuña de salida		0.00	9.521	Cuñas								SÍ			
Pokerap		3.00	14.006	Pokemón								SÍ			

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	102	4893.755
TOTAL EN BASE 6		183.563

Temáticas	Frec	%
Comics	4.538	2.47%
Crowdfunding	0.640	0.35%
Juegos off line	1.123	0.61%
Keanu Reeves	9.246	5.04%
Promo Podcast El Langoy	2.173	1.18%
Pokemón	119.170	64.92%
Publicidad	3.472	1.89%
Serie TV / Cine	10.912	5.94%
Videojuegos	29.953	16.32%
Cuñas	2.336	1.27%
TOTAL	183.563	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	177.993	100.00%
TOTAL	177.993	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	100.482	56.45%
Presente	54.106	30.40%
Futuro	23.405	13.15%
TOTAL	177.993	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	12.071	6.78%
FI	165.923	93.22%
TOTAL	177.994	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	177.993	100.00%
TOTAL	177.993	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
------------------------	------	---

EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	88.828	49.91%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	84.592	47.53%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	3.759	2.11%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.813	0.46%
TOTAL	177.992	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	2.129	1.20%
ED-PI-G	88.001	49.44%
ED-PI-E	71.623	40.24%
ED-PI-EX	16.240	9.12%
TOTAL	177.993	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Hablemos con spoilers - 150 Hablemos con Spoilers Teodoro abrirá su universidad

DURACION DEL EPISODIO: 02:38:29.475		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	20/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	37.245	Cuña												
PANEL	Presentación	Redes sociales y locutores	0.00	55.263	Hablemos con spoilers	Indeterminado	Pr	FI	Locutores del programa	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	SI	Buena-mala dicción	NO		
	Nombrar podcasts amigos	Podcasts amigos	1.00	34.319	Podcasts	Indeterminado	Pr	FI	Podcast amigos	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	SI	Buena-mala dicción	NO		
	Tema de un podcast amigo	Series coreanas	4.00	50.482	Series	Indeterminado	Pa	FI	Series coreanas, Escalera al cielo, Al fondo hay sitio, Sonata de invierno	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	SI	Buena-mala dicción	NO		
	Comentarios del público	Comentarios en Youtube	0.00	33.158	Comentarios	Indeterminado	Pa	FI	Oyentes, Lúen	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	SI	Buena-mala dicción	NO		
	Series turcas y series coreanas	Series	2.00	6.657	Series	Indeterminado	Pr	FI	Boys over flowers, Willax, series mexicanas	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	SI	Buena-mala dicción	NO		
	Comentarios del público	Comentarios en el canal de iVoox	5.00	19.878	Comentarios	Indeterminado	Pa	FE-I	Oyentes, bandas peruanas, Baby shark, Paw Patrol, Osito gominola, podcasts amigos, Black Panther	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	SI	Buena-mala dicción	NO		
	Publicidad	Geek It y Pink Clue	1.00	37.617	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Geek It, Pink Clue, oyente	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	SI	Buena-mala dicción	NO		
	Cuña de salida		0.00	55.728	Cuña								SI				
	Música		0.00	52.942	Canción								Música				
PANEL	Noticia del programa	Universidades en el Perú	2.00	59.165	Educación universitaria	Indeterminado	Pr	FI	Sise, Sunedu, Paw Patrol, Cesar Vallejo, UTP,	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO		

								Universidad Arzobispo Loayza, Telesup,						
Universidades licenciadas	Universidad Cesar Vallejo y UTP	12.00	21.831	Educación universitaria	Local	Pr	FI	Cesar Acuña, Universidad Autónoma del Perú, Richard Acuña, Sise, UTP, Grupo Intercorp, Roger Amuruz, IDAT, Universidad Cesar Vallejo, Hospital Arzobispo Loayza, Hospitales, Cimas, Telesup, Universidades licenciada, Institutos licenciados	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena-mala dicción	NO
Universidades no licenciadas	Universidad Telesup y Universidad Azobispo Loayza	0.00	45.883	Educación universitaria	Local	Pa	FI	Universidad Arzobispo Loayza	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena-mala dicción	NO
Arzobispo Loayza	Instituto superior Arzobispo Loayza	1.00	4.226	Educación universitaria	Indeterminado	Pr	FE-I	Instituto Arzobispo Loayza, Telesup	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena-mala dicción	NO
Traspaso de alumnos	¿Qué pueden hacer los alumnos?	2.00	6.363	Educación universitaria	Indeterminado	Fu	FI	UPIG	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena-mala dicción	NO
Comentarios del público	Comentarios en plataformas	1.00	31.394	Comentarios	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Locutores	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
Universidades no licenciadas	Universidades del Perú	12.00	29.176	Educación universitaria	Local	Pr	FI	Instituto Arzobispo Loayza, Universidad Arzobispo Loayza, UTP, Sise, Universidad Las Américas, Universidad tecnológica mundial Emanuel, Clínica Good Hope, Universidad Unión,	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena-mala dicción	NO

								Universidad Nacional Federico Villarreal, Universidad Nacional de Ingeniería						
Copa América	Perú vs Venezuela	7.00	10.305	Fútbol	Latinoamericano	Pa	FI	Karol G, Nati Natasha, Selección de fútbol de Brasil, Selección de fútbol de Bolivia, Selección de fútbol de Argentina, Selección de fútbol de Colombia, Selección de fútbol de Perú, Selección de fútbol de Venezuela, Phillip Butter, Toño Vargas, Gonzalo Nuñez	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buenamala dicción	NO
Copa América	Partidos de la Copa América	8.00	14.585	Fútbol	Latinoamericano	Fu	FI	Selección de fútbol de Paraguay, Selección de fútbol de Qatar, Selección de fútbol de Argentina, Selección de fútbol de Colombia, Carlos Zambrano, Selección de fútbol de Japón, Selección de fútbol de Chile, Felix Sanchez, Arturo Vidal Supercampeones	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buenamala dicción	NO
Comentarios del público	Comentarios en Youtube	4.00	25.079	Comentarios	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Universidad Cesar Vallejo, Moloko,	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buenamala dicción	NO

								Universidad Arzobispo Loayza, Universidad nacional Federico Villarreal, Universidad tecnológica mundial Emanuel, Claudio Pizarro						
Programas de televisión y streaming	Programas infantiles y televisión	13.00	30.469	Programas de televisión	Provincial	Pa	Fi	Teodoro, Timoteo, Karina, Ricardo Bonilla, Jesús Alzamora, Estados Unidos, Magos peruanos, Payasos peruanos, Oyente, Profesor Otto, Pixar, Aladdin, Orderique, Animerica, Willax, Phillip Butters	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
Youtubers en televisión	Televisión peruana	7.00	47.557	Programas de televisión	Indeterminado	Pr	Fi	El barbas, Daniela Camaiora, Carlos Orosco, Manuel Gold, Juan Francisco Escobar, La Banda, Oyente, Alerta aeropuerto, NatGeo, Lorena Alvarez	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
Javier Lobatón	Libro de Javier Lobatón	4.00	47.370	Libros	Local	Pr	Fi	Javier Lobatón	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
Noticia del día	Comentario de Salazar a una profesora	5.00	9.476	Educación	Indeterminado	Pa	FE-I	Congresista Salazar	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO/SI(bajo)	Buena-mala dicción	NO
Cuña de salida		0.00	57.957	Cuña								SI		
Música		1.00	41.425	Canción								Música		

PANEL	Noticia friki	Series, juegos y películas	14.00	31.863	Series	Indeterminado	Pr	FI	Netflix, Avengers, Left 4 death, Disney, Spiderman, Hombres de negro, Ricardo Mendoza, Actores norteamericanos, Jessica Jones, Ultraman, Power ranger, Oyentes, Dragon Ball, Pokemon, Bad Bunny, Looney Tunes	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
	Otras noticias	Noticias variadas	13.00	15.516	Noticias	Latinoamericano	Pr	FI	Oyentes, Vanessa Terkes, George Forsyth, Spiderman 4, MHA, Chucky, Kristen Stewart, Batman,	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
	Despedida del programa	Recomendaciones y predicciones Copa América	20.00	13.196	Recomendaciones	Latinoamericano	Pr	FI	Oyentes, chucky, Forky, películas peruanas, Selección de fútbol de Perú, Selección de fútbol de Bolivia, Animes musicales, Buscadores de internet, Black Mirror, FIAED, One punch man, Dragon Ball, Toy Story 4, El sol también es una estrella	SI	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
	Cierre del programa	Temas del podcast de la próxima semana	0.00	36.014	Hablemos con spoilers	Indeterminado	Fu	FI	Toy Story 4, Jessica Jones	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
	Cuña de salida		2.00	7.337	Cuña								SI		

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	141	969.476
TOTAL EN BASE 6	157.158	

Temáticas	Frec	%
Canción	2.573	1.64%
Comentarios del público	11.825	7.52%
Cuñía	4.638	2.95%
Educación	5.158	3.28%
Educación universitaria	31.777	20.22%
Comentarios Fútbol	15.415	9.81%
Hablemos con spoilers	1.521	0.97%
Libros	4.790	3.05%
Noticias	13.259	8.44%
Podcasts	1.572	1.00%
Programas de televisión	21.300	13.55%
Publicidad	1.627	1.04%
Recomendaciones de productos de cultura pop	20.220	12.87%
Comentarios de Series	21.483	13.67%
TOTAL	157.158	100%

Ámbito	Frec	%
Local	30.404	20.28%
Provincial	13.508	9.01%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	48.893	32.61%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	57.142	38.11%
TOTAL	149.947	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	37.328	24.89%

Presente	101.670	67.80%
Futuro	10.949	7.30%
TOTAL	149.947	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	17.501	11.67%
FI	132.446	88.33%
TOTAL	149.947	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	85.925	57.30%
No	64.023	42.70%
TOTAL	149.948	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	0.000	0.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	21.139	14.10%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	128.808	85.90%
TOTAL	149.947	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO-PI-G	112.913	75.30%
ED-PI-E	37.034	24.70%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	149.947	100%

NOMBRE DEL PODCAST: Nacion Combi - Nación Combi 189, temporada 2 Lima para no futboleros, migrantes a un país xenófobo, elecciones internas

DURACION DEL EPISODIO: 00:51:26.331		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	20/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	12.028	Cuña								SI				
PANEL	Presentación del programa	Locutores de Nacion Combi	0.00	37.616	Nación Combi podcast	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Introducción al tema del programa	#Altoenazucar	1.00	11.843	Nación Combi podcast	Indeterminado	Pr	FI	Redes sociales de Nación Combi	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Cronograma de actividades	Temas a hablar en el podcast	1.00	40.937	Nación Combi podcast	Indeterminado	Pr	FI	Selección peruana de fútbol, Inmigrantes, Partidos políticos	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Publicidad del podcast	Difusión de Nación Combi	0.00	54.613	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Nacion Combi podcast	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO		
	Cuña de entrada al primer tema		0.00	5.573	Cuña								SI				
	Copa América	Equipos de la Copa America	2.00	46.766	Fútbol en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Selección peruana de fútbol, Paolo Guerrero, Selección nacional de Japón, Selección nacional de Qatar, Mr. Chip,	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO		
	Fútbol	Estadísticas	1.00	42.980	Fútbol en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Analistas, Estadista Locutores, Amigos de un locutor, Hinchadas,	NO	EE-LA	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO		
	Fútbol	Identidad nacional con el fútbol	3.00	41.844	Fútbol en el Perú	Continental	Pr	FI	Amigos de un locutor, Hinchadas,	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SI	Buena dicción	NO		
	Incomodidad	Gritos a la televisión	2.00	9.567	Fútbol en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Vecinos, Equipos de voley del Perú	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-EX	SI	Buena dicción	NO		
Conclusión del primer tema	Selección peruana de	1.00	46.394	Fútbol en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Estudiantes, Hinchas	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-EX	SI	Buena dicción	NO			

		fútbol en la Copa América													
	Cuña de salida del primer tema		0.00	6.873	Cuña								SI		
MONÓLOGO	Publicidad del podcast	Difusión de redes sociales de ElegirPerú	0.00	26.192	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Elegir Perú	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO
	Cuña de entrada al segundo tema		0.00	5.468	Cuña								SI		
PANEL	Migración	Rechazo a los inmigrantes en el Perú	10.00	12.090	Migración	Nacional	Pa	FI	Locutores, Martín Vizcarra, Inmigrantes venezolanos, Vicepresidente del Perú, Ministro Moran, inmigrantes ecuatorianos	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO
	Cuña de salida del primer tema		0.00	7.152	Cuña								SI		
MONÓLOGO	Publicidad del podcast	Iriarte y asociados	0.00	33.901	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Iriarte y asociados	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO
	Cuña de entrada al tercer tema		0.00	5.294	Cuña								SI		
PANEL	Partidos políticos	Elecciones internas en los partidos políticos con votantes externos a internos	7.00	15.792	Partidos políticos	Indeterminado	Pr	FI	Partidos políticos, Carlín, APRA, Militantes, Fuerza Popular,	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-E	SI	Buena dicción	NO
	Fortalecimiento del partido político	Procesos	1.00	50.063	Partidos políticos	Indeterminado	Pr	FI	Partidos políticos, Militantes, ONPE,	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO
	Cuña de salida del primer tema		0.00	7.686	Cuña								SI		
	Publicidad del podcast	Requiem por Lima y Requiem por San Borja	1.00	1.579	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Requiem por Lima y Requiem por San Borja	NO	EE-LA	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO
	Cuña de entrada al cuarto tema		0.00	11.076	Cuña								SI		
PANEL	Introducción a la entrevista	Presentación al entrevistado	1.00	47.926	The Contrarians podcast	Indeterminado	Pr	FI	Karla Velezmo, Julio Olivera, Podcast de Julio Olivera, The	NO	EE-LA	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO

									Contrarians podcast, Rotten Tomatoes						
	Entrevista a Julio Olivera: The Contrarians podcast	The Contrarians podcast	3.00	5.945	The Contrarians podcast	Indeterminado	Pr	FI	Rotten Tomatoes, Películas norteamericanas, Auspiciadores, memes	NO	EE-LA/EE-LE	ED-PI-EX	SI	Buena dicción	NO
	Entrevista a Julio Olivera: Cercanía al cine	Trabajo de cineasta	2.00	25.031	The Contrarians podcast	Indeterminado	Pr	FI	Hans, Iguana Producciones,	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SI	Buena dicción	NO
	Entrevista a Julio Olivera: Guionista	Podcasts	1.00	55.798	The Contrarians podcast	Indeterminado	Pr	FI	Alex, Gente allegada a los Podcast, The Contrarians, Películas	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SI	Buena dicción	NO
	Cierre del programa	Cronograma de eventos en la semana y datos extras	2.00	15.721	Nación Combi podcast	Nacional	Fu	FI	Frecuencia Latina, Locutores, Autores de libros, Flora	NO	EE-LA	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO
	Fin de entrevista	Donde encontrar The Contrarians	0.00	25.751	The Contrarians podcast	Indeterminado	Pr	FI	The Contrarians	NO	EE-LA	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO
PANEL	Despedida del programa	Redes sociales de los podcasts	0.00	10.589	Despedida	Indeterminado	Pr	FI	The Contrarians, Nacio Combi	NO	EE-LA	ED-PI-EX	SI	Buena dicción	NO
	Cuña de salida		0.00	7.297	Cuña								SI		
	Contenido extra	El mito del azúcar	0.00	18.946	Despedida	Indeterminado	Pr	FI	Octógonos, Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO										39	746.331				
TOTAL EN BASE 6										51.439					

Temáticas	Frec	%
Cuña+Despedida	1.633	3.17%
Fútbol en el Perú	12.126	23.57%
Migración	10.202	19.83%
Nación Combi podcast	5.769	11.22%
Partidos políticos	9.098	17.69%
Publicidad	2.938	5.71%
The Contrarians podcast	9.674	18.81%
TOTAL	51.440	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%

Regional	0.000	0.00%
Nacional	12.464	24.78%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	3.697	7.35%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	34.137	67.87%
TOTAL	50.298	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	10.202	20.28%
Presente	37.835	75.22%
Futuro	2.262	4.50%
TOTAL	50.299	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.00	0.00%
FE-I	0.00	0.00%
FI	50.298	100.00%
TOTAL	50.298	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	50.298	100.00%
TOTAL	50.298	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
------------------------	------	---

EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	17.594	34.98%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	32.704	65.02%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	50.298	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	27.782	55.23%
ED-PI-E	7.263	14.44%
ED-PI-EX	15.253	30.33%
TOTAL	50.298	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Convoca podcast - EL 'REY DE LA PESCA NEGRA' Y 'LOS CUELLOS BLANCOS DEL PUERTO'

DURACION DEL EPISODIO: 00:30:18.816		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN				
FECHA DEL EPISODIO	16/06/2019		TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)			
	Cuña de entrada		0.00	26.965	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
CRÓNICA	Historia de la investigación periodística	Oscar Peña Aparicio: Rey de la Pesca negra	1	0.928	Corrupción	Nacional	Pa	FE-D	Oscar Peña, empresario pesquero	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Historia de la investigación periodística	Presentación de Oscar Peña Aparicio	1	14.795	Corrupción	Nacional	Pr	FI	Oscar Peña, empresario pesquero	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Introducción al tema	Explicar de qué se hablará en el episodio	0	24.960	Corrupción	Nacional	Pr	FI	Milagros Salazar	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-EX	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	El primer anzuelo	Ministro Villasante denuncia corrupción en el sector pesquero	1	20.896	Corrupción	Nacional	Pa	FI	Ministro Villasante	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Explicación de la pesca para el Perú	Importancia económica de la pesca en el Perú	0	34.304	Corrupción	Nacional	Pr	FE-D	Ministro Villasante	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Historia tras la investigación	¿Cómo llegó a la corrupción en el sector pesquero?	2	13.888	Corrupción	Nacional	Pa	FI	Milagros Salazar (Tácito), ministro Villasante, Oscar Peña, IDL Reporteros, Gremio pesquero	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Historia tras la investigación	¿Quién está detrás de la corrupción?	0	12.798	Corrupción	Nacional	Pa	FE-I	Oscar Peña	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF			
	Historia tras la investigación	Investigación	3	42.126	Corrupción	Nacional	Pa	FI	Oscar Peña	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-EX	AMBIENTAL	Buena	EF			

la investigación	sobre la corrupción												DE FONDO	dicción	
Entrevista a Gladys Tribeño	Corrupción en el sector pesquero	4	18.132	Corrupción	Nacional	Pa	FE-D	Gladys Triveño	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Funcionarios sospechosos	Personas que forman parte de la corrupción en el sector pesquero	1	36.939	Corrupción	Nacional	Pa	FI	Humberto Speziani, Oscar Peña, Daniel Abugattas, Ollanta Humala	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Funcionarios sospechosos	Pruebas de corrupción de Oscar Peña	0	59.733	Corrupción	Nacional	Pa	FE-I	Victor Huaranca, Ministro Villasante, Daniel Abugattas	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Historia detrás de la investigación	Movimiento del sector pesquero y vínculos de Oscar Peña	4	9.515	Corrupción	Nacional	Pa	FE-I	Humberto Speziani, Jueces, Oscar Peña, Empresas pesqueras	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Movimiento empresarial de Oscar Peña	¿Cómo trabajaba Oscar Peña?	1	12.533	Corrupción	Nacional	Pa	FI	Oscar Peña, Red de corrupción Cuellos blancos	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Búsqueda de Oscar Peña por Convoca.pe	¿Qué hizo Convoca.pe?	2	7.488	Corrupción	Nacional	Pa	FI	Walter Ríos, Convoca.pe, Elena Revilla, Oscar Peña	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Entrevista con Oscar Peña	Vinculación con la corrupción	1	33.184	Corrupción	Nacional	Pr	FE-D	Oscar Peña	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Búsqueda de Oscar Peña por la justicia peruana	Oscar Peña	1	12.535	Corrupción	Nacional	Pa	FI	Feliz Moreno, Oscar Peña Aparicio	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Sentencia a Oscar Peña	Oscar Peña	0	27.049	Corrupción	Nacional	Pa	FE-D	Oscar Peña Aparicio, Oscar Peña Macher, Julio Espinoza	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
Entrevista al abogado de	Desaparición de Oscar	0	33.919	Corrupción	Nacional	Pa	FE-D	Oscar Peña Aparicio	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	

	Oscar Peña	Peña														
	Llamada de Oscar Peña	Existencia de la red de corrupción	0	42.625	Corrupción	Nacional	Pa	FE-D	Oscar Peña	NO	EE-LE/ EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF	
	Cuña de salida		0.00	13.508	Cuña								AMBIENTAL DE FONDO		NO	

TIEMPO TOTAL ACUMULADO									22.00			498.82			
TOTAL EN BASE 6									30.314						



Temáticas	Frec	%
Corrupción	29.64	100%
TOTAL	29.64	100%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	29.640	100.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	0.000	0.00%
TOTAL	29.640	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	25.850	87.21%
Presente	3.790	12.79%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	29.640	100%

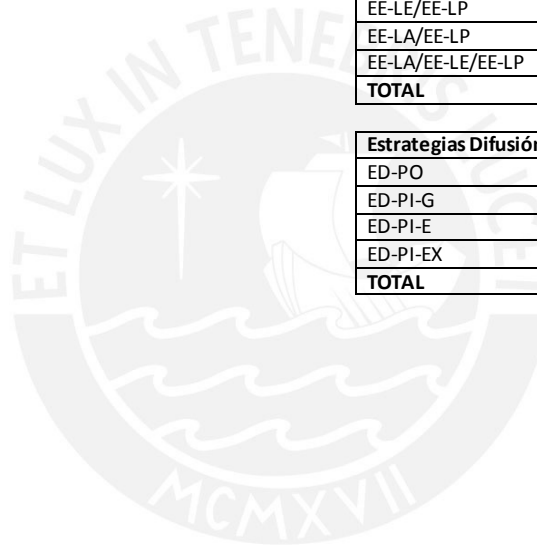
Fuentes	Frec	%
FE-D	9.170	30.94%
FE-I	5.370	18.12%

FI	15.100	50.94%
TOTAL	29.640	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	29.650	100.00%
TOTAL	29.650	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	0.000	0.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	29.640	100.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	29.640	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	21.220	71.59%
ED-PI-E	4.300	14.51%
ED-PI-EX	4.120	13.90%
TOTAL	29.640	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Hablando Huevadas - Décimo Tercer Episodio

DURACION DEL EPISODIO: 00:59:56.852		TEMAS Y TEMÁTICA											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	19/07/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Nombre del bar	Clandestino	0	19.273	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Clandestino	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
DIÁLOGO	Comienzos del podcast	Comienzos de Hablando Huevadas	0	9.660	Hablando Huevadas podcast	Indeterminado	Pa	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Casa del barrio	Casa diferente al resto	0	55.391	Show en vivo	Indeterminado	Pr	FI	Público, Vecinos	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Lugar de procedencia del público	¿Todos son de Carabaylo?	0	46.637	Público	Local	Pr	FI	Público	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Falta de señal	No hay señal	1	21.084	Show en vivo	Local	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Preparativos para comenzar	Música para comenzar	0	20.689	Show en vivo	Indeterminado	Pr	FI	Clandestino	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Presentación de los locutores	Entrada del podcast	0	26.466	Hablando Huevadas podcast	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		
	Quejas de la música	Entrada del podcast	0	20.759	Quejas	Indeterminado	Pr	FI	DJ	NO	EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	SÍ	Buena dicción	FV		
	Carabaylo	Recorrer la Av. Universitaria	1	19.412	Avenidas	Local	Pr	FI	Sedapal, Usuarios, Jorge	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		
	Quejas de la gente en la calle	Diferencias entre Barranco y Carabaylo	0	55.124	Distritos	Indeterminado	Pr	FI	Gente, Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		
	Desconfianza del público	Desconfianza al comprar entradas	1	7.245	Show en vivo	Regional	Pa	FI	Usuarios de Carabaylo, Usuarios de provincia,	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		

								Cesar Vega							
Eventos de mentira	¿A quién han engañado con un evento?	0	21.595	Show en vivo	Indeterminado	Pa	FI	Jonas Brothers	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Delivery	¿Acá llega el delivery?	0	39.427	Comida	Indeterminado	Pr	FI	Restaurantes, Chasqui	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Comida	Comida de carretilla	0	57.539	Comida	Indeterminado	Pr	FI	Vendedora	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV	
Público del bar	Gente abrigada	0	30.511	Vestimenta	Indeterminado	Pr	FI	Público	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Dueño del local	Vestimenta del dueño del local	0	38.453	Vestimenta	Indeterminado	Pr	FI	Dueño del bar, Familia del dueño del bar	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Publicidad	Eventos del bar	0	32.229	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Dueño del bar	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Baile en la calle	Práctica de baile	0	53.174	Arte	Local	Pa	FI	Vecinos	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV	
Show malogrado	Show de Dani malogrado	0	50.852	Anécdotas	Local	Pa	FI	Dani, Sunat	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Octógonos	Bebidas con octógonos	2	11.979	Octógonos	Indeterminado	Pr	FI	Carlos, Bebidas con octógonos, Bebidas sin octógonos	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV	
Mundo injusto	Mundo injusto	1	11.053	Octógonos	Indeterminado	Pr	FI	Comida	NO	EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Octógonos en las personas	Etiquetas	0	24.555	Octógonos	Indeterminado	Pr	FI	Personas	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Delivery	¿Acá llega el delivery?	0	20.433	Comida	Indeterminado	Pr	FI	Restaurantes, Chasqui	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Perú en la Copa América	Simulación por si gana Perú en la final	7	13.853	Copa América	Indeterminado	Pr	FI	Público, Moises, Lucero, Carlos, Pinochet	SÍ	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Perú en la Copa América	Simulación de jugadas por si gana Perú en la final	1	3.669	Copa América	Indeterminado	Pr	FI	Jugadores de la Selección Peruana de Fútbol	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Perú en la Copa América	Simulación por si pierde Perú en la final	3	47.462	Copa América	Indeterminado	Pr	FI	Brasil, Ruidiaz,	SÍ	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Perú en la Copa América	Fanatismo en la selección	1	15.715	Copa América	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Fanatismo	Fanatismo	1	21.252	Copa América	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV	
Hermanos	Actitudes de hermanos	1	52.385	Hermanos	Indeterminado	Pr	FI	Hermanos de los locutores,	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV	

Hermanos	Anécdotas de hermanos	0	58.793	Hermanos	Indeterminado	Pa	FI	Locutores Hermanos Ricardo, Ricardo	NO	EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV
Hermanos	Hermanos del público	4	0.884	Hermanos	Indeterminado	Pa	FI	Angie, Rick, John Cena	SÍ	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV
Hermanos	Anécdotas de hermanos	2	45.930	Hermanos	Indeterminado	Pa	FI	Jorge, Hermanos de Jerde	NO	EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV
Ropa de marca	Ropa de marca	0	59.536	Vestimenta	Indeterminado	Pr	FI	Público	NO	EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV
Ropa de marca	Anécdotas con la ropa de marca	1	36.990	Vestimenta	Indeterminado	Pa	FI	Rodrigo	SÍ	EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV
Ropa de marca	Anécdotas con la ropa de marca	1	24.271	Vestimenta	Indeterminado	Pa	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV
Preguntas del público	Preguntas del público	0	16.353	Público	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Celos	¿Quién es más celoso?	2	0.128	Relaciones	Indeterminado	Pr	FI	Abigail, Daniel	SÍ	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Fin de la relación	Fin de la relación	2	8.174	Relaciones	Indeterminado	Pa	FI	Abigail, Daniel	SÍ	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV
Publicidad	Polos Oz	5	1.941	Publicidad	Local	Pr	FI	Zandra	SÍ	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Preguntas del público	Nombres de hombre o mujer	1	31.080	Nombres	Indeterminado	Pr	FI	Público	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Respuestas del público	Respuestas del público	0	49.249	Público	Indeterminado	Pr	FI	Público	NO	EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Despedida	Agradecimiento	2	15.245	Despedida	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	40	1196.450
TOTAL EN BASE 6		59.941

Temáticas	Frec	%
Anécdotas	0.848	1.41%
Arte	0.886	1.48%
Avenidas	1.324	2.21%
Comida	1.957	3.26%
Copa América	14.699	24.52%
Despedida	2.254	3.76%
Distritos	0.919	1.53%

Hablando Huevadas podcast	0.602	1.00%
Hermanos	9.633	16.07%
Nombres	1.518	2.53%
Octógonos	3.793	6.33%
Publicidad	5.891	9.83%
Público	1.871	3.12%
Quejas	0.346	0.58%

Relaciones	4.138	6.90%
Show en vivo	4.100	6.84%
Vestimenta	5.163	8.61%
TOTAL	59.942	100%

Ámbito	Frec	%
Local	10.218	17.05%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	1.121	1.87%
Nacional	0.000	0.00%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	48.602	81.08%
TOTAL	59.941	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	16.293	27.18%
Presente	43.648	72.82%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	59.941	100%

Fuentes	Frec	%

FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	59.941	100.00%
TOTAL	59.941	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	25.824	43.08%
No	34.117	56.92%
TOTAL	59.941	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	0.482	0.80%
EE-LP	1.351	2.25%
EE-LE/EE-LA	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LP	9.146	15.26%
EE-LA/EE-LP	7.385	12.32%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	41.576	69.36%
TOTAL	59.940	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	40.632	67.79%
ED-PI-E	0.000	0.00%
ED-PI-EX	19.309	32.21%
TOTAL	59.941	100%



NOMBRE DEL PODCAST: Moloko - Luke, I am your father

DURACION DEL EPISODIO: 01:49:54.142		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN	
FECHA DEL EPISODIO	17/06/2019														
FORMATO	SECUENCIA	TEMA			TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)
	Cuña de entrada	Testimonio de Susan Ochoa	0.00	27.957	Testimonio	Indeterminado	Pa	FE-D	Gisella	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO
PANEL	Presentación del programa	Moloko podcast	0.00	20.991	Moloko podcast	Local	Pr	FI	Leonardo Quesada	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Juguetes en la cabina	Publicidad y agradecimientos	2.00	0.744	Moloko podcast	Indeterminado	Pr	FI	Leonardo Quesada, Chucky, Donkey Kong, Jefferson Farfán, Mario Bros, Pedro Uribe	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
	Publicidad del podcast	Moloko podcast	0.00	54.195	Publicidad	Local	Fu	FI	Auspiciadores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Padre de Hugo Ledesma	Recuerdos	2.00	5.899	Padres	Provincial	Pa	FI	Papa de Hugo Lezama	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
	Padre de Hugo Ledesma	Recuerdos	1.00	35.479	Padres	Indeterminado	Pa	FI	Papa de Hugo Lezama, Sampaoli, Unión Santa Rosa, PUCP, Familia de Hugo Lezama, Luz Clarita	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
	Padre de Hugo Ledesma	Recuerdos	5.00	56.473	Padres	Local	Pa	FI	Familia de Hugo Lezama	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
	Padre de Carlos Oroscó	Recuerdos	6.00	53.130	Padres	Provincial	Pa	FI	Papá de Carlos Oroscó, Diez Canseco, Familia de Carlos Oroscó	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO

	Padre de Carlos Orosco	Recuerdos	7.00	23.593	Padres	Local	Pa	FI	Papá de Carlos Orosco, Familia de Carlos Orosco	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena-mala dicción	NO
	Final del segmento	Agradecimientos	2.00	29.328	Moloko podcast	Indeterminado	Pa	FI	Oyentes	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
INTERMEDIO	Cuña de entrada del segundo bloque	Explicación de la emergencia sanitaria	0.00	24.799	Emergencia sanitaria	Indeterminado	Pr	FE-D	Ciudadanos	NO	EE-LE	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO
PANEL	Publicidad del podcast y agradecimientos	Molooko podcast	1.00	7.106	Publicidad	Indeterminado	Fu	FI	Sonidista del programa, Dr, Strange, Galiquio	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Introducción al segundo tema	Síndrome de Guillain-Barré	0.00	11.215	Síndrome de Guillain-Barré	Indeterminado	Pr	FI	Población	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Pandemias en el Perú	Recuento de pandemias en el Perú	3.00	51.271	Pandemias	Indeterminado	Pa	FI	Qaliwarma, Mox, Virus Anta, Gobierno del Perú, Virus Antrax, Traficantes de órganos de Huaycan,	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Síndrome de Guillain-Barré	Enfermedades	2.00	24.010	Síndrome de Guillain-Barré	Indeterminado	Pr	FI	Hugo Lezama, Elmer Huerta, Ministerio de salud, Influenza AH1N1	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Negligencias sanitarias	Fallas sanitarias en entidades	1.00	38.128	Hospitales	Indeterminado	Pa	FI	Papa de Hugo, UNMSM, PUCP,	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Comentarios ajenos al tema	Escala de pago de PUCP de los locutores	0.00	33.715	Educación universitaria	Indeterminado	Fu	Fi	Innova School	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Conclusión de la desinformación	Síndrome de Guillain-Barré	1.00	15.128	Síndrome de Guillain-Barré	Indeterminado	Pr	FI	Medios de comunicación tradicionales, Familia de Carlos Orosco	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Final del segundo segmento	Agradecimientos y publicidad	0.00	14.733	Publicidad	Indeterminado	Fu	FI	Oyentes	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
INTERMEDIO	Cuña de entrada al tercer bloque	Testimonio de Gisella Valcarsel	1.00	22.872	Testimonio	Indeterminado	Pr	FE-D	Susan Ochoa, Daniela Darcout	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	SI	Buena dicción	NO

PANEL	Introducción al tercer tema	Gisella vs Susan Ochoa	0.00	18.460	Programa El artista del año	Local	Pa	FI	Carlos Orosco, Gisella, Susan Ochoa, Eva Ayllón, Pedro de Ambrosio	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Publicidad y agradecimientos	Pepuño	0.00	39.613	Publicidad	Local	Fu	FI	Pepuño	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Contexto del tercer tema	Programa el artista del año	2.00	3.158	Programa El artista del año	Indeterminado	Pa	FI	Susan Ochoa, Gisella, Esto es Guerra, Morela Petrozzi	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Contexto del tercer tema	Denisse Dibos	0.00	26.100	Testimonio	Indeterminado	Pa	FE-D	Denisse Dibos	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Contexto del tercer tema	Jurado de El Artista del año	2.00	3.158	Programa El artista del año	Indeterminado	Pa	FI	Santi Lesmes, Rondón, Carlos Alvarez, Adolfo Aguilar, Michelle Soifer, Pancho Rodriguez, Nestor Villanueva, Susan Prieto, Jaime Choca, Mario Hart, Pablo Heredia, Cattone, Sandra Munte, Natalia Salas, Estefany Valenzuela	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Publicidad	Moloko podcasst	0.00	24.938	Publicidad	Local	Fu	FI	Moloko podcast	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Tercer tema del programa	Gisella vs Susan Ochoa	3.00	13.793	Programa El artista del año	Indeterminado	Pa	FI	Susan Ochoa, Daniela Darcourt, Mateo Garrido-Lecca	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Gisella vs Susan Ochoa	Discusión	2.00	30.744	Programa El artista del año	Indeterminado	Pa	FI	Susan Ochoa, Gianmarco, Gisella,	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

	Reflexión del tercer bloque	Reflexión	3.00	26.193	Recomendaciones	Local	Pr	FI	Mario Vargas Llosa, Susan Ochoa, Daniela Darcourt, Televisión peruana, Timoteo, Aldo Miyashiro	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Final del tercer segmento	Agradecimientos y publicidad	0.00	19.365	Publicidad	Local	Fu	FI	Renzo Schuller	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
INTERMEDIO	Cuña de entrada del cuarto bloque		0.00	5.799	Cuña								SI		
ENTREVISTA	Introducción a la entrevista	Renzo Schuller	0.00	36.589	Renzo Schuller	Indeterminado	Pr	FI	Renzo Schuller	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Entrevista a Renzo Schuler: preguntas variadas	Renzo Schuller	0.00	53.047	Renzo Schuller	Indeterminado	Pa	FE-I	Werner Schuller	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Entrevista a Renzo Schuler: preguntas variadas	Renzo Schuller	3.00	50.433	Renzo Schuller	Indeterminado	Pa	FI	Werner Schuller, Loco Quiroga, Stefano Tosso, Javier Heraud, Ricky Tosso, Alamo Perez Luna	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Entrevista a Renzo Schuler: Películas	Películas peruanas	7.00	36.597	Renzo Schuller	Nacional	Pa	FI	Bala perdida, Aldo Salvini, Gianfranco Brero, Alberto Isola, Melania Urbina, Niño Rodrigo, Pablo Saldarriaga, Nicolas Galindo, Katia Condos, Películas peruanas	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	EF

Entrevista a Renzo Schuler: Patacomics	Patacomics	4.00	24.940	Renzo Schuller	Indeterminado	Pa	FI	Patacomics, Estos chicos de ahora, Canales peruanas, Alejandro Guerrero, El santo convento, El chavo del 8	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO
Entrevista a Renzo Schuler: Vida de actor	Momentos sin trabajos	1.00	47.416	Renzo Schuller	Nacional	Pa	FI	Actores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO
Entrevista a Renzo Schuler: Combate	Experiencia en Combate	7.00	36.271	Renzo Schuller	Indeterminado	Pa	FI	Marisol, Polizontes, Dame que te doy, Calle 7, Combate, Personajes de Combate	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO
Entrevista a Renzo Schuler: Presión del rating	Rating: antes y ahora	3.00	36.271	Renzo Schuller	Indeterminado	Pa	FI	Producción	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO
Entrevista a Renzo Schuler: Hola a Todos	Falta de interés por los programas	2.00	11.704	Renzo Schuller	Indeterminado	Pa	FI	Hola a Todos, Rossana Fernandez-Maldonado, El cuy, Timoteo	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO
Entrevista a Renzo Schuler: Combate	Narrativas que salen del programa	3.00	47.741	Renzo Schuller	Indeterminado	Pa	FI	Combate, Sheyla Rojas	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	EF
Entrevista a Renzo Schuler: Vida personal	Unipersonal de su vida personal	3.00	6.607	Renzo Schuller	Indeterminado	Pa	FI	Jimena Lindo, Oscar, Familia de Renzo Schuller	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO
Entrevista a Renzo Schuler: Búsqueda como artista	Búsqueda como artista	1.00	9.207	Renzo Schuller	Indeterminado	Pr	FI	Renzo Schuller	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	NO
Entrevista a Renzo Schuler: Ronda final	Preguntas variadas	4.00	50.412	Renzo Schuller	Indeterminado	Pr	FI	Youtube, Televisión peruana, Noticieros peruanos, Walter Mercado, Amigos de	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-EX	NO	Buena dicción	FV

									Renzo Schuller						
	Fin de la entrevista	Agradecimientos	3.00	6.828	Renzo Schuller	Indeterminado	Pr	FI	Cinesmero, Cathy Saenz, Marisol	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	87	1216.150
TOTAL EN BASE 6		107.269

Temáticas	Frec	%
Entrevista a Renzo Schuller	48.568	45.28%
Día del Padre	23.910	22.29%
Programa El artista del año	10.155	9.47%
Moloko podcast	4.851	4.52%
Pandemias	4.268	3.98%
Síndrome de Guillain-Barré	3.839	3.58%
Publicidad	3.666	3.42%
Recomendaciones	3.437	3.20%
Testimonio	2.282	2.13%
Hospitales	1.635	1.52%
Educación universitaria	0.562	0.52%
Cuñía	0.097	0.09%
TOTAL	107.270	55%

Ámbito	Frec	%
Local	19.730	18.41%
Provincial	8.984	8.38%
Nacional	9.400	8.77%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	69.058	64.44%
TOTAL	107.172	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	81.795	76.32%
Presente	21.150	19.73%
Futuro	4.228	3.95%

TOTAL	107.173	100%
--------------	----------------	-------------

Fuentes	Frec	%
FE-D	2.695	2.51%
FE-I	0.884	0.82%
FI	103.593	96.66%
TOTAL	107.172	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	107.173	100.00%
TOTAL	107.173	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	0.000	0.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	29.009	27.07%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	29.268	27.31%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	48.896	45.62%
TOTAL	107.173	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	3.437	3.21%
ED-PI-G	58.329	54.43%
ED-PI-E	5.288	4.93%
ED-PI-EX	40.119	37.43%
TOTAL	107.173	100%

NOMBRE DEL PODCAST: Sin paltas - Episodio 12 Anécdotas vergonzosas

DURACION DEL EPISODIO: 01:08:17.654		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	16/06/2019	TIEMPO															
FORMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada		0.00	8.266	Cuña								SI				
DIÁLOGO	Saludo de los locutores	Sin paltas	0.00	5.666	Saludos	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Saludos por el día del padre	Día del padre	1.00	19.273	Día del padre	Indeterminado	Pr	FI	Papás	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		
	Publicidad del podcast	Redes sociales	1.00	56.100	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes nuevos, Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		
	Introducción del tema	Anécdotas vergonzosas	0.00	36.107	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		
	Primera anécdota	Anécdotas vergonzosas	7.00	17.371	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pa	FI	Omar y sus amigos, Profesor de Omar	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Reflexión de la primera anécdota	Lo que no debes hacer en Drive	0.00	7.477	Consejo	Indeterminado	Fu	FI	Profesor de Omar	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		
	Reflexión de la primera anécdota	Drive	0.00	34.110	Recuerdos	Indeterminado	Pa	FI	Profesor de Omar	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		

	Segunda anécdota	Anécdotas vergonzosas	8.00	13.563	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pa	FI	Universidad de Lima, Amigos de Mía, Chica que le tiro la cerveza	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
	Reflexión de la segunda anécdota	No entrar en peleas	0.00	37.988	Pelea de borrachos	Indeterminado	Fu	FI	Amiga de Mía	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
	Reflexión de la segunda anécdota	No entrar en peleas	0.00	20.265	Pelea de borrachos	Indeterminado	Pa	FI	Mía	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
	Anecdota extra	Borrachos	10.00	8.345	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pa	FI	Mía, Omar, Amigos, VIP de la discoteca	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
SKETCH	Técnica de la confusión	Confusión	0.00	58.944	Técnicas para confundir	Indeterminado	Pr	FI	Omar, Mía, Enamorados ficticios	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
DIÁLOGO	Tercera anécdota	Ganas de ir al baño	6.00	31.616	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pa	FI	Amigo de Omar, Omar, Cobradora	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Cuarta anécdota	Ganas de ir al baño	2.00	53.267	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pa	FI	Mía, Amigas de Mía, Profesora de impro	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
	Quinta anécdota	Caídas	3.00	15.884	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pa	FI	Mía, Amigas de Mía	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
	Reflexión de la quinta anécdota	Caídas	2.00	4.343	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pr	FI	Mía, Amigas de Mía	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV

Sexta anécdota	Vómito	7.00	26.82 2	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pa	FI	Omar, Familia de la ex de Omar, Chicos del lugar	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Séptima anécdota	Insultos	2.00	21.96 7	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pa	FI	Mía, Amigas de Mía, Profesora de las amigas de Mía	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Dato extra de la profesora	Mía de profesora	2.00	35.06 3	Profesores	Indeterminado	Pa	FI	Alumnos de inicial, Profesora de inicial	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Octava anécdota	Gustos de Omar	2.00	40.91 4	Momentos vergonzosos	Indeterminado	Pa	FI	Omar, Profesora de Omar	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Recordatorios de otros programas	Comentarios de programas anteriores	0.00	28.28 1	Comentarios	Indeterminado	Pa	FE-I	Cuyes, Oyentes	Sí	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Muerte de cuyes	Cuyes	1.00	22.52 4	Cuyes	Indeterminado	Pr	FI	Cuyes	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Recomendaciones	Guilty Pleasure	3.00	9.167	Recomendaciones	Indeterminado	Pr	FI	Kpop, BTS, Halsey, Películas, Chris Hemsworth	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Despedida del programa	Agradecimientos y saludos	0.00	59.37 9	Sin paltas	Indeterminado	Pr	FI	Papás	NO	EE-LA/EE-LE/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Cuñía de salida		0.00	4.951	Cuñía								SI		

TIEMPO TOTAL ACUMULADO

57.00

677.653

Temáticas	Frec	%
Momentos vergonzosos	53.503	78.34%
Recomendaciones de películas o música	3.153	4.62%
Profesores	2.584	3.78%
Publicidad	1.935	2.83%
Cuyes	1.375	2.01%
Día del padre	1.321	1.93%
Sin Paltas	0.990	1.45%
Técnicas para confundir	0.982	1.44%
Pelea de borrachos	0.971	1.42%
Recuerdos	0.569	0.83%
Comentarios	0.471	0.69%
Cuñía	0.220	0.32%
Consejo	0.125	0.18%
Saludos	0.094	0.14%
TOTAL	68.293	22%

Ámbito	Frec	%
Local	0.000	0%
Provincial	0.000	0%
Regional	0.000	0%
Nacional	0.000	0%
Latinoamericano	0.000	0%
Continental	0.000	0%
Mundial o global	0.000	0%
Indeterminado	68.074	100%
TOTAL	68.074	100%

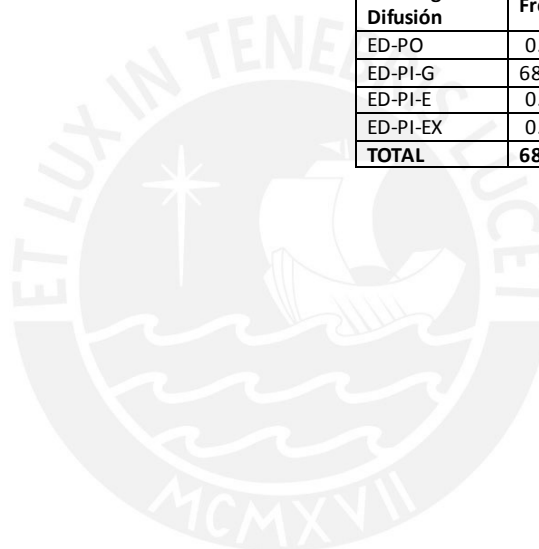
Historicidad	Frec	%
Pasado	54.791	80.49%
Presente	12.525	18.40%
Futuro	0.758	1.11%
TOTAL	68.074	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.471	0.69%
FI	67.603	99.31%
TOTAL	68.074	100.00%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.471	0.69%
No	67.603	99.31%
TOTAL	68.074	100.00%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	0.000	0.00%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	15.767	23.16%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	52.307	76.84%
TOTAL	68.074	100.00%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	68.074	100.00%
ED-PI-E	0.000	0.00%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	68.074	100.00%



Anexo 4: Matrices de Análisis transmedia de *podcasts*-muestra de 2019

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	
PLATAFORMAS	ESTUDIOS DE LA INTERTEXTUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está en el sitio web institucional. Dominio propio del Ministerio de Transportes y Comunicaciones. - MTC podcast: http://podcast.mtc.gob.pe/</p>	<p>Accesos expandidos: Podemos encontrar videos o contenido complementarios en las redes sociales del MTC referente al contenido del podcast. No se puede acceder a través de otro servicio de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting: No tiene presencia en servicios de podcasting.</p>	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Escasa interacción en la cuenta institucional en Facebook.</p>
<p>Presencia en redes sociales: Cuenta propia en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube del MTC. El podcast tiene mención en Facebook (https://www.facebook.com/pg/MTC.Peru/posts/?ref=page internal).</p>	<p>Contenidos adaptados: Fragmentos de entrevistas realizadas por otros medios, se adaptan para ser parte del podcast. Se adapta pequeñas intervenciones del podcast para realizar los posts en Facebook. Resúmenes de lo mencionado en cada episodio del podcast en la descripción del episodio y en los posts en Facebook.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Expansión textual-narrativa. Uso de diseños en Instagram y Twitter relevantes a las temáticas del podcast y brindando consejos. Además, videos del canal de YouTube con entrevistas completas y notas de prensa, no vinculadas a los podcasts.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presentan.</p>

GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA

GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA	
PLATAFORMAS	ESTUDIOS DE LA INTERTEXTUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web. Dominio propio del Gobierno Regional de Cajamarca.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gobierno Regional de Cajamarca podcast: https://www.regioncajamarca.gob.pe/portal/audios 	<p>Accesos expandidos: Acceso al podcast mediante la página web, en la sección audios, la que no está actualizada. Al podcast también podemos acceder a través de diversos servicios de podcasting y en ciertos posts de redes sociales.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anchor: https://anchor.fm/grc-radiopodcast - Soundcloud: https://soundcloud.com/user998857646 - Spotify: https://open.spotify.com/show/78CnU26eJKug2W5C8m9Dsj - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/us/podcast/id1464998055 - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9hbmNob3luZm0vcy9iODFkZTMwL3BvZGNhc3QvcnNz - Radio Public: https://radiopublic.com/grcradiopodcast-6L4bAa 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Escasa interacción de parte del podcast con los oyentes. Sin embargo, la institución sí busca relacionarse con la población.</p>
<p>Presencia en redes sociales: Cuenta propia en Facebook, Twitter, Instagram y canal de YouTube pertenecientes al Gobierno Regional de Cajamarca. El podcast tiene mención en Facebook (https://www.facebook.com/GobiernoRegionalCajamarca/) y Twitter (https://twitter.com/gob_reg) .</p>	<p>Contenidos adaptados: Resúmenes de lo mencionado en cada episodio del podcast en formato de texto en la descripción del episodio en los servicios de podcasting y redes sociales como Facebook y Twitter.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Expansión textual. Uso notas de prensa para detallar el tema presentado en cada episodio de podcast.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas más de los posts sobre el podcast en Facebook y Twitter.</p>

AGENCIA ANDINA

AGENCIA ANDINA	
PLATAFORMAS	ESTUDIOS DE LA INTERTEXTUALIDAD
<p>El podcast está dentro de un sitio web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No tiene un sitio web propio donde se aloja el podcast. 	<p>Accesos expandidos: Podemos encontrar el contenido sonoro del podcast extraído de los contenidos audiovisuales que son ofrecidos por YouTube, en su CanalOnLine.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soundcloud: https://soundcloud.com/agenciaandina 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Escasa interacción, las redes sociales son usadas como módulos para anunciar nuevo contenido en la página web, no referente al podcast.</p>
<p>Presencia en redes sociales: Cuenta propia en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube de la Agencia de Noticias. El podcast tiene mención en Facebook (https://www.facebook.com/pg/agenciandina/posts/?ref=page_internal) y YouTube (https://www.youtube.com/user/andinaweb/videos), donde presentan videos de los que extraen el audio para los podcasts.</p>	<p>Contenidos adaptados: Noticias escritas en la web relacionada a las entrevistas realizadas para YouTube, cuyo audio se ofrece como podcast en Soundcloud.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. En la página web se puede encontrar perfiles, notas especiales, videos o galerías relevantes a las temáticas de los videos de donde se extrae el audio par los podcasts. Uso de fotos para enfatizar el tema para presentar en el podcast.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presentan.</p>

LR PODCAST – CLARO Y DIRECTO

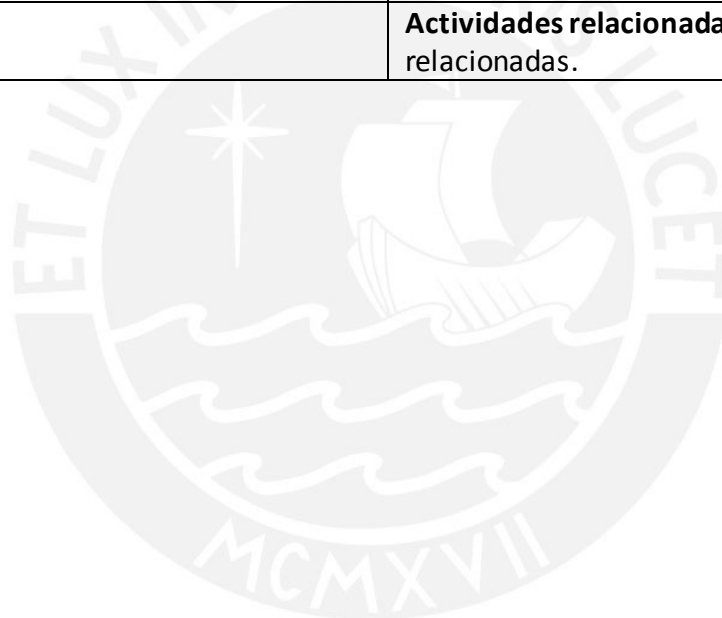
CLARO Y DIRECTO	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Claro y directo: https://podcast.larepublica.pe/podcast/claro-directo-rtv 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través del enlace propio o a través de la página central de La República que tiene un acceso directo en la parte inferior de la página de inicio de LRPodcast. Además, se puede acceder a través de la plataforma RTV al video del cual se extrae el audio para el podcast y de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmxhcmVwdWJsYWVhLnBIL3Jzcy9wZy1jbGFyby1kaXJlY3RvLXJ0di5yc3M%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/22n6gv8xVGEZAUu6LUURxO - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/la-republica-claro-y-directo-rtv/id1461170427 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-claro-directo_sq_f1725345_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Escasa interacción de parte del podcast con los oyentes. Existe interacción a través de posts en Facebook o en las transmisiones en vivo desde aquella red social. Además, existe interacción de parte de los oyentes con el perfil del conductor en Facebook y Twitter.</p>
<p>Presencia en redes sociales: Cuenta propia en Facebook, Twitter e Instagram pertenecientes a La República y canal de YouTube perteneciente a RTV-La República (https://www.youtube.com/playlist?list=PL2Th6SP9ZqWGAboMyHVYSGBe6KjpWwTmH). Se hace uso de # (etiquetas) en redes sociales. El podcast tiene mención en Facebook (https://www.facebook.com/larepublicape) y Twitter (https://twitter.com/larepublica_pe), pero no tiene una cuenta propia.</p>	<p>Contenidos adaptados: Mención de puntos importantes en formato de texto en la descripción del episodio en los servicios de podcasting y redes sociales como Facebook, YouTube e Instagram. Presentación del video, de donde se extrae el podcast, en Facebook, YouTube e Instagram.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): Tiene presencia en una televisora por internet perteneciente a RTV de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RTV: https://rtv.pe/ - RTV – Claro y directo: https://rtv.pe/programas/claro-y-directo 	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. Uso de fotografías para contextualizar de forma genérica el tema a desarrollar en el episodio. También, se pueden ver los videos de RTV donde se transmite en vivo el programa. Extensión textual-narrativas. En el portal web de La República se puede encontrar notas escritas sobre el programa (https://larepublica.pe/tag/claro-directo-</p>

	rtv/) y opiniones del locutor (https://larepublica.pe/tag/claro-y-directo/).
Distribuye su relato en entornos diferentes: Sin presencia fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.	No cuenta con productos de merchandising.
	Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.

LR PODCAST – SIGRID

SIGRID PODCAST	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXTUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Sigrid Podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast/sigridpe 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través del enlace propio o a través de la página central de La República que tiene un acceso en la parte inferior de la página para acceder a los podcasts. Además, se puede acceder a través de la plataforma RTV al video del cual se extrae el audio para el podcast y de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmXhcmVwdWJsaWNhLnBIL3Jzcy9wZy1zaWdyaWRwZS5yc3M%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/7lpaUFBqU3ydfoGD4RLhW - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/larepublica-sigrid-pe/id1469991931 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-sigrid_sq_f1725458_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Escasa interacción de parte del podcast con los oyentes. Existe interacción a través de posts en Facebook o en las transmisiones en vivo desde aquella red social. Además, existe interacción de parte de los oyentes con el perfil de la conductora en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.</p>
<p>Presencia en redes sociales: Cuenta propia en Facebook, Twitter e Instagram pertenecientes a La República y canal de YouTube perteneciente a RTV-La República (https://www.youtube.com/playlist?list=PL2Th6SP9ZqWGAbOmyHVYSGB6KjpWwTmH). Se hace uso de # (etiquetas) en redes sociales. El podcast tiene mención en Facebook (https://www.facebook.com/larepublicape) y Twitter (https://twitter.com/larepublica_pe), pero no tiene una cuenta propia.</p>	<p>Contenidos adaptados: Mención de los entrevistados o/y de puntos importantes en formato de texto en la descripción del episodio en los servicios de podcasting y redes sociales como Facebook y YouTube. Presentación del video, de donde se extrae el podcast, en Facebook y YouTube.</p>

<p>Presencia en radio (análoga, digital): Tiene presencia en una televisora por internet perteneciente a RTV de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RTV: https://rtv.pe/ - RTV – Sigrid: https://rtv.pe/programas/sigridpe 	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. Uso de fotografías para contextualizar de forma genérica el tema a desarrollar en el episodio. También, se pueden ver los videos de RTV donde se transmite en vivo el programa. Extensión textual-narrativas. En el portal web de La República se puede encontrar notas escritas sobre el programa (https://larepublica.pe/tag/sigridpe/) y opiniones del locutor (https://larepublica.pe/tag/sigrid-bazan/).</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas. No presenta actividades relacionadas.</p>



LR PODCAST – SIN GUION

SIN GUION	
PLATAFORMAS	ESTUDIOS DE LA INTERTEXTUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Sin Guion: https://podcast.larepublica.pe/podcast/sin-guion 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través del enlace propio o a través de la página central de La República que tiene un acceso en la parte inferior del Home para acceder a los podcasts. Además, se puede acceder a través de la plataforma RTV al video del cual se extrae el audio para el podcast y de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmXhcmVwdWJsaWNhLnBIL3Jzcy9wZy1zaW4tZ3Vpb24ucnNz - Spotify: https://open.spotify.com/show/7y1PdRnc9cT3bJD87eizK - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/la-republica-sin-guion/id1460867140 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-sin-guion_sq_f1725346_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Escasa interacción de parte del podcast con los oyentes. Existe interacción a través de posts en Facebook o en las transmisiones en vivo desde aquella red social. Además, existe interacción de parte de los oyentes con el perfil de la conductora en redes sociales como Facebook y Twitter.</p>
<p>Presencia en redes sociales: Cuenta propia en Facebook, Twitter e Instagram pertenecientes a La República y canal de YouTube perteneciente a RTV-La República (https://www.youtube.com/playlist?list=PL2Th6SP9ZqWEGKXKM8smiA_AkvQrRLDg). Se hace uso de # (etiquetas) en redes sociales. El podcast tiene mención en Facebook (https://www.facebook.com/larepublicape) y Twitter (https://twitter.com/larepublica_pe), pero no tiene una cuenta propia.</p>	<p>Contenidos adaptados: Se menciona la cita más importante o un resumen del tema del episodio en formato de texto para la descripción del episodio en los servicios de podcasting y redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram. Presentación del video, de donde se extrae el podcast, en Facebook, YouTube e Instagram.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): Tiene presencia en una televisora por internet perteneciente a RTV de La República, de donde se extraen los audios para los podcasts.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RTV: https://rtv.pe/ - RTV – Sin guion: https://rtv.pe/programas/sin-guion 	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. Uso de fotografías para contextualizar de forma genérica el tema a desarrollar en el episodio. También, se pueden ver los videos de RTV donde se transmite en vivo el programa. Extensión textual-narrativas. En el portal web de La República se puede encontrar notas escritas sobre el programa (https://larepublica.pe/tag/sin-guion/) y</p>

	opiniones del locutor (https://larepublica.pe/tag/rosa-maria-palacios/).
Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.	No cuenta con productos de merchandising.
	Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.

LR PODCAST – AL PIE DE LA LETRA

AL PIE DE LA LETRA	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Al pie de la letra: https://podcast.larepublica.pe/podcast/al-pie-de-la-letra 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar mediante su página de Facebook, publicaciones en Twitter de La República, a través del link propio de La República Podcast o a través de la página central de La República que tiene un acceso en la parte inferior de la página para acceder a los podcasts. Además, se puede acceder a través de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmxhcmVwdWJsYWVhLnBIL3Jzcj9wZy1hbC1waWUtZGUtbGEtbGV0cmEucnNz - Spotify: https://open.spotify.com/show/5wYdg1rHiEPaT5FqvLsHDv - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/larepublica-al-pie-de-la-letra/id1470314054 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-al-pie-letra_sq_f1725334_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. No existe búsqueda de interacción entre los locutores del podcast con los oyentes. De igual forma, se deja material en sus redes sociales para que los usuarios comenten o reaccionen ante los posts.</p>
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee una red social propia en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook: https://www.facebook.com/alpiedelaletra.glr/ <p>Se hace uso de # (etiquetas) en redes sociales de La República como en Facebook (https://www.facebook.com/larepublicape) y Twitter (https://twitter.com/larepublica_pe).</p>	<p>Contenidos adaptados: Se describe brevemente el programa en las plataformas de podcasting.</p>

<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. Comparten citas en el Facebook del podcast. También, generan posts acerca de libros o autores para Facebook.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.</p>



LR PODCAST – BALÓN PARADO

BALÓN PARADO	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXTUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Balón parado: https://podcast.larepublica.pe/podcast/balon-parado 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través del enlace propio de La República Podcast, a través de la página central de La República que tiene un acceso en la parte inferior de la página para acceder a los podcasts o a través del canal de YouTube de Diario Líbero. Además, se puede acceder a través de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmxhcmVwdWJsaWNhLnBIL3Jzcy9wZy1iYWxvbi1wYXJhZG8ucnNz - Spotify: https://open.spotify.com/show/73AL2BS8GIGgJLeOyAyYMt - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/la-republica-bal%C3%B3n-parado/id1460867498 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-balon-parado_sq_f1725466_1.html 	<p>Interacciones sociales: No existe búsqueda de interacción entre los locutores del podcast con los oyentes.</p>
<p>Presencia en redes sociales: El podcast no tiene cuenta propia en redes sociales. Se hace mención de los estrenos de episodios en las cuentas de Facebook de LR Deportes (https://www.facebook.com/DeportesLR/) y Diario Líbero (https://www.facebook.com/diariolibero/)(Grupo La República).</p>	<p>Contenidos adaptados: Breve descripción del tema del episodio en la plataforma de La República, en los canales de podcasting usados por el podcast y en las redes sociales de Diario Líbero.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: No presenta.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.</p>

LR PODCAST – PERDIDOS EN EL ESPACIO

PERDIDOS EN EL ESPACIO	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Perdidos en el espacio: https://podcast.larepublica.pe/podcast/perdidos-en-el-espacio 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través del enlace propio de La República Podcast o a través de la página central de La República que tiene un acceso en la parte inferior de la página para acceder a los podcasts. Además, se puede acceder a través de la página RTV-La República al video del cual se extrae el audio para el podcast, a través de las redes sociales de RTV La República y de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmxhcmVwdWJsaWNhLnBIL3Jzcy9wZy1wZXJkaWRvcy1lbi1lbc1lc3BhY2lvLnJzcm%3D%3D - Spotify https://open.spotify.com/show/1XNC8SZaDFEfaBvenLjGJR - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/la-republica-perdidos-en-el-espacio/id1460867201 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-perdidos-espacio_sq_f1725455_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Escasa interacción de parte del podcast con los oyentes. Existe interacción a través de posts en Facebook. Además, existe interacción de parte de los oyentes con el perfil del conductor en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.</p>
<p>Presencia en redes sociales: La versión en video aparece en el canal de YouTube perteneciente a RTV-La República (https://www.youtube.com/playlist?list=PL2Th6SP9ZgWGbCG-anwtUoj_sgHwMRRQv). Se hace uso de # (etiquetas) en redes sociales del diario La República. El podcast tiene mención en Facebook (https://www.facebook.com/larepublicape) y Twitter (https://twitter.com/larepublica_pe), pero no tiene una cuenta propia.</p>	<p>Contenidos adaptados: Breve descripción del tema del episodio en los servicios de podcasting y redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): Tiene presencia en una televisora por internet perteneciente a RTV de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RTV: https://rtv.pe/ - RTV – Perdidos en el espacio: https://rtv.pe/programas/videoground 	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. El video es puesto en el portal web para tener un mayor acceso. Extensión textual-narrativas. Hay entradas del portal web de La República se pueden encontrar notas escritas. (https://larepublica.pe/tag/perdidos-en-el-espacio/).</p>

<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.</p>



LR PODCAST – SEÑALES

SEÑALES CON JHAN SANDOVAL	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Señales con Jhan Sandoval https://podcast.larepublica.pe/podcast/senales 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, a través del enlace propio de LR Podcast o por el <i>home</i> de La República que tiene un acceso en la parte inferior de la página para acceder a los podcasts. Además, a través de la página de la revista Wapa, a través de RTV y de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmXhcmVwdWJsaWNhLnBIL3Jzcy9wZy1zZW5hbGVzLnJzcmw%3D%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/2f0q9n5SqnWuWRdmusgsXC - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/la-republica-se%C3%B1ales-con-jhan-sandoval/id1469996874 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-senales-jhan-sandoval_sq_f1729867_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Se busca interacción con el público para realizar actividades afines al programa. Existe interacción a través de posts en Facebook o en las transmisiones en vivo desde aquella red social. Además, existe interacción de parte de los oyentes con el perfil del conductor en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.</p>
<p>Presencia en redes sociales: Cuenta propia en Facebook, Twitter e Instagram pertenecientes a La República. Se hace uso de # (etiquetas) en redes sociales. El podcast tiene mención en Facebook de la revista Wapa (https://www.facebook.com/pg/RevistaWapa/posts/?ref=page_internal) y en las redes sociales del conductor, pero no tiene una cuenta propia del podcast.</p>	<p>Contenidos adaptados: Breve descripción del tema del episodio en los servicios de podcasting y redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube. Se escribe una nota en el portal de La República sobre el horóscopo.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): Tiene presencia en una televisora por internet perteneciente a RTV de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RTV: https://rtv.pe/ - RTV – Señales con Jhan Sandoval: https://rtv.pe/programas/senales 	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. Uso de fotografías para contextualizar de forma genérica el tema a desarrollar en el episodio en redes sociales. Además, en un grupo en Facebook del conductor: (https://www.facebook.com/groups/600128283710367/) Extensión textual-narrativas. En el portal web de La República se puede encontrar el horóscopo del día</p>

	<p>escrito en una nota (https://larepublica.pe/tag/horoscopo/). El locutor a través de sus redes sociales hace concursos o comparte con sus usuarios predicciones, frases motivadoras o imágenes relacionadas sin mencionar el podcast. (https://www.instagram.com/jhansandovaloficial/)</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes: Sin presencia fuera del mundo online.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No realiza</p>



LR PODCAST – SOBRE LAS CUERDAS

SOBRE LAS CUERDAS	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Sobre las cuerdas: https://podcast.larepublica.pe/podcast/sobre-las-cuerdas 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar mediante su página en Facebook, a través de la página central de La República que tiene un acceso en la parte inferior de la página para acceder a los podcasts o a través del canal de YouTube de Diario Líbero. Además, se puede acceder a través de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmXhcmVwdWJsaWNhLnBIL3Jzcy9wZy1zb2JyZS1sYXMtY3VlcmRhcy5yc3M%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/51Xo9cmogQ0ZDV4tim9TZB - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/la-republica-sobre-las-cuerdas/id1469984896 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-sobre-cuerdas_sq_f1725177_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal: No existe búsqueda de interacción entre los locutores del podcast con los oyentes. Sin embargo, sube contenido para que los usuarios tengan la oportunidad de comentar o reaccionar ante las publicaciones.</p>
<p>Presencia en redes sociales: El podcast tiene cuenta propia en Facebook (https://www.facebook.com/Sobre-las-cuerdas-498144704058906/). Se hace mención de los estrenos de episodios en las cuentas de Facebook de LR Deportes (https://www.facebook.com/DeportesLR/) y Diario Líbero (https://www.facebook.com/diariolibero/)(Grupo La República).</p>	<p>Contenidos adaptados: Breve descripción del tema del episodio en la plataforma de La República, en los canales de podcasting usados por el podcast y en las redes sociales de Diario Líbero.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: No presenta contenido expandido.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.</p>

LR PODCAST – TR3S D

TR3S D	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Tr3s D: https://podcast.larepublica.pe/podcast/tres-d 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través del enlace propio de La República Podcast o a través del <i>home</i> La República. Además, se puede acceder a través de la página RTV-La República al video del cual se extrae el audio para el podcast, a través de las redes sociales de RTV y La República y de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmxhcmVwdWJsYWVhLnBIL3Jzcy9wZy10cmVzLWQucnNz - Spotify: https://open.spotify.com/show/4AgMlncizYPyCW0ovgYrjz - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/la-republica-tres-d/id1470978574 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-tres-d_sq_f1725348_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. No existe búsqueda de interacción entre los locutores del podcast con los oyentes. Existe interacción a través de posts en Facebook de parte de los oyentes. Mencionan las redes sociales de La República y las redes sociales de los conductores.</p>
<p>Presencia en redes sociales: Cuenta propia en Facebook, Twitter e Instagram pertenecientes a La República y canal de YouTube perteneciente a RTV-La República (https://www.youtube.com/playlist?list=PL2Th6SP9ZqWHe6gQchY8V-M-DGC2tzUio). Se hace uso de # (etiquetas) en redes sociales. El podcast tiene mención en Facebook (https://www.facebook.com/larepublicape) y Twitter (https://twitter.com/larepublica_pe), pero no tiene una cuenta propia.</p>	<p>Contenidos adaptados: Breve descripción del tema del episodio en los servicios de podcasting, a excepción de Apple Podcast, y redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): Tiene presencia en una televisora por internet perteneciente a RTV de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RTV: https://rtv.pe/ - RTV – Tr3s D: https://rtv.pe/programas/tres-d 	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. El video es puesto en el portal web para tener un mayor acceso. Extensión textual-narrativa. En ciertas entradas del portal web de La República se pueden encontrar notas escritas (https://larepublica.pe/tag/tres-d/).</p>
<p>Distribuye su relato en entornos</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>

diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.	
	Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.



LR PODCAST – VÉRTIGO

VÉRTIGO	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de La República.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La República podcast: https://podcast.larepublica.pe/podcast - LR Podcast – Vértigo: https://podcast.larepublica.pe/podcast/vertigo 	<p>Accesos expandidos: El acceso al podcast es a través del enlace propio de La República Podcast o se puede acceder a través de otros servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0LmXhcmVwdWJsaWNhLnBIL3Jzcy9wZy12ZXJ0aWdvLnJzcw%3D%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/36VTZorlUYYSw0asS9KxPg - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/la-republica-v%C3%A9rtigo/id1469988670 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-vertigo-podcast_sq_f1725780_1.html 	<p>Interacciones sociales: No existe búsqueda de interacción entre los locutores del podcast con los oyentes.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): No tiene presencia en redes sociales de forma propia ni mediante La República.</p>	<p>Contenidos adaptados: No existe contenido relacionado con el podcast.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: No presenta de contenido expandido.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio. Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.</p>

RPP PODCAST – ESPACIO VITAL

ESPACIO VITAL	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de RPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RPP Player: https://radio.rpp.pe/podcast - RPP Podcast – Espacio vital: https://radio.rpp.pe/podcast/espaciovital 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través de la plataforma principal RPP Player, también se puede acceder a través de los servicios de podcasting que utilizan. Así como los links incluidos en las publicaciones de Facebook y Twitter. Por otro lado, RPP tiene un grupo en Facebook llamado Escucha Podcast, (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/), donde también comparte los accesos a sus podcasts.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soundcloud: https://soundcloud.com/grpp/sets/espacio-vital - Google Podcast: https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cHM6Ly9wLWdydXBvcnBwLW1lZGlhLnMzLmFtYXpvcnBmF3cy5jb20vcG9kY2FzdC94bWwvOS54bWwv%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/3Fu0GI7hdGsGFgBflrORKO?si=eEBCCf3qQ-VLCfkDVwzeA - Apple Podcast: https://itunes.apple.com/pe/podcast/espacio-vital/id1438261046?mt=2 - iVoox: https://pe.ivoox.com/en/podcast-espacio-vital_sq_f1624660_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Se publica actualizaciones en redes sociales como en su cuenta de Facebook, en el grupo Escucha Podcast y en Twitter.</p>
<p>Presencia en redes sociales: No tiene redes sociales propias. Se ha hecho mención del podcast en las redes sociales de RPP Noticias como Facebook (https://www.facebook.com/rppnoticias) y Twitter (https://twitter.com/RPPNoticias). Además, RPP Noticias comparte en el grupo Escucha Podcast dentro de Facebook (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/).</p>	<p>Contenidos adaptados: Breve descripción del tema del episodio en los servicios de podcasting y en la cuenta de Facebook y Twitter de RPP Noticias. Además, redactan notas para el portal web de RPP Noticias (https://rpp.pe/vital).</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual-diegéticas. En la web de RPP Noticias se tiene un blog llamado Vital donde hay notas escritas expandiendo un tema de salud, consejos o entrevistas con expertos</p>

	(https://rpp.pe/vital).
Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio El podcast no tiene participación en eventos fuera del internet. No cuenta con productos de merchandising.	No cuenta con productos de merchandising.
	Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.

RPP PODCAST – LETRAS EN EL TIEMPO

LETRAS EN EL TIEMPO	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de RPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RPP Player: https://radio.rpp.pe/podcast - RPP Podcast – Letras en el tiempo: https://radio.rpp.pe/podcast/letraseneltiempo 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través de la plataforma principal RPP Player, también se puede acceder a través de los servicios de podcasting que utiliza; además, RPP tiene un grupo en Facebook llamado Escucha Podcast (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/), donde también comparte los accesos al podcast. Así como los enlaces incluidos en las publicaciones en la cuenta de Facebook y Twitter de RPP. También se puede acceder desde las redes sociales de Letras en el tiempo.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soundcloud: https://soundcloud.com/grpp/sets/letras-en-el-tiempo - Google Podcast: https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cDovL3AtZ3JlcG9ycHAtbWVkaWEuczMuYW1hem9uYXdzLmNvbS9wb2RjYXNOL3htbC80LnhthbA%3D%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/3aXrFkPugQs4Z1hWvxEX4M?si=XjDBHJ2LS-Gd592V7xfD1A - Apple Podcast: https://itunes.apple.com/pe/podcast/letras-en-el-tiempo/id1297670234?mt=2 - iVoox: https://pe.ivoox.com/en/podcast-letras-tiempo_sq_f1608650_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. En el Facebook de Letras en el tiempo tiene una interacción alta con sus seguidores y en Instagram no tienen publicaciones. Además, RPP Noticias realiza posts informando la actualización del podcast en sus cuentas de Facebook y Twitter.</p>
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee redes sociales propias en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook: 	<p>Contenidos adaptados: Se describe brevemente en formato de texto el programa en las publicaciones en redes sociales.</p>

<p>https://www.facebook.com/letraseneltiempoRPP/</p> <p>- Instagram: https://www.instagram.com/letraseneltiem/</p> <p>También está presente en la cuenta de Facebook (https://www.facebook.com/rppnoticias) y Twitter (https://twitter.com/RPPNoticias) de RPP Noticias y el grupo Escucha Podcast de RPP (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/).</p>	
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual-narrativa. En redes sociales, suben fotos sobre autores de libros, noticias y entrevistas. De igual forma, escriben notas para el portal web de RPP Noticias (https://rpp.pe/noticias/letras-en-el-tiempo).</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: El podcast no tiene participación en eventos fuera del internet. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas. No presenta actividades relacionadas.</p>

RPP PODCAST – LA RECETA DE GASTON ACURIO

LA RECETA DE GASTON ACURIO	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de RPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RPP Player: https://radio.rpp.pe/podcast - RPP Podcast – La receta de Gastón Acurio: https://radio.rpp.pe/podcast/larecetadegastonacurio 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través de la plataforma principal RPP Player, también se puede acceder a través de los servicios de podcasting que utilizan. Por otro lado, RPP tiene un grupo en Facebook llamado Escucha Podcast (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/), donde también comparte los accesos a sus podcasts.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soundcloud: https://soundcloud.com/grpp/sets/la-receta-de-gaston - Google Podcast: https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cHM6Ly9wLWdydXBvcnBwLW1lZGlhLnMzLmFtYXpvbmF3cy5jb20vcG9kY2FzdC94bWwvNy54bWw%3D - Spotify: 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Poca interacción de parte del podcast a los usuarios. Se han utilizado pocos posts mencionando al podcast. Sin embargo, tienen usuarios que han compartido desde sus redes sociales personales sobre los podcasts.</p>

<p>https://open.spotify.com/show/7EjAujXrKrujNpfs hQvLEH?si=DQex8wEPTpeFN9M-Jopqlg</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apple Podcast: https://itunes.apple.com/pe/podcast/la-receta-de-gast%C3%B3n-acurio/id1435783574?l=en - iVoox: https://pe.ivoox.com/en/podcast-receta-gaston-acurio_sq_f1612014_1.html 	
<p>Presencia en redes sociales: No tiene redes sociales propias. Se ha hecho mención del podcast en las redes sociales de RPP Noticias como Facebook (https://www.facebook.com/rppnoticias) y Twitter (https://twitter.com/RPPNoticias), las publicaciones se pueden encontrar mediante una etiqueta. Además, RPP Noticias comparte en el grupo Escucha Podcast dentro de Facebook (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/).</p>	<p>Contenidos adaptados: Se realiza un breve resumen en formato de texto para los servicios de podcasting que utilizan o para la plataforma de RPP Player. Además, recogen los datos más importantes del audio para la web de RPP Noticias y la redactan (https://rpp.pe/noticias/la-receta-de-gaston).</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. Presentan a Gastón Acurio en la imagen del podcast. En la web de RPP Noticias redactan recetas que ha mencionado en el podcast (https://rpp.pe/noticias/la-receta-de-gaston).</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: No tiene presencia en eventos fuera del internet. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas. No presenta actividades relacionadas.</p>

RPP PODCAST – LAS COSAS COMO SON

LAS COSAS COMO SON	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de RPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RPP Player: https://radio.rpp.pe/podcast - RPP Podcast – Las cosas como son: https://radio.rpp.pe/podcast/lascosacomoson 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través de la plataforma principal RPP Player, también se puede acceder a través de los servicios de podcasting que utilizan. Por otro lado, RPP tiene un grupo en Facebook llamado Escucha Podcast (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/), donde también comparte los accesos a sus podcasts.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soundcloud: https://soundcloud.com/grpp/sets/las-cosas-como-son - Google Podcast: https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cDovL3AtZ3J1cG9ycHAtbWVkaWEuczMuYW1hem9uYXZLmNvbS9wb2RjYXNOL3htbC8xLnhtbA%3D%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/3gTUCdblwTllwCqaHHlcs9?si=EExGFLvySSKdqfYwJ9MU6g - Apple Podcast: https://itunes.apple.com/pe/podcast/las-cosas-como-son/id1415208175?mt=2 - iVoox: https://pe.ivoox.com/en/podcast-cosas-como-son_sq_f1587548_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Escasa interacción de parte del podcast con los oyentes. Existe interacción a través de posts en Facebook o en las transmisiones en vivo desde aquella red social. Además, existe interacción de parte de los oyentes con el perfil del conductor en Facebook y Twitter.</p>
<p>Presencia en redes sociales: No tiene redes sociales propias. Se ha hecho mención del podcast en las redes sociales de RPP Noticias como Facebook (https://www.facebook.com/rppnoticias) y Twitter (https://twitter.com/RPPNoticias), las publicaciones se pueden encontrar mediante una etiqueta. Además, RPP Noticias comparte en el grupo Escucha Podcast dentro de Facebook (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/).</p>	<p>Contenidos adaptados: Se realiza un texto introductorio en los servicios de podcasting. Además, el locutor escribe una columna para la web de RPP Noticias sobre el tema mencionado (https://rpp.pe/noticias/las-cosas-como-son). Por otro lado, en Instagram se sube un video donde se puede escuchar el episodio, en el podemos ver una imagen del locutor y una cita importante del episodio.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. Uso de fotografías en la columna escrita para dar una imagen del primer tema por hablar a los usuarios en el portal web de RPP Noticias</p>

	<p>(https://rpp.pe/noticias/las-cosas-como-son). Imagen en redes sociales con una cita importante o frase que resume lo mencionado en el episodio.</p> <p>Extensión textual-narrativa. Columnas escritas de información en el portal web de RPP Noticias.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes: Solo la señal de radio.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas. No presenta actividades relacionadas.</p>



RPP PODCAST – ASÍ DE CLARO

ASÍ DE CLARO	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de RPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RPP Player: https://radio.rpp.pe/podcast - RPP Podcast – Así de claro: https://radio.rpp.pe/podcast/asideclaro 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través de la plataforma principal RPP Player, también se puede acceder a través de los servicios de podcasting que utilizan. Por otro lado, RPP tiene un grupo en Facebook llamado Escucha Podcast (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/), donde también comparte los accesos a sus podcasts.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soundcloud: https://soundcloud.com/grpp/sets/asi-de-claro - Google Podcast: https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cHM6Ly9wLWdydXBvcnBwLW1lZGlhLnMzLmFtYXpvcnF3cy5jb20vcG9kY2FzdC94bWwvNS54bWw%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/3ip82SWw30EOCeSF26uMH2?si=zecmQm_TruTqkn6el3eeA - Apple Podcast: https://itunes.apple.com/pe/podcast/as%C3%AD-de-claro/id1434624023?mt=2 - iVoox: https://pe.ivoox.com/en/podcast-asi-claro_sq_f1608645_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. No se busca interacción en redes sociales, solo se comparte en Twitter y en el grupo Escucha Podcast de RPP Noticias (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/) el enlace del podcast.</p>
<p>Presencia en redes sociales: No tiene redes sociales propias. Se ha hecho mención del podcast en la cuenta de Twitter de RPP Noticias (https://twitter.com/RPPNoticias), las publicaciones se pueden encontrar mediante una etiqueta. Además, RPP Noticias comparte en el grupo Escucha Podcast dentro de Facebook (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/).</p>	<p>Contenidos adaptados: En la descripción de los posts publicados se coloca la frase a aclarar en el episodio. En los servicios de podcasting se hace un breve resumen escrito en la descripción del episodio.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. Realizan notas escritas para el portal web de RPP Noticias explicando diversos temas y el origen de ellos (https://rpp.pe/noticias/asi-de-claro).</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio:</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>

No tiene presencia en eventos fuera del internet. No cuenta con productos de merchandising.	
	Actividades relacionadas. No presenta actividades relacionadas.



RPP PODCAST – ENTREVISTA ADN

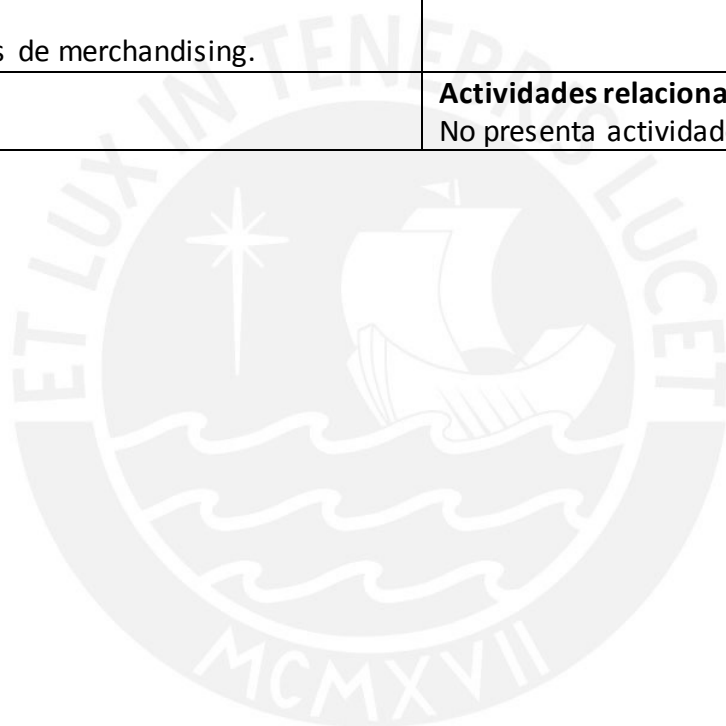
ENTREVISTAS ADN	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de RPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RPP Player: https://radio.rpp.pe/podcast - RPP Podcast – Entrevistas ADN: https://radio.rpp.pe/podcast/entrevistas-adn 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través de la plataforma principal RPP Player, también se puede acceder a través de los servicios de podcasting que utilizan. Así como los enlaces incluidos en las publicaciones de Facebook y Twitter. Por otro lado, RPP tiene un grupo en Facebook llamado Escucha Podcast, (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/), donde también comparte los accesos a sus podcasts.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soundcloud: https://soundcloud.com/grpp/sets/entrevistas-adn - Google Podcast: https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cHM6Ly9wLWdydXBvcnBwLW1lZGhLnMzLmFtYXpvaWw6MzY5b20vcG9kY2FzdC94bWwvMTAueG1s - Spotify: https://open.spotify.com/show/2QOgyHnpZfQ2Q0b2EaDF49?si=p6tya9cdTEyJEuESgnZUjQ - Apple Podcast: https://itunes.apple.com/pe/podcast/entrevistas-adn/id1438280918?mt=2 - iVoox: https://pe.ivoox.com/en/podcast-entrevistas-adn_sq_f1624658_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. El podcast no busca interacción con los oyentes o usuarios, sin embargo, publican actualizaciones en redes sociales como Facebook, en la página de Facebook de RPP Noticias y en el grupo Escucha Podcast, y en Twitter.</p>
<p>Presencia en redes sociales: No tiene redes sociales propias. Se ha hecho mención del podcast en las redes sociales de RPP Noticias como Facebook (https://www.facebook.com/rppnoticias) y Twitter (https://twitter.com/RPPNoticias), las publicaciones se pueden encontrar mediante una etiqueta. Además, RPP Noticias comparte en el grupo Escucha Podcast dentro de Facebook (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/).</p>	<p>Contenidos adaptados: Breve descripción del tema del episodio en los servicios de podcasting y redes sociales como Facebook y Twitter.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): Tiene presencia en radio tradicional de RPP, ya que</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual-narrativa. El podcast es parte del</p>

son extractos del programa Ampliación de Noticias de RPP.	programa radial Ampliación de Noticias, el cual está en el canal de YouTube de RPP Noticias, donde se puede ver más entrevistas (https://www.youtube.com/playlist?list=PLKB9XoDgSNZw0x0VBt7Xy9PpxdgnFGdVu).
Distribuye su relato fuera del ciberespacio: Solo el programa en señal de radio. No cuenta con productos de merchandising.	No cuenta con productos de merchandising.
	Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.

RPP PODCAST – METADATA

METADATA	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de RPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RPP Player: https://radio.rpp.pe/podcast - RPP Podcast – Metadata: https://radio.rpp.pe/podcast/metadata 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través de la plataforma principal RPP Player, también se puede acceder a través de los servicios de podcasting que utilizan; además, RPP tiene un grupo en Facebook llamado Escucha Podcast (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/), donde también comparte los accesos a sus podcasts. Así como los enlaces incluidos en las publicaciones de Facebook y Twitter. Por otro lado, deja el enlace en notas escritas para la web de RPP Noticias (https://rpp.pe/noticias/metadata).</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soundcloud: https://soundcloud.com/grpp/sets/metadata - Google Podcast: https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cHM6Ly9wLWdydXBvcnBwLW1lZGlhLnMzLmFtYXpvcnBmF3cy5jb20vcG9kY2FzdC94bWwvOC54bWw%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/3gGrLzN6epw8SfP4lIUaJ - Apple Podcast: https://itunes.apple.com/pe/podcast/metadata/id1436649019?mt=2 - iVoox: https://pe.ivoox.com/en/podcast-metadata_sq_f1615699_1.html 	<p>Interacciones sociales Relación horizontal. Se publica actualizaciones en redes sociales como en su cuenta de Facebook y en el grupo Escucha Podcast, en los cuales no se tiene mucha interacción con los usuarios.</p>
<p>Presencia en redes sociales: No tiene redes sociales propias. Se ha hecho mención</p>	<p>Contenidos adaptados: Breve descripción del tema del episodio en los</p>

<p>del podcast en las redes sociales de RPP Noticias como Facebook (https://www.facebook.com/rppnoticias). Además, RPP Noticias comparte en el grupo Escucha Podcast dentro de Facebook (https://www.facebook.com/groups/escuchapodcast/).</p>	<p>servicios de podcasting y en la cuenta de Facebook. Además, redactan notas para el portal web de RPP Noticias (https://rpp.pe/noticias/metadata).</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual-diegéticas. En la web de RPP Noticias el equipo de producción redactan notas sobre tecnología (https://rpp.pe/noticias/metadata).</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: El podcast no tiene participación en eventos fuera del internet. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.</p>



RPP PODCAST – PROGAMER

PROGAMER	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de RPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> - RPP Player: https://radio.rpp.pe/podcast - RPP Podcast – Progamer: https://radio.rpp.pe/podcast/progamer 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través de la plataforma principal RPP Player, también se puede acceder a través de los servicios de podcasting que utilizan. Además, se menciona en Twitter de RPP Noticias junto al enlace del enlace que redirige al podcast.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soundcloud: https://soundcloud.com/grpp/sets/progamer - Google Podcast: https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cHM6Ly9wLWdydXBvcnBwLW1lZGlhLnMzLmFtYXpvaW50vcG9kY2FzdC94bWwvMjAueG1s - Spotify: https://open.spotify.com/show/7Bliz3wApl03ACZqNJT6WY?si=U69mCb9nTimej_hd_1WQVw - Apple Podcast: https://itunes.apple.com/pe/podcast/progamer/id1458036821?mt=2 - iVoox: https://pe.ivoox.com/en/podcast-progamer_sq_f1683113_1.html 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Los usuarios interactúan a través de las redes sociales, comentando o reaccionando a los posts que se realizan.</p>
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee redes sociales propias en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook: https://www.facebook.com/progamerRPP - Instagram: https://www.instagram.com/progamer.rpp/ - Lista de reproducción dentro del canal de YouTube de RPP Noticias: https://www.youtube.com/playlist?list=PLKB9XoDgSNZzxIJORd9qr87ZxeGkXEMo <p>Se hace uso de # (etiquetas) en la cuenta de Facebook de RPP Noticias (https://twitter.com/RPPNoticias).</p>	<p>Contenidos adaptados: Se realiza pequeños resúmenes en los servicios de podcasting o redes sociales sobre el episodio. Además, el equipo del programa realiza notas escritas para la web de RPP Noticias (https://rpp.pe/noticias/progamer).</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. El podcast en Facebook e Instagram generan mayor contenido como tablas de resultados, datos extras de lo hablado, lanzamientos o eventos.</p>

	Además, en sus notas escritas, agregan comentarios en Facebook para amenizar la lectura (https://rpp.pe/noticias/programer).
Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.	No cuenta con productos de merchandising.
	Actividades relacionadas: Actividades tematizadas. En Instagram, se realizó un sorteo para los usuarios, el cual tuvo mayor interacción que el resto publicaciones. En Facebook, publican posts de forma seguida, lo cual genera reacciones en los usuarios. Además, han realizado transmisiones en vivo para que los usuarios puedan dejarles preguntas, a través de la cuenta de Facebook de RPP Noticias.



RADIO MODA – EL SHOW DE CARLONCHO

EL SHOW DE CARLONCHO	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web junto a otros podcasts. Dominio propio de Radio Moda.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Radio Moda: https://moda.com.pe/programas - El show de Carloncho: https://moda.com.pe/programas/el-show-de-carloncho 	<p>Accesos expandidos: Para acceder al podcast, se puede ingresar a través de la página de Radio Moda.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting: No está presente en servicios de podcasting.</p>	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. A través de redes sociales como el Facebook o Instagram de Radio Moda suben contenido sobre el programa radial o preguntas para hacer participar al público.</p>
<p>Presencia en redes sociales: El podcast no cuenta con cuentas propias. En la cuenta de Instagram (https://www.instagram.com/radiomodafm/) y Facebook (https://www.facebook.com/RadioModa/) se puede encontrar contenido sobre el programa radial del cual se extrae el audio.</p>	<p>Contenidos adaptados: Se realiza una breve descripción del episodio con preguntas a responder en el audio.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): Tiene presencia en radio tradicional de Radio Moda, ya que es parte del programa El Show de Carloncho que transmiten.</p>	<p>Contenidos expandidos: Información extratextual. Suben fotos editadas a Facebook o Instagram relacionados a temas que van a hablar en el programa.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: El podcast no tiene participación en eventos fuera del internet. Sin embargo, el audio se extrae del programa en vivo realizado en radio. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No presenta actividades relacionadas.</p>

EL LANGOY PODCAST

EL LANGOY PODCAST	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: 0 No tiene un sitio web donde se aloja el podcast.</p>	<p>Accesos expandidos: Se puede acceder al podcast mediante sus redes sociales o los servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cDovL2ZlZWRzLmZlZWVidXJuZlXluY29tL2xhbmdveQ - Spotify: https://open.spotify.com/show/5TSsXacAEvxTRT8uFqh8xn - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/gt/podcast/el-langoy-podcast/id891147240 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-langoy-podcast_sq_f1115612_1.html - Player FM: https://player.fm/series/series-2392356 - Radios del Perú: https://www.radiosdelperu.pe/podcasts/el-langoy-podcast - Listen Notes: https://www.listennotes.com/podcasts/el-langoy-podcast-podjaus-3MrpFOI6sna/ - iHeart Radio: https://www.iheart.com/podcast/256-el-langoy-podcast-31036147/ - Castbox FM: https://castbox.fm/channel/El-Langoy-Podcast-id1449530?country=es - Himalaya: https://www.himalaya.com/TV%20&%20Film-podcasts/el-langoy-podcast-726686 - Podtail: https://podtail.com/podcast/el-langoy-podcast/ - The Podcast app: https://podcast.app/el-langoy-podcast-p140841/?limit=50 - YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC0_2lfTc_uaY5cZrHES9WyQ 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Utiliza sus redes para ampliar el acceso al podcast. En cuanto a la interacción, tienen mayor respuesta en Twitter realizando retuits a mensajes de sus oyentes; en Facebook e Instagram, consiguen reacciones en sus posts y pocos comentarios y en YouTube, la interacción es mínima o nula.</p>
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee redes sociales propias en:</p>	<p>Contenidos adaptados: En el 2018, se hacían pequeños resúmenes del episodio</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Facebook: https://www.facebook.com/ellangoy/ - Twitter: https://twitter.com/El_Langoy - Instagram: https://www.instagram.com/langoypodcast/ - YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC0_2lfTc_ua_Y5czrHES9WyQ 	<p>en las entradas de su blog (https://langoypodcast.com/). Además, a la actualidad, hacen pequeños resúmenes en sus redes sociales para promocionar el podcast.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual-diegética. En la página web, en el 2018, se puede encontrar entradas en su blog sobre anime o comics. En sus redes sociales, utilizan fotos que pueden resumir el episodio y suben una foto antes de grabar el episodio.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Han hecho eventos fuera del mundo online como una fiesta. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>En su cuenta en Facebook anuncian sus contenidos, hacen concursos, expanden algunos contenidos en formatos no sonoros, básicamente audiovisuales, escritos y gráficos. No cuenta con productos de merchandising, pero busca apoyo económico a través de Patreon, Paypal o transferencias bancarias.</p>
	<p>Actividades relacionadas: Preparan actividades: fiestas, presentaciones en vivo, etc. No son permanentes, pero varias veces al año.</p>

HABLEMOS CON SPOILERS PODCAST

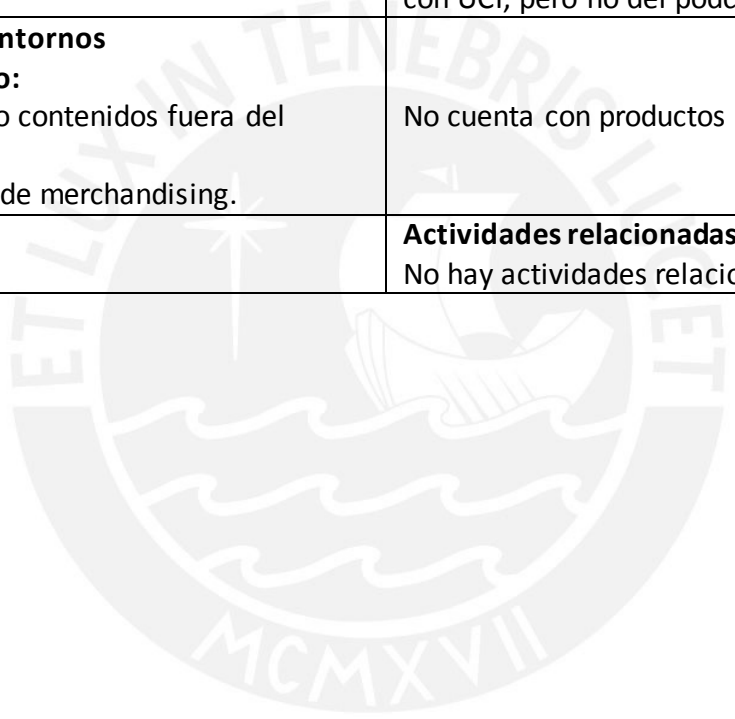
HABLEMOS CON SPOILERS PODCAST	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: 0 No tiene un sitio web donde se aloja el podcast.</p>	<p>Accesos expandidos: Se puede acceder al podcast mediante sus redes sociales o los servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9hbmNob3luZm0vcy81NDEExYmE4L3BvZGh3QvcnNz - Spotify: https://open.spotify.com/show/65ZytC8TPJABwSDup1hEjy - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/pe/podcast/hablemos-con-spoilers/id1114090144?mt=2 - Spreaker: https://www.spreaker.com/show/hablemos-con-spoilers - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-hablemos-spoilers_sq_f1285937_1.html - Player FM: https://player.fm/series/hablemos-con-spoilers - Podchaser: https://www.podchaser.com/podcasts/hablemos-con-spoilers-229747/episodes - Anchor: https://anchor.fm/hablemosconspoilers - Radio Public: https://radiopublic.com/hablemos-con-spoilers-GynmEE - Listen Notes: https://www.listennotes.com/es/podcasts/hablemos-con-spoilers-hablemos-con-spoilers-7R4FwJ8eSsY/ - iHeart Radio: https://www.iheart.com/podcast/256-hablemos-con-spoilers-31092825/ - Castbox FM: https://castbox.fm/channel/Hablemos-con-Spoilers-id1806100?country=es - Himalaya: https://www.himalaya.com/TV%20&%20Film- 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Utiliza sus redes para ampliar el acceso al podcast mediante posts específicos del estreno del episodio. En cuanto a la interacción, tienen mayor interacción y comentarios en posts Facebook y en sus transmisiones en vivo; en Instagram, consiguen reacciones en sus posts y pocos comentarios y en YouTube, la interacción es mínima o nula, tanto en los videos grabados o en la transmisión en vivo. Existe interacción en iVoox.</p>

<p>podcasts/el-langoy-podcast-726686</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stitcher: https://www.stitcher.com/podcast/anchor-podcasts/hablemos-con-spoilers/e/63488049 - YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCMz7MtLBgURb7kzywm61AGw/videos 	
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee redes sociales propias en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook: https://www.facebook.com/hablemosconspoilers/ - Twitter: https://twitter.com/HcS_Podcast - Instagram: https://www.instagram.com/hablemos_con_spoilers/ - YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCMz7MtLBgURb7kzywm61AGw 	<p>Contenidos adaptados: Resúmenes de lo mencionado en cada episodio del podcast en formato de texto en la descripción del episodio en los servicios de podcasting y redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual, videográfica y de contenido extra. En Facebook, la semana antes del episodio realizan posts relevantes para informar al oyente a través de memes o imágenes editadas.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: No ha realizado eventos fuera del internet. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: Organizan con cierta frecuencia (bimensual) presentaciones en vivo.</p>

NACIÓN COMBI PODCAST

NACIÓN COMBI PODCAST	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: 0 No tiene un sitio web donde se aloja el podcast.</p>	<p>Accesos expandidos: Se puede acceder al podcast mediante sus redes sociales o los servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting: Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cDovL3d3dy5pdm9veC5jb20vbWFyeC10b21hbmRvLXBpc2NvX2ZnX2YxMjU0OTc4X2ZpbHRyb18xLnhtbA%3D%3D - Spotify: https://open.spotify.com/show/1IYVgHKGGdvflbNHdaXn8G - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/us/podcast/naci%C3%B3n-combi/id1055499032 - Mixcloud: https://www.mixcloud.com/naci%C3%B3ncombi/ - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-nacion-combi_sq_f1254978_1.html - Player FM: https://player.fm/series/nacin-combi - Radios del Perú: https://www.radiosdelperu.pe/podcasts/nacion-combi - Podchaser: https://www.podchaser.com/podcasts/nacion-combi-494189 - Listen Notes: https://www.listennotes.com/podcasts/naci%C3%B3n-combi-mildemonios-7TcL3HxrEgt/ - My Turner radio: https://mytuner-radio.com/podcasts/nacion-combi-mildemonios-1055499032 - iHeart Radio: https://www.iheart.com/podcast/256-nacion-combi-30957826/ - Castbox FM: https://castbox.fm/channel/Naci%C3%B3n-Combi-id90069?country=es 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Actualmente, utilizan sus redes para promocionar la aparición en el programa de UCI (https://www.youtube.com/channel/UCdl1ygFwPa6IUdNYPLjoAGg) que no sale en sus redes de podcasting.</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Himalaya: https://www.himalaya.com/News-podcasts/naci%C3%B3n-combi-651460 - The Podcast app: https://podcast.app/nacion-combi-p114679/ 	
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee redes sociales propias en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook: https://www.facebook.com/nacioncombipe/ - Twitter: https://twitter.com/NacionCombiPe 	<p>Contenidos adaptados: Resúmenes de lo mencionado en cada episodio del podcast en formato de texto en la descripción del episodio en los servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en medios tradicionales.</p>	<p>Contenidos expandidos: Información extratextual. En redes sociales promocionan el contenido por hablar en su programa con UCI, pero no del podcast.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Sin presencia en eventos o contenidos fuera del mundo online. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: No hay actividades relacionadas.</p>



CONVOCA PODCAST

CONVOCA PODCAST	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno El podcast está dentro de un sitio web propio. Dominio propio de Convoca Radio. - Convoca Radio: https://convoca.pe/convoca-radio</p>	<p>Accesos expandidos: Podemos acceder al podcast a través del buscador o el Facebook o Twitter perteneciente a Convoca Radio. Además, de la página web propia de la institución.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting: No tiene presencia en servicios de podcasting.</p>	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Escasa interacción, se utilizan los posts como medios para llegar al podcast.</p>
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee redes sociales propias en: - Facebook: https://www.facebook.com/convocaradio - Twitter: https://twitter.com/ConvocaRadio - YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC2rWp2WtZLbHq0cUuzSghYw/videos</p>	<p>Contenidos adaptados: Resumen, citas impactantes o momentos sobresalientes del episodio en redes sociales. En YouTube, suben videos adicionales con mayor cantidad de datos o entrevistas realizadas para ahondar en el tema. Además, la institución realiza reportajes del contexto político actual del país.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): El podcast no tiene presencia en otros medios.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual. Presentan videos con información extra, entrevistas o resúmenes de noticias de nuestro contexto político. (https://www.youtube.com/channel/UC2rWp2WtZLbHq0cUuzSghYw/videos).</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Convoca radio ha sido participe de conferencias o foros sobre podcast fuera del internet. Productos de merchandising: tazas, destapadores, libretas. Todo ello como Convoca, no solo como Convoca radio (https://www.facebook.com/pg/convoca/shop).</p>	<p>Productos de merchandising: tazas, destapadores, libretas (https://www.facebook.com/pg/convoca/shop).</p>
	<p>Actividades relacionadas: Ofrece talleres de capacitación en producción de podcast. https://www.facebook.com/convocaradio/photos/a.243649193010115/492830271425338/?type=3&theater</p>

HABLANDO HUEVADAS PODCAST

HABLANDO HUEVADAS PODCAST	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: 0 No tiene un sitio web donde se aloja el podcast.</p>	<p>Accesos expandidos: Se puede acceder al podcast mediante las redes sociales de los locutores o el canal de YouTube del podcast. Además, se puede ingresar a través de los servicios de podcasting.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9hbmNob3luZm0vcy9hNjYyMTE0L3BvZGNhc3QvcnNz - Spotify: https://open.spotify.com/show/2vV3G3ompWjVcHnucgo5lO - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/us/podcast/hablando-huevadas/id1459416319 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-hablando-huevadas_sq_f1691717_1.html - Podchaser: https://www.podchaser.com/podcasts/hablando-huevadas-834308/episodes - Anchor: https://anchor.fm/hablandohuevadas - Radio Public: https://radiopublic.com/hablando-huevadas-WdPB2r - Listen Notes: https://www.listennotes.com/podcasts/hablando-huevadas-hablandohuevadas-RVzCbhqlnm5/ - My Turner radio: https://mytuner-radio.com/podcasts/hablando-huevadas-hablandohuevadas-1459416319 - iHeart Radio: https://www.iheart.com/podcast/256-hablando-huevadas-43053087/ - Castbox FM: https://castbox.fm/channel/Hablando-Huevadas-id2085970?country=es - Himalaya: https://www.himalaya.com/Comedy-podcasts/hablando-huevadas-1069256 - The Podcast app: https://podcast.app/hablando- 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. No existe una cuenta oficial del podcast en redes sociales, solo las cuentas de los comediantes. Publican su contenido en YouTube y desde sus cuentas personales comparten el video.</p>

<p>huevadas-p691851/</p> <p>- YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCba1vMvOHWIMddLARS382Zw</p>	
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee una red social propia en:</p> <p>- YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCba1vMvOHWIMddLARS382Zw</p>	<p>Contenidos adaptados: Hacen una pequeña descripción en los videos de YouTube dando una alerta antes de ver el podcast o la transmisión en vivo.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): No tienen presencia en medios tradicionales o convencionales.</p>	<p>Contenidos expandidos: No expanden el contenido del podcast.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Realizan eventos en distintas provincias y partes de Lima para grabar el contenido del podcast con público en vivo. No cuenta con productos de merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: Actividades experienciales. Los locutores en el podcast piden historias o temas a los oyentes para saber sobre qué temas quisieran escuchar. Actividades productivas. Además, sus oyentes han creados páginas en Facebook con el logo del podcast (https://www.facebook.com/hablandohuevadas.fcso/ / https://www.facebook.com/hablandohuevadas.fco/). Por otro lado, en las redes sociales de los locutores publican eventos y contenido del podcast promocionándolo.</p>

MOLOKO PODCAST

MOLOKO PODCAST	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: 0 No tiene un sitio web donde se aloja el podcast.</p>	<p>Accesos expandidos: Se puede acceder al podcast a través del buscador o a través de Facebook o el canal de YouTube.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cDovL3Jzcy5jYXN0Ym94LmZtL2V2ZXJlc3QvNzg2MTQ5MjE5YW44NGUxYTk5YjkzYzVmNzJjNmJmYTkuG1s - Spotify: https://open.spotify.com/show/7DgQIRYO9PceP4dFNBERxG - Player FM: https://player.fm/series/moloko-podcast - Castbox FM: https://castbox.fm/channel/Moloko-Podcast-id1987511?country=es - YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCB5-cnYG_QVZgYXFQe761mg 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Generan interacción con el público utilizando preguntas en sus posts sobre las preferencias de los oyentes. Esto lo realizan a través de sus redes sociales, donde también colocan noticias o contenido acerca del podcast.</p>
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee redes sociales propias en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook: https://www.facebook.com/Moloko-Podcast-108626133835818/ - Instagram: https://www.instagram.com/molokopodcast/ - YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCB5-cnYG_QVZgYXFQe761mg 	<p>Contenidos adaptados: En la descripción de Instagram y Facebook, usan frases cortas para llamar la atención del oyente. En YouTube, también el formato de texto para colocar sus redes sociales en la descripción.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): No tienen presencia en medios tradicionales o convencionales.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual-diegética. Utilizan fotos para actualizar a sus seguidores sobre el ranking del podcast, invitados pasados o mostrar nuevos stickers. Información extratextual. Además, realizan pequeños videos para mostrar las actividades que puedan tener.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Han realizado eventos donde graban con público en vivo el contenido del podcast. Regalan stickers en sus presentaciones, pero no tienen merchandising en venta.</p>	<p>No tienen merchandising en venta.</p>

Actividades relacionadas. Los locutores tienen cuentas propias con las que también interactúan con los oyentes resolviendo dudas o haciendo aclaraciones del podcast.



SIN PALTAS PODCAST

SIN PALTAS PODCAST	
PLATAFORMAS	ESTUDIO DE LA INTERTEXUALIDAD
<p>Número de páginas web/blogs del podcast: uno No tiene un sitio web donde se aloja el podcast.</p>	<p>Accesos expandidos: Se puede acceder al podcast al buscar en Google, también tienen el enlace directo a Spotify desde su biografía en Instagram.</p>
<p>Presencia en servicios de podcasting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Google Podcast: https://podcasts.google.com/?feed=aHR0cHM6Ly9yc3Mud2hvb3Noa2FhLmNvbS9yc3MvcG9kY2FzdC9pZC82NzAz - Spotify: https://open.spotify.com/show/5kDzSGbu3TJAFE9mGKTHy - Apple Podcast: https://podcasts.apple.com/us/podcast/sin-paltas-podcast/id1458399392 - iVoox: https://pe.ivoox.com/es/podcast-sin-paltas-podcast_sq_f1687586_1.html - Radios del Perú: https://www.radiosdelperu.pe/podcasts/sin-paltas-podcast - Podchaser: https://www.podchaser.com/podcasts/sin-paltas-podcast-828292/episodes - Listen Notes: https://www.listennotes.com/es/podcasts/sin-paltas-podcast-mia-nauca-y-omar-d%C3%A1vila-gz5a42_lrp/ - My Turner radio: https://mytuner-radio.com/podcasts/sin-paltas-podcast-mia-nauca-y-omar-davila-1458399392 - iHeart Radio: https://www.iheart.com/podcast/256-sin-paltas-podcast-43061134/ - Castbox FM: https://castbox.fm/channel/Sin-Paltas-Podcast-id2073227?country=es - Himalaya: https://www.himalaya.com/Society%20&%20Cultu-re-podcasts/Sin-Paltas-Podcast-1052490 - Podtail: https://podtail.se/podcast/sin-paltas- 	<p>Interacciones sociales: Relación horizontal. Buscan interacción a través de preguntas a sus seguidores por Instagram en sus posts con imágenes llamativas. Además, a través del podcast piden anécdotas o historias a sus oyentes convirtiéndolos en usuarios activos en la creación de contenido.</p>

<p>podcast/</p> <ul style="list-style-type: none"> - Whooshkaa: https://player.whooshkaa.com/shows/sin-paltas-podcast 	
<p>Presencia en redes sociales: El podcast posee una red social propia en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instagram: https://www.instagram.com/sinpaltaspodcast/ 	<p>Contenidos adaptados: Breve resumen del contenido del episodio en la descripción de Instagram o en los servicios de podcasting. Fotos que responden a lo contado o lo que está por contar en el podcast.</p>
<p>Presencia en radio (análoga, digital): No tienen presencia en medios tradicionales o convencionales.</p>	<p>Contenidos expandidos: Extensión textual-diegética. Suben fotos editadas o sin editar de ellos en distintas situaciones para divertir a sus seguidores, avisar del estreno de sus episodios o confirmar historias que han contado en los episodios del podcast.</p>
<p>Distribuye su relato en entornos diferentes al ciberespacio: Han participado en videos con otros podcasters o foros de podcasts. No tienen merchandising.</p>	<p>No cuenta con productos de merchandising.</p>
	<p>Actividades relacionadas: Actividades experienciales. Además de la cuenta de Instagram de Sin Paltas, los locutores tienen cuentas personales en redes sociales. Ellos invitan a los oyentes a seguirlos o interactuar con ellos.</p>

Anexo 5: Matrices de Análisis de contenido *podcasts*-muestra en 2020

NOMBRE DEL PODCAST:		Claro y directo 17.06.2020 - El Congreso persiste en el sabotaje al Perú															
DURACION DEL EPISODIO: 00:12:34.200		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	17/06/2020	TIEMPO															
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada																
MONÓLOGO	Bienvenida al programa	Saludos	0	16.424	Claro y directo	Nacional	Pr	FI	Claro y directo, RTV	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Encuesta de aprobación	Encuesta de aprobación a personajes del Gobierno	1	4.928	Encuesta de aprobación	Nacional	Pa	FE-I	Martín Vizcarra, Diario Perú 21, IPSOS, Ministro de salud, María Antonieta Alva	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Opinión del presentador	Opinión de las encuestas de aprobación en contexto de	2	42.08	Encuesta de aprobación	Nacional	Pr	FI	Lima Metropolitana, Ministerio de economía, Empresas, Población,	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO		

		pandemia							Presidente						
Congreso del Perú	El Congreso sabotea al Perú	2	49.333	Propuestas del Congreso	Nacional	Pa	FI	Congreso, Comisión de defensa del consumidor, Podemos Perú, José Luna Galvez, Julio Velarde, Diario de La República, SBS, Jim Ali Mamani Barriga	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Congreso del Perú	El Congreso sabotea al Perú	0	7.936	Propuestas del Congreso	Nacional	Pa	FE-I	Jim Ali Mamani Barriga	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Congreso del Perú	El Congreso sabotea al Perú	3	22.27	Propuestas del Congreso	Nacional	Pa	FI	José Luna Galvez, Jim Ali Mamani Barriga, SUNEDU, Universidades, Hugo Blanco, Javier Heraud, Otto Guibovich	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Congreso del Perú	El Congreso	0	21.482	Propuestas del	Nacional	Pa	FE-I	Otto Guibovich,	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	

		sabotea al Perú			Congreso				Javier Heraud						
	Opinión del presentador	Opinión sobre el sabotaje realizado por el Congreso	0	32.49	Propuestas del Congreso	Nacional	Pr	FI	Otto Guibovich, Javier Heraud	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Opinión del presentador	Opinión sobre el sabotaje realizado por el Congreso	0	13.098	Propuestas del Congreso	Nacional	Pr	FE-I	Adam Smith	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Despedida del programa	Próxima programación	0	28.458	Claro y directo	Indeterminado	Pr	FI	Claro y directo, RTV, Clase Maestra, Líbero, Presidente	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Despedida del programa	Saludos	0	18.858	Claro y directo	Indeterminado	Pr	FI	Claro y directo	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Cuñía de salida														
TIEMPO TOTAL ACUMULADO			8	257											
TOTAL EN BASE 6			12.289												

Temáticas	Min/seg	%
Claro y directo	1.062	8.64%
Propuestas del Congreso	7.443	60.57%
Encuesta de aprobación presidencial	3.783	30.79%
TOTAL	12.288	100%

Fuentes	Min/seg	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	1.791	14.57%
FI	10.499	85.43%
TOTAL	12.290	100%

Presencia Destinatario	Min/seg	%
------------------------	---------	---

Ámbito	Min/seg	%
Local	0.000	0.00%
Provincial	0.000	0.00%
Regional	0.000	0.00%
Nacional	11.501	93.58%
Latinoamericano	0.000	0.00%
Continental	0.000	0.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	0.789	6.42%
TOTAL	12.290	100%

Historicidad	Min/seg	%
Pasado	7.766	63.19%
Presente	4.523	36.81%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	12.289	100%

Sí	0.000	0.00%
No	12.289	100.00%
TOTAL	12.289	100%

Estrategias Expresivas	Min/seg	%
EE-LE	3.461	28.16%
EE-LA	8.828	71.84%
TOTAL	12.289	100%

Estrategias Difusión	Min/seg	%
ED-PO	3.461	28.16%
ED-PI-G	1.062	8.64%
ED-PI-E	7.766	63.19%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	12.289	100%

NOMBRE DEL PODCAST:		Sin guion 17.06.2020 - Salud para todos																			
DURACION DEL EPISODIO: 00:10:14.269		TEMAS Y TEMATICAS														USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN				
FECHA DEL EPISODIO	17/06/2020	TIEMPO																			

FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)
	Cuña de entrada														
MONÓLOGO	Bienvenida al programa	Saludos	0	3.808	COVID 19	Nacional	Pr	FI	Sin Guion	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Introducción al tema	Cambio de nombre de la campaña del Estado frente al COVID19	0	31.927	COVID 19	Nacional	Pa	FI	Gobierno, Ministro de salud, Prensa extranjera	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Recordatorios de cuidado al oyente	Cuidados para no contagiarse de COVID19	1	46.811	COVID 19	Nacional	Pr	FI	Oyente	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Malas medidas del Estado frente al COVID19	Cuarentena y toque de queda por COVID19	1	58.067	COVID 19	Nacional	Pa	FI	Estado, Población	NO	EE-LE	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Recordatorios de cuidado al oyente	Cuidados para no contagiarse de COVID19	0	20.88	COVID 19	Nacional	Pr	FI	Familias	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Medidas que debió tomar el Ministerio de salud	Acciones del Ministerio de salud por COVID19 que debió realizar	1	9.102	COVID 19	Nacional	Pr	FI	Ministerio de salud, Población, Ministro de salud,	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

									Prensa						
	Declaración del Ministro de salud	Acciones del Ministerio de salud por COVID19	0	29.814	COVID 19	Nacional	Pa	FE-I	Ministro de salud	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Malas medidas del Estado frente al COVID19	Consecuencias	0	19.644	COVID 19	Nacional	Pr	FI	Estado	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Muertes en el Perú	Muertes en el Perú el 2020	0	31.532	COVID 19	Nacional	Fu	FI	Estado	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Derecho de la ciudadanía a cuidarse	Negación del derecho de la ciudadanía por COVID19	0	40.495	COVID 19	Nacional	Pr	FI	Estado, Población	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Contagios en el Perú	Contagios en los oficiales	0	14.675	COVID 19	Nacional	Pr	FI	Oficiales	NO	EE-LE	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Acciones ante el COVID19	Abolición de las malas medidas del gobierno	1	39.474	COVID 19	Nacional	Pr	FI	Población, Ministerio de salud	NO	EE-LE	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Despedida del programa	Saludos	0	13.397	COVID 19	Nacional	Pr	FI	Sin Guion	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Cuñ de salida														

TIEMPO TOTAL ACUMULADO	4	360											
TOTAL EN BASE 6	9.994												

Temáticas	Min/Seg	%
COVID19	9.994	100.00%
TOTAL	9.994	100%

Ámbito	Min/Seg	%
Nacional	9.994	100.00%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	0.000	0.00%
TOTAL	9.994	100%

Historicidad	Min/Seg	%
Pasado	2.997	29.99%
Presente	6.471	64.75%
Futuro	0.526	5.26%
TOTAL	9.994	100%

Fuentes	Min/Seg	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.497	4.97%
FI	9.497	95.03%
TOTAL	9.994	100%

Presencia Destinatario	Min/Seg	%
Sí	0.000	0.00%
No	9.994	100.00%
TOTAL	9.994	100%

Estrategias Expresivas	Min/Seg	%
EE-LE	3.870	38.72%
EE-LA	6.124	61.28%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	9.994	100%

Estrategias Difusión	Min/Seg	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	0.819	8.19%
ED-PI-E	9.175	91.81%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	9.994	100%

NOMBRE DEL PODCAST:		AL PIE DE LA LETRA 18.06.2020 - Alberto Fuguet nos habla sobre cómo vive la pandemia, sus obras y películas																
DURACION DEL EPISODIO: 01:14:51.312		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN				
FECHA DEL EPISODIO	18/06/2020	TIEMPO																
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)			
	Cuña de entrada																	
TERTULIA	Bienvenida al programa	Saludos	0	7.37	Al pie de la letra	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Introducción al invitado	Alberto Fuguet	0	27.882	Alberto Fuguet durante el COVID19	Continental	Pr	FI	Alberto Fuguet	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: podcasts sin cámara	0	56.773	Alberto Fuguet durante el COVID19	Continental	Pr	FI	Alberto Fuguet	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			
	Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Imagen o audio	2	56.592	Alberto Fuguet durante el COVID19	Indeterminado	Pr	FI	Alberto Fuguet	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO			

Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Entrevista o conversación	2	12.28	Periodismo	Indeterminado	Pr	FI	Alberto Fuguet	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Vida durante pandemia	3	45.415	Alberto Fuguet durante el COVID19	Indeterminado	Pr	FI	Alberto Fuguet, Gobiernos	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Howard Hughes	1	21.072	Biografía de Howard Hughes	Indeterminado	Pa	FI	Howard Hughes, Martin Scorsese, Leonardo DiCaprio	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Recomendaciones para hacer durante la pandemia	1	5.19	Alberto Fuguet durante el COVID19	Continental	Pr	FI	Alberto Fuguet	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Actualidad de Chile	4	32.985	Chile	Continental	Pr	FI	Raúl Ruiz, Países socialistas, Alejo Cortez	NO	EE-LE	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Globalización	2	0.325	Globalización durante el COVID19	Continental	Pr	FI	Alberto Fuguet	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Análisis de la situación	1	39.706	Globalización durante el COVID19	Indeterminado	Pr	FI	Alberto Fuguet	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Vida durante la pandemia	2	7.895	Alberto Fuguet durante el COVID19	Indeterminado	Pr	FI	Raúl Ruiz, Países socialistas, Alejo Cortez	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Ciencia ficción	4	41.634	Ciencia ficción	Indeterminado	Pr	FI	Black Mirror, Invierno, Stranger Things, Stephen King, Cervantes, Steven Spielberg, Issac León	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Vida durante la pandemia	4	26.727	Alberto Fuguet durante el COVID19	Indeterminado	Pr	FI	Ministro	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Películas	1	44.002	Obras de Alberto Fuguet	Indeterminado	Pa	FI	Alberto Fuguet	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Repercusión de las obras	6	34.39	Obras de Alberto Fuguet	Indeterminado	Pa	FI	Obras de Alberto Fuguet	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Planteamiento de sus obras	7	47.197	Obras de Alberto Fuguet	Indeterminado	Pr	FI	Alejo Cortez, Alfred Hitchcock, Janet Lee, Gabriel García Márquez, Borges, Obras de Alberto Fuguet	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Vida durante la pandemia	1	21.258	Globalización durante el COVID19	Continental	Pr	FI	Alberto Fuguet	NO	EE-LE	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Realismo en las obras	1	35.712	Obras de Alberto Fuguet	Indeterminado	Pr	FI	Obras de Alberto Fuguet, Carlos Fuentes	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Romper la idea del escritor como héroe o político	1	32.554	Obras de Alberto Fuguet	Indeterminado	Pr	FI	Stephen King	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Asistir a eventos	5	40.683	Eventos durante la pandemia	Continental	Pr	FI	Familias	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

	Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Acciones durante la pandemia	6	2.417	Obras de Alberto Fuguet	Indeterminado	Pr	FI	Lectores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Comentarios de las obras de Alberto Fuguet	6	36.712	Obras de Alberto Fuguet	Indeterminado	Pr	FI	Lectores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Conversación con Alberto Fuguet	Conversación con Alberto Fuguet: Agradecimientos por la conversación	3	7.315	Obras de Alberto Fuguet	Indeterminado	Pr	FI	Alberto Fuguet, Mark Fisher, Stanley Kubrick	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Cuña de salida														
TIEMPO TOTAL ACUMULADO			63	684											
TOTAL EN BASE 6			74.401												

Temáticas	Frec	%
Al pie de la letra	0.123	0.17%
Alberto Fuguet durante el COVID19	15.775	21.20%
Biografía de Howard Hughes	1.351	1.82%
Chile	4.550	6.12%
Ciencia ficción	4.694	6.31%
Eventos durante la pandemia	5.678	7.63%
Globalización durante el COVID19	5.021	6.75%
Obras de Alberto Fuguet	35.005	47.05%
Periodismo	2.205	2.96%
TOTAL	74.402	100%

Ámbito	Frec	%
Continental	16.085	21.62%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	58.317	78.38%
TOTAL	74.402	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	9.658	12.98%
Presente	64.744	87.02%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	74.402	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	74.401	100.00%
TOTAL	74.401	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	74.401	100.00%
TOTAL	74.401	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	5.904	7.94%
EE-LA	9.804	13.18%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	58.694	78.89%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
TOTAL	74.402	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	24.999	33.60%
ED-PI-G	16.377	22.01%
ED-PI-E	1.351	1.82%
ED-PI-EX	31.675	42.57%
TOTAL	74.402	100%

NOMBRE DEL PODCAST:		BALON PARADO 17.06.2020 - ¿Mario Salas podrá campeonar con Alianza Lima?																		
DURACION DEL EPISODIO: 00:22:07.716		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN						
FECHA DEL EPISODIO	17/06/2020	TIEMPO																		
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)					
	Cuña de entrada																			
TERTULIA	Bienvenida al programa	Saludos	0	8.134	Balon parado	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO					
	Introducción al programa	Llegada de Mario Salas a Alianza Lima	0	44.16	Mario Salas	Nacional	Fu	FI	Mario Salas	NO	EE-LE	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO					
	Mario Salas en Perú	Llegada de Mario Salas a Alianza Lima	1	31.888	Mario Salas	Nacional	Fu	FI	Mario Salas, Pablo Bengoechea	NO	EE-LE	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO					
	Pruebas de COVID19	Toma de pruebas a los jugadores de Alianza Lima	0	11.744	Alianza Lima	Nacional	Fu	FI	Jugadores de Alianza Lima	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO					

	Mario Salas y Alianza Lima	Retraso de entrenamientos por llegada de Mario Salas	0	44.192	Alianza Lima	Nacional	Fu	FI	Mario Salas, Daniel Amet, RPP	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Comentarios de RPP a Mario Salas	Nuevo entrenador de Alianza Lima puede llevarlos a la final	0	23.104	Mario Salas	Nacional	Fu	FE-I	Diego Gonzalez, Mario Salas	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Opiniones sobre suposiciones de Alianza Lima	Pasado de Alianza Lima	0	36.864	Alianza Lima	Nacional	Pa	FI	Alianza Lima, Pablo Bengochea	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Opiniones sobre suposiciones de Alianza Lima	Nuevo estilo de Alianza Lima	1	21.92	Alianza Lima	Nacional	Fu	FI	Mario Salas	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Opiniones sobre Alianza Lima	Opiniones sobre Alianza Lima con Mario Salas	1	42.144	Alianza Lima	Nacional	Fu	FI	Alianza Lima, Pablo Bengochea, Cristal	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Opiniones sobre Alianza Lima	Opiniones sobre el próximo trabajo de Mario Salas	2	27.04	Alianza Lima	Nacional	Fu	FI	Cristal, Daniel Costa, Deza, Mario Salas, Olin Mora, Balboa, Zuñiga, Beto Da Silva, Manuel Herrera, Josemir Ballon, Aldair Fuentes	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

	Rendimiento de Mario Salas	Rendimiento de Mario Salas	0	45.728	Mario Salas	Nacional	Pr	FI	Mario Salas	NO	EE-LE	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Rendimiento de Mario Salas	Rendimiento de Mario Salas	0	49.92	Mario Salas	Nacional	Pa	FI	Cristal, Colo Colo, Guardiola	NO	EE-LE	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Rendimiento de Mario Salas	Rendimiento de Mario Salas	0	49.024	Mario Salas	Nacional	Pr	FI	Guardiola, Alianza Lima, Deza, Gomez	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Detalles a futuro	Jugar el torneo en Lima	1	12.448	Alianza Lima	Local	Fu	FI	Mario Salas	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Fútbol internacional	Competitividad del Bayern Munchen en el fútbol europeo	3	22.112	Fútbol de clubes europeos	Mundial o global	Pr	FI	Equipos alemanes de fútbol, Jugadores de fútbol, Real Madrid, Barcelona	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Fútbol internacional	Preocupación por el Bayern Munchen en la Champions League	2	23.52	Fútbol de clubes europeos	Mundial o global	Fu	FI	Bayern Munchen	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Fútbol internacional	Tabla de equipos alemanes de fútbol	0	45.824	Fútbol de clubes europeos	Mundial o global	Fu	FI	Equipos alemanes de fútbol	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Fútbol internacional	Tiempo de juego de Claudio Pizarro	1	10.912	Fútbol de clubes europeos	Mundial o global	Pr	FI	Claudio Pizarro, Neuer, Equipos alemanes de fútbol, Alianza Lima	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Despedida del programa	Despedida	0	12.144	Balon parado	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

TIEMPO TOTAL ACUMULADO			1	563											
TOTAL EN BASE 6			21.380												

Temáticas	Frec	%
Alianza Lima	8.273	38.69%
Balón parado	0.338	1.58%
Fútbol de clubes europeos	7.706	36.04%
Mario Salas	5.064	23.68%
TOTAL	21.381	100%

Ámbito	Frec	%
Local	1.207	5.65%
Nacional	12.129	56.73%
Mundial o global	7.706	36.04%
Indeterminado	0.338	1.58%
TOTAL	21.380	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	1.446	6.76%
Presente	6.468	30.25%
Futuro	13.466	62.98%
TOTAL	21.380	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	21.380	100.00%
TOTAL	21.380	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	8.433	39.44%
EE-LA	12.947	60.56%
TOTAL	21.380	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	15.863	74.20%
ED-PI-G	2.605	12.18%
ED-PI-E	2.911	13.62%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	21.379	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.385	1.80%
FI	20.995	98.20%
TOTAL	21.380	100%



NOMBRE DEL PODCAST:		SOBRE LAS CUERDAS 17.06.2020 - Análisis de WWE Backlash 2020																		
DURACION DEL EPISODIO: 00:52:21.972		TEMAS Y TEMATICAS												USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN					
FECHA DEL EPISODIO	17/06/2020	TIEMPO																		
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)					
	Cuña de entrada																			
TERTULIA	Bienvenida al programa	Saludos	1	23.071	Sobre las cuerdas	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO					
	RAW Campeonato de mujeres	Peleas de lucha libre norteamericana	3	11.2	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Andrade, Cruz, WWE,	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO					
	Noticias de lucha libre	Cambio de directivo en la lucha libre	0	27.775	Lucha libre internacional	Continental	Pr	FI	Paul Heyman, Bruce Prichard, Cruz	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO					
	RAW Campeonato de mujeres	Luchas femeninas en WWE RAW y WWE Smackdown	5	52.416	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Sasha, Bailey, Alexa, Nikki	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO					
	Otis	Ausencia de Otis	0	23.328	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Otis	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO					

RAW Campeonato de mujeres	Luchas femeninas en WWE RAW y WWE Smackdown	0	21.408	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Astrid, Naya	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
RAW Campeonato de mujeres	Lucha entre Jeff Hardy y Sheamus	6	0.96	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Jeff Hardy, Sheamus	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Alargar la carrera en WWE	Luchadores que alargaron su carrera	1	0.735	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Ricky Steambot, Chris Jericho	NO	EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Alargar la carrera en WWE	Estilo de lucha de Jeff Hardy	0	34.591	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Jeff Hardy	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
RAW Campeonato de mujeres	Lucha entre Jeff Hardy y Sheamus	0	54.936	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Sheamus, Jeff Hardy	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
RAW Campeonato de mujeres	Luchas femeninas en WWE RAW y WWE Smackdown	3	43.816	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Nia Jax y Asuka	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Seguridad de Nia Jax	Performance de Nia Jax	1	50.72	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Nia Jax, Bobby	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Título mundial de RAW	Lucha de Bobby Lashley	3	54.638	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Bobby Lashley	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Lucha final de RAW Campeonato de mujeres	Lucha final de RAW Campeonato de mujeres	1	46.951	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Lana, MVP, Bobby Lashley	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

WWE BACKLASH 2020	Opiniones de las luchas WWE Backlash	3	56.03	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Braun Strowman, Miz & John Morrison, Drew McIntyre, Bobby Lashley	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Opinión sobre la Backlash 2020	opiniones sobre la lucha de Randy Orton y H	9	31.419	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Luchadores de WWE, Randy Orton, H	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
WWE BACKLASH 2020	Ganador de la lucha: Randy Orton	0	47.786	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Randy Orton	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Mejor evento de lucha libre	Blacklash 2020 mejor lucha	0	29.119	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	WWE	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Aspecto técnico de Backlash 2020	Descontentos técnicos en la lucha	1	34.737	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Randy Orton, H	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Mejor lucha del año	Opinión del top de lucha 2020	0	39.845	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Randy Orton	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Opinión de las luchas	Opinión de las luchas: Vikingo vs Street Profits	1	12.91	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Vikingos, Street Profits	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
WWE BACKLASH 2020	Calificación final del evento	1	46.347	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	H, Randy Orton, Drew	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Preguntas al público	Dejar comentarios en redes sociales	0	23.266	Lucha libre internacional	Continental	Pa	FI	Público	NO	EE-LE	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

	Despedida del programa	Despedida	0	21.64	Sobre las cuerdas	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Cuña de salida														
TIEMPO TOTAL ACUMULADO			39	790											
TOTAL EN BASE 6			52.161												



Temáticas	Frec	%
Lucha libre internacional	50.416	96.65%
Sobre las cuerdas	1.745	3.35%
TOTAL	52.161	100%

Ámbito	Frec	%
Continental	50.416	96.65%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	1.745	3.35%
TOTAL	52.161	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	49.953	95.77%
Presente	2.208	4.23%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	52.161	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	52.161	100.00%
TOTAL	52.161	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	52.161	100.00%
TOTAL	52.161	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	48.195	92.40%
EE-LA	3.966	7.60%
TOTAL	52.161	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	48.164	92.34%
ED-PI-G	2.133	4.09%
ED-PI-E	0.852	1.63%
ED-PI-EX	1.012	1.94%
TOTAL	52.161	100%

NOMBRE DEL PODCAST:		TRES D 17.06.2020 - ¿Sobrevivirán los medios?																	
DURACION DEL EPISODIO: 00:20:48.096		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN					
FECHA DEL EPISODIO	17/06/2020		TIEMPO																
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)				
MONÓLOGO	Bienvenida al programa	Saludos	0	3.84	Tres D	Indeterminado	Pr	FI	RTV	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO				
	Bienvenida al programa	Saludos	0	8.704	Tres D	Indeterminado	Pr	FI	RTV	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO				
TERTULIA	Presentación del tema	Crisis de los medios en el Perú	0	16.042	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO				
	Crisis de los medios durante la pandemia	Crisis de los medios en el Perú durante la pandemia	1	53.408	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Población, Medios	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO				
	Crisis de los medios durante la pandemia	Diarios impresos en el Perú y el internet	2	2.794	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios, Empresas	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO				

	Crisis de los medios durante la pandemia	Transformación del periodismo	0	34.517	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Tendencias en el mundo	Cambio de la forma de hacer las cosas por la pandemia	1	4.981	Transformación en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Crisis de los medios durante la pandemia	Crisis en el trabajo de periodistas	1	5.536	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Crisis de los medios durante la pandemia	Consecuencias de las crisis en empresas periodísticas	0	30.058	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Cambios tras la pandemia	Cambio en el uso de los medios en nuevas generaciones	0	53.824	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios, Jóvenes	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Beneficiarios de la pandemia	Medios que se beneficiaron por la pandemia con su presencia en medios digitales	1	16.8	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios, El Comercio, La República	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO

	Beneficiarios de la pandemia	Carrera silenciosa de los medios en internet	1	38.858	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medio, Jóvenes, RPP	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Nuevo público de los medios peruanos	Deseos del nuevo público	1	8.565	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Pregunta de opinión entre los panelistas	Opinión sobre medios más importante en el país actualmente	0	29.696	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Opinión económica sobre los medios	Espacio de negocio con la demanda por la información	1	55.2	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios, La República	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Opinión económica sobre los medios	Poca demanda en las suscripción en medios y gran oferta de información en medios	1	40.65	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	El País, New York Times	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Noticias sobre la prensa en el Perú	Mala noticia: Crisis económica afecta a los medios	0	39.744	Medios en el Perú	Nacional	Pr	FI	Medios	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

	Anuncian tes actuales en medios peruanos	Gobierno como anunciante en medios durante la crisis	0	48.256	Medios en el Perú	Naciona l	Pr	FI	Medios, Gobierno, Empresa privada	NO	EE-LE	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
MONÓ LOGO	Despedid a del programa	Despedida	0	24.554	Tres D	Indeter minado	Pr	FI	Tres D	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
TIEMPO TOTAL ACUMULADO			10	516											
TOTAL EN BASE 6			18.600												



Temáticas	Frec	%
La República	0.543	2.64%
Medios en el Perú	18.338	89.10%
Transformación en el Perú	1.083	5.26%
Tres D	0.618	3.00%
TOTAL	20.582	100%

Ámbito	Frec	%
Nacional	19.421	94.36%
Mundial o global	0.543	2.64%
Indeterminado	0.618	3.00%
TOTAL	20.582	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	1.439	6.99%
Presente	18.600	90.37%
Futuro	0.543	2.64%
TOTAL	20.582	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	0.000	0.00%
FI	20.582	100.00%
TOTAL	20.582	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	20.582	100.00%
TOTAL	20.582	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	8.152	39.61%
EE-LA	12.430	60.39%
TOTAL	20.582	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	8.752	42.52%
ED-PI-G	3.676	17.86%
ED-PI-E	8.155	39.62%
ED-PI-EX	0.000	0.00%
TOTAL	20.583	100%

NOMBRE DEL PODCAST:		20 RPP METADATA 18.06.2020 - ¿Huawei recibirá Android 11 con Google? Te lo digo después del DDoS															
DURACION DEL EPISODIO: 01:20:17.720		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	18/06/2020	TIEMPO															
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE - D/FE - I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
MONÓLOGO	Proverbio sobre las computadoras	Errar es humano	0	9.904	Tecnología	Indeterminado	Pr	FI	Agatha Christie	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Introducción del episodio	Resumen de temas del episodio	0	39.12	Tecnología	Indeterminado	Pr	FI	GSMA, Google, Huawei, Motorola	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Bienvenida al programa	Saludos	0	18.73	Tecnología	Indeterminado	Pr	FI	Locutor	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Agradecimientos por el episodio anterior	Agradecimientos	0	11.573	Tecnología	Indeterminado	Pa	FI	Diego Matos, Elmer Huerta	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Adelanto del episodio	Desarrollo de temas del episodio	1	56	Tecnología	Indeterminado	Fu	FI	Miguel Bosé, Alejandro Adamowicz, Estados Unidos, Motorola, Asus,	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		

Agradecimientos	Agradecimientos por participar en su transmisión	0	26.368	Tecnología	Indeterminado	Pa	FI	Oyentes	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Publicidad	Invitación a escuchar otros podcasts	1	0.16	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Pixeles, Fernando Santillanes, Progamer, Redactores de Newsgeek	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Golpe a marcas por el contexto	Google sufre fuerte golpe por el contexto	1	23.456	Google	Indeterminado	Pa	FI	Samsung, Google	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Google cancela eventos por el contexto	Consecuencias de la cancelación del evento de Google	0	34.688	Google	Indeterminado	Pa	FI	Google, Android, LG, OnePlus, Xiaomi, Huawei	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Presentación de Android 11	Evento frío de presentación	0	23.594	Android	Indeterminado	Pa	FI	Android, Google	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Presentación de Android 11	Instalación de Android 11	0	11.562	Android	Indeterminado	Pa	FI	Android	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Presentación de Android 11	Cambios de Android 11	1	20.682	Android	Indeterminado	Pa	FI	Android, Spotify, NewsGeek	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Anuncios de Google	Postergación de anuncios de Google	1	16.629	Google	Indeterminado	Pr	FI	Android, Google, Sabrina, Xiaomi	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Nuevos equipos de Google	Renovación de equipos Google	0	32.853	Google	Indeterminado	Fu	FI	Productos Google	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Experiencia con Google iHome	Experiencia del locutor con Google iHome	0	12.288	Google	Indeterminado	Pr	FI	Productos Google	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO

	Nuevos equipos de Google	Renovación de equipos Google	0	21.461	Google	Indeterminado	Fu	FI	Productos Google, Bosé	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Nuevos equipos de Google	Rumores del nuevo Google iHome	0	45.269	Google	Indeterminado	Pr	FE-I	9to5Google, Productos Google, Bosé	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Nuevos equipos de Google	Google debería transferir la experiencia a otro sector del mercado	1	31.818	Google	Indeterminado	Pr	FI	Google, Apple	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Duda del locutor	Disponibilidad de Android 11 en Huawei tras el bloqueo de Estados Unidos	3	38.794	Android	Mundial global	Pr	FI	Motorola, Huawei	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Respuesta del locutor	Disponibilidad de Android 11 en Huawei tras el bloqueo de Estados Unidos	5	1.738	Android	Mundial global	Pr	FI	Huawei, Android, Google, Estados Unidos	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Cuñía														
MONÓLOGO	Tweet de Anonymous	Ataque de DDoS	1	56.746	DDoS	Mundial global	Pa	FI	Equipo de NewsGeek, Anonyms	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Ataque de DDoS	Explicación de DDoS	1	9.248	DDoS	Indeterminado	Pa	FI	Discoteca	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Ataque de DDoS	Explicación del ataque de DDoS por Anonymous	0	58.368	DDoS	Indeterminado	Pa	FI	Whatsapp	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO

	Caída de T-mobile	Asunto aislado al ataque de DDoS	0	27.136	DDoS	Indeterminado	Pa	FI	Whatsapp, T-mobile	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Explicación de Jake Moore	Ataque de DDoS	0	38.912	DDoS	Indeterminado	Pa	FE-I	Jake Moore	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Ataque de DDoS	Problema en servidores de T-mobile	0	39.04	DDoS	Mundial o global	Pa	FI	T-mobile, Profesionales en Cyberseguridad	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Ataque de DDoS	Opinión del locutor	0	45.568	DDoS	Indeterminado	Pa	FI	Anonymou s	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Cuña														
MONÓLOGO	Declaraciones de Miguel Bosé	Impacto de Miguel Bosé en el colectivo	0	15.605	Teorías conspirativas	Indeterminado	Pr	FI	Miguel Bosé	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Declaraciones de Miguel Bosé	Implantación de chips por Bill Gates	0	54.357	Teorías conspirativas	Indeterminado	Pr	FE-I	Miguel Bosé, Bill Gates, Terminator, Skynet	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Teorías conspirativas	Teoría del 5G y el coronavirus	1	5.836	Teorías conspirativas	Indeterminado	Pr	FE-I	Bill Gates, Príncipe de Nígería, GSMA	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
CONVERSACIÓN	Conversación con Alejandro Adamowicz	Introducción a Alejandro Adamowicz	1	16.5	5G	Indeterminado	Pr	FI	GSMA, Andres Rodriguez	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Conversación con Alejandro Adamowicz	GSMA	1	5.589	5G	Indeterminado	Pr	FI	GSMA	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Conversación con Alejandro Adamowicz	Conversación con Alejandro Adamowicz: Coronavirus	0	53.452	5G	Indeterminado	Pr	FI	GSMA	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO

Conversación con Alejandro Adamowicz	Conversación con Alejandro Adamowicz: Implementación del 5G	4	59.604	5G	Indeterminado	Pr	FI	GSMA, Latinoamérica, Grupo Telefónica	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Conversación con Alejandro Adamowicz	Conversación con Alejandro Adamowicz: Vista de la empresa de las teorías conspirativas del 5G	4	42.752	5G	Indeterminado	Pr	FI	GSMA, Miguel Bosé, Carlos Villarán	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Conversación con Alejandro Adamowicz	Conversación con Alejandro Adamowicz: Análisis del conflicto de Estados Unidos y Huawei frente al 5G	7	40.16	5G	Mundial o global	Pr	FI	Donald Trump, ZTE, Huawei, GSMA	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Conversación con Alejandro Adamowicz	Conversación con Alejandro Adamowicz: Operaciones de GSMA con los gobiernos	2	43.008	5G	Mundial o global	Pr	FI	GSMA, Uncle Sam	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Conversación con Alejandro Adamowicz	Conversación con Alejandro Adamowicz: Futuro de las fintech en latinoamérica	4	23.616	Fintechs	Latinoamérica	Pr	FI	GSMA, Whatsapp	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Conversación con Alejandro Adamowicz	Conversación con Alejandro Adamowicz: Congresos GSMA	5	34.336	Congresos GSMA	Mundial o global	Fu	FI	GSMA	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO

	Conversación con Alejandro Adamowicz	Fin de la conversación	0	19.754	5G	Indeterminado	Pr	FI	Alejandro Adamowicz	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Teorías conspirativas	Teoría del 5G y el coronavirus	0	57.429	Teorías conspirativas	Indeterminado	Pr	FI	Empresas, Niños	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Ataques a las telecomunicaciones	Terroristas en el Perú	0	17.152	Teorías conspirativas	Nacional	Pa	FI	Grupo terroristas	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
	Ataques a las telecomunicaciones	Atentar contra las telecomunicaciones	0	41.408	Teorías conspirativas	Nacional	Pr	FI	Grupo terroristas	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Cuña														
MONÓLOGO	Uso de Motorola MotoG8 Power	Moto G8 Power	0	15.088	Celulares	Indeterminado	Pa	FI	Motorola	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Llegada de Motorola Edge a Perú	No existe confirmación del Motorola Edge	0	20.928	Celulares	Nacional	Pa	FI	Motorola	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
	Llegada de Motorola Edge a Perú	No existe confirmación del Motorola Edge	0	20.928	Celulares	Nacional	Pa	FI	Motorola	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
	Motorola Moto G8 Power	Descripción del celular	0	54.144	Celulares	Indeterminado	Pr	FI	Motorola	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Motorola Moto G8 Power	Experiencia de uso	3	17.546	Celulares	Indeterminado	Pr	FI	Motorola	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
	Motorola Moto G8 Power	Partes del celular que no han gustado	4	38.357	Celulares	Indeterminado	Pr	FI	Motorola	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
	Motorola Moto G8 Power	Resumen de la reseña	2	3.392	Celulares	Indeterminado	Pr	FI	Sony, Motorola	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

	Despedida del programa	Adelanto del próximo episodio	1	44.768	Metadatos	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Despedida del programa	Saludos	0	36.202	Metadatos	Indeterminado	Pr	FI	RPP	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Cuña de salida														
TIEMPO TOTAL ACUMULADO			55	1534											
TOTAL EN BASE 6			80.560												

Temáticas	Frec	%
5G	23.680	29.39%
Android	10.606	13.17%
Celulares	11.840	14.70%
Congresos GSMA	5.572	6.92%
DDoS	6.584	8.17%
Fintechs	4.394	5.45%
Google	6.641	8.24%
Metadata	2.350	2.92%
Publicidad	1.003	1.25%
Tecnología	3.695	4.59%
Teorías conspirativas	4.196	5.21%
TOTAL	80.561	100%

Ámbito	Frec	%
Nacional	1.674	2.08%
Latinoamericano	4.394	5.45%
Mundial o global	27.230	33.80%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	3.406	4.23%
FI	77.154	95.77%
TOTAL	80.560	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	80.560	100.00%
TOTAL	80.560	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	43.758	54.32%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	36.802	45.68%
TOTAL	80.560	100%

Indeterminado	47.263	58.67%
TOTAL	80.561	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	12.351	15.33%
Presente	59.799	74.23%
Futuro	8.411	10.44%
TOTAL	80.561	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	17.063	21.18%
ED-PI-G	10.664	13.24%
ED-PI-E	43.269	53.71%
ED-PI-EX	9.564	11.87%
TOTAL	80.560	100%



NOMBRE DEL PODCAST:		EL SHOW DE CARLONCHO 17.06.2020 - Si mi vida fuera una película sería																	
DURACION DEL EPISODIO: 02:04:57.581		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN					
FECHA DEL EPISODIO	17/06/2020	TIEMPO																	
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	M i n	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)				
	Cuña de entrada																		
	Bienvenida al programa	Saludos	1	53.522	El show de Carloncho	Indeterminado	Pr	FI	Triktrak, Jimenita	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV				
TERTULIA	Interacción entre los locutores	Patillas de Carloncho	1	6.873	Apariencia física	Indeterminado	Pr	FI	Renzo, Marisacal, General, Miguel Grau, Sucre, Don José de San Martín	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO				
	Interacción entre los locutores	Publicaciones de Renzo en Instagram	2	18.298	Redes sociales	Indeterminado	Pr	FI	Marianita, Renzo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO				
	Errores de chibolo	Errores de chibolo	1	6.263	Comportamiento humano	Indeterminado	Pr	FI	Gente	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO				

Errores de chibolo	Acécdotas de Carloncho	1	5.084	Comportamiento humano	Indeterminado	Pa	FI	Tondera, Peluquero	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Quesos Ani	1	17.561	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Quesos Ani, Radio Moda	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Comida	Comidas que antojan	2	15.68	Comida peruana	Indeterminado	Pa	FI	Marianita	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Molestar a Marianita	Imitar a un cantante	1	16.062	El show de Carloncho	Indeterminado	Pa	FI	Quasimodo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF
Opinión de locutores	Doble moral en la sociedad	2	0.558	Comportamiento humano	Indeterminado	Pr	FI	Cueva,	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Entrada de trabajo de Marianita	2	38.731	El show de Carloncho	Indeterminado	Pa	FI	Marianita, Renzo, Lucecita	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	EF
Interacción entre los locutores	Expedientes secretos Moda	1	35.851	El show de Carloncho	Indeterminado	Pr	FI	Marianita, Droz	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Interacción entre los locutores	Imagen con onexión de nombres por fecha de cumpleaños	2	2.415	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Manolito, Renzo, Marianita, Lucecita, Ashley	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF
Interacción entre los locutores	Cumleaños de Lucecita	0	20.798	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Lucecita, Marianita	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF

Comentarios del público	Nombres por fecha de cumpleaños	0	31.428	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	SÍ	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF
Comentarios del público	Nombres por fecha de cumpleaños	2	52.019	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	SÍ	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF
Canción cortada		0	3.802	Canción	Indeterminado	Pr	FI		NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO		NO
Publicidad	Caja Trujillo	2	10.368	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Caja Trujillo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Narrador de cuentos	Capítulos de Narrador de cuentos	0	42.817	Cuentos	Indeterminado	Pa	FI	Narrador de cuentos	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Narrador de cuentos	Narración de cuentos	1	40.821	Cuentos	Indeterminado	Pr	FI	Personajes del cuento	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Comentarios del público	Nombres por fecha de cumpleaños	5	0.849	Nombres de personas	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	SÍ	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Atrasar el tema del día por 15 minutos	0	30.174	El show de Carloncho	Indeterminado	Pr	FI	Público	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Narrador de cuentos	Narración de cuentos	9	37.41	Cuentos	Indeterminado	Pr	FI	Faraon Love Shady, Personajes del cuento, Luis Miguel	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Publicidad	Las delicias de la vaca	1	8.667	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Las delicias de la vaca, Muchacho del delivery	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	EF
Interacción entre los locutores	Extrañamos a Lucecita	0	37.146	El show de	Indeterminado	Pr	FI	Lucecita, Marianita	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

				Carloncho										
Comentarios del público	Nombres por fecha de cumpleaños	2	19.075	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	SÍ	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Redes sociales de los conductores	0	28.595	Redes sociales	Indeterminado	Pr	FI	Marianita, Renzo	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Mejor narrador de cuentos de El Show de Carloncho	0	37.459	El show de Carloncho	Indeterminado	Pr	FI	Carloncho, Renzo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF
Interacción entre los locutores	Personajes de El Show de Carloncho	0	47.943	El show de Carloncho	Indeterminado	Pr	FI	Renzo, Marianita	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF
Tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	1	52.105	Películas	Indeterminado	Pr	FI	Renzo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF
Comentarios del público	Nombres por fecha de cumpleaños	3	42.749	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	SÍ	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	0	12.027	Películas	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	EF
Narrador de cuentos	Publicidad del cuento de mañana	1	0.261	Cuentos	Indeterminado	Pr	FI	Personajes del cuento	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	2	4.093	Películas	Indeterminado	Pr	FI	Renzo, Carloncho, Chimorruña, Películas, Jack Marshall,	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF

Interacción entre los locutores	Mi sueño es ser narrador del Oscar	3	38.694	Películas	Indeterminado	Pa	FI	Carltoncho, Freddy Morales	NO	EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	1	35.387	Películas	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Publicidad	Claro	0	48.526	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Claro	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	0	6.876	Películas	Indeterminado	Pr	FI	Marianita	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Interacción entre los locutores	Rosquitas de Marianita	0	52.941	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Renzo, Delicias de la vaca	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Quien manda en El Show de Carltoncho	0	51.269	El show de Carltoncho	Indeterminado	Pr	FI	Marianita	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Comentarios sobre el tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	5	53.988	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Interacción entre los locutores	Conversación con Marianita	1	37.574	El show de Carltoncho	Indeterminado	Pr	FI	Renzo, Delicias de la vaca	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Canción Yepeta	0	32.937	Canción	Indeterminado	Pr	FI	Canción Yepeta	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Comentarios sobre el tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	0	59.501	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-D	Oyentes	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Comentarios sobre el tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	1	56.68	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Polvos azules	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV

Comentarios sobre el tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	2	11.378	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-D	Oyentes, Películas	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Interacción entre los locutores	Los oscars en Radio Moda	1	59.907	Películas	Indeterminado	Pr	FI	Oscars, Directores	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Sueño de Carloncho	1	45.511	El show de Carloncho	Indeterminado	Pr	FI	Carloncho	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Interacción entre los locutores	Oportunidad de Carloncho en Estados Unidos	1	5.851	El show de Carloncho	Continental	Pa	FI	Carloncho	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Interacción entre los locutores	Ser actor/actriz	1	2.505	El show de Carloncho	Indeterminado	Pr	FI	Carloncho	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	0	27.959	Películas	Indeterminado	Pr	FI	Marianita	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Comentarios sobre el tema del día	Si mi vida fuera una película sería...	6	48.624	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes, Películas	SÍ	EE-LA/EE-LP	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	EF
Publicidad	Caja Trujillo	0	50.021	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Caja Trujillo, Renzo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Personajes de El Show de Carloncho	0	39.726	El show de Carloncho	Indeterminado	Pr	FI	Venom, Joker, Richard Swing	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Pregunta a los oyentes	Votación por la mejor salsa perucha	0	23.24	Canción	Indeterminado	Pr	FI	Venom, Joker, Richard Swing	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-g	NO	Buena dicción	NO

Interacción entre los locutores	Aún no hay pedidos	0	27.202	El show de Carloncho	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Karaoke	Salsas peruchas	2	39.579	Canción	Indeterminado	Pr	FI	Canciones	NO	EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Pregunta a los oyentes	Pedidos de salsas peruchas	0	53.034	Canción	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes, Daniela Darcourt, Yahaira Plasencia	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Publicaciones de Renzo en Instagram	1	2.508	Redes sociales	Indeterminado	Pr	FI	Venom, Marianita, Renzo, Harley Quinn, Joker	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Maskaret	0	50.015	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Venom, Maskaret	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Karaoke	Salsas peruchas	1	40.17	Canción	Indeterminado	Pr	FI	Canciones	NO	EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Publicidad	Maskaret	0	37.773	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Venom, Maskaret	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Negocios de los locutores	2	40.153	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Venom, Maskaret, Joker, Delicia de la vaquita	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Karaoke	Salsas peruchas	1	12.771	Canción	Indeterminado	Pr	FI	Canciones	NO	EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
Publicidad	Claro	0	54.752	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Claro	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Salsas chenchualonas	Salsas chenchualonas	4	9.753	Canción	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes, Daniela Darcourt, Yahaira Plasencia	NO	EE-LA	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

Interacción entre los locutores	Peleas en comentarios	0	46.579	Redes sociales	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes, Daniela Darcourt, Yahaira Plasencia	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Cuña														
Publicidad	Marca publicitada	0	5.34	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Marca publicitada	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	El enemigo de un peruano es otro peruano	1	16.347	Redes sociales	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes, Daniela Darcourt, Yahaira Plasencia, Amy Gutierrez	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Comentarios sobre las cantantes de salsa	Cantantes de salsa peruanas	0	33.018	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-D	Oyentes, Cantantes de salsa peruana	SÍ	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	¿Yahaira canta o no canta?	1	13.978	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Cantantes de salsa peruana, Carloncho	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Comentarios sobre las cantantes de salsa	¿Yahaira canta o no canta?	1	52.965	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Cantantes de salsa peruana	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Opinión de locutores	Carloncho no es mermelero	1	5.735	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FI	Yahaira Plasencia, Carloncho	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Comentarios sobre las cantantes de salsa	Cantantes de salsa peruanas	4	17.671	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-D	Oyentes, Cantantes de salsa peruana, Marianita, Carloncho, Marc Anthony, Bad Bunny	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Cuña de salida														

TIEMPO TOTAL ACUMULADO			8	2126											
TOTAL EN BASE 6			123.432												

Temáticas	Frec	%
Apariencia física	1.115	0.90%
Canción	11.588	9.39%
Comentarios del público	38.700	31.35%
Comida peruana	2.261	1.83%
Comportamiento humano	4.198	3.40%
Cuentos	13.022	10.55%
El show de Carloncho	17.442	14.13%
Nombres de personas	5.014	4.06%
Películas	11.951	9.68%
Publicidad	12.269	9.94%
Redes sociales	5.872	4.76%
TOTAL	123.432	100%

Ámbito	Frec	%
Continental	1.098	0.89%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	122.335	99.11%

Fuentes	Frec	%
FE-D	8.026	6.50%
FE-I	7.844	6.35%
FI	107.562	87.14%
TOTAL	123.432	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	29.272	23.71%
No	94.161	76.29%
TOTAL	123.433	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	26.522	21.49%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	27.315	22.13%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	23.555	19.08%

TOTAL	123.433	100%
--------------	----------------	-------------

Historicidad	Frec	%
Pasado	12.715	10.30%
Presente	110.717	89.70%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	123.432	100%

EE-LA/EE-LE/EE-LP	46.041	37.30%
TOTAL	123.433	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	46.383	37.58%
ED-PI-G	54.024	43.77%
ED-PI-E	2.640	2.14%
ED-PI-EX	20.386	16.52%
TOTAL	123.433	100%

NOMBRE DEL PODCAST:		EL LANGOY 18.06.2020 - El cumpleaños del viejo Superman																			
DURACION DEL EPISODIO: 02:43:48.712		TEMAS Y TEMATICAS													USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN					
FECHA DEL EPISODIO	18/06/2020	TIEMPO																			
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)						
	Cuña de entrada																				
	Bienvenida al episodio	Saludos	0	9.427	El Langoy	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	FV						

Presentación de los locutores	Presentación	0	44.303	El Langoy	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Tema del día	¿Por qué Superman no es un mal personaje?	0	8.266	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman	NO	EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Superman como personaje	Superman no es un mal personaje	0	20.897	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman	NO	EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Tecnostore	2	22.802	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Tecnostore	NO	EE-LA	EP-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Funatic store	1	54.102	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Funatic store, El Langoy	NO	EE-LA	EP-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Audiopost	0	49.597	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Audiopost	NO	EE-LA/EE-LP	EP-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Patreon	Nombres de los apoyantes	2	33.948	Patreon	Indeterminado	Pr	FI	Apoyantes por Patreon	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Podcast amigos	0	37.755	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Podcast amigos	NO	EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Noticias	Bob Esponja es gay	2	2.415	Comunidad LGBT+	Indeterminado	Pa	FI	Bob Esponja	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Noticias	Personajes de Nick en noticia que celebra a la comunidad LGBT+	1	43.143	Comunidad LGBT+	Indeterminado	Pr	FI	Bob Esponja, Korra	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Leyenda de Korra	Final de Korra	0	57.539	La leyenda de Korra	Indeterminado	Pr	FI	Korra	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Noticias	Personajes de Nick en noticia que celebra a la comunidad LGBT+	1	29.582	Comunidad LGBT+	Indeterminado	Pr	FI	Actor transgénero, Korra, Bob Esponja	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO

Bob Esponja	Interés sexual de Bob Esponja	1	33.344	Comunidad LGBT+	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Bob Esponja, Bart Simpsons	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Noticias	Intolerancia en redes sociales por temas LGBT+	4	6.828	Comunidad LGBT+	Indeterminado	Pr	FI	Bob Esponja, Gente	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Community	Decano de Community	0	51.641	Comunidad LGBT+	Indeterminado	Pr	FI	Decano de Community	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Mujer trans	Recomendación	1	29.721	Comunidad LGBT+	Indeterminado	Pr	FI	Julia Kate	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Mujer trans	Historia de Fran Blanche	1	35.851	Comunidad LGBT+	Indeterminado	Pr	FI	Fran Blanche	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Noticia	Arranca Perú	1	10.588	Políticas económicas	Nacional	Pr	FI	CONFIEP	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Noticia	Explicación de Arranca Perú	1	55.774	Políticas económicas	Nacional	Pr	FI	Reactiva Perú, Cineplanet, El Bocón, Publimetro, Toni Alva, CONFIEP	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Modelo económico	Modelo gringo	0	47.925	Políticas económicas	Continental	Pa	FE-I	El feo, CONFIEP	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Modelo económico	Simulación de democracia	1	21.641	Políticas económicas	Nacional	Pr	FE-I	Martín Vizcarra	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Noticia	Créditos de Arranca Perú	1	2.647	Políticas económicas	Nacional	Pr	FI	Arranca Perú, Empresas grandes	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Empresas peruanas	Empresas en pérdidas	0	47.275	Políticas económicas	Nacional	Pa	FI	El Comercio, Cineplanet, AMCD	NO	EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO

Empresas peruanas	Jugadas económicas	1	29.861	Políticas económicas	Indeterminado	Pa	FI	Empresas peruanas	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Noticia	Opinión de Arranca Perú	1	49.365	Políticas económicas	Indeterminado	Pr	FI	Empresas peruanas	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Noticia	Top 10 de Netflix	22	57.779	Series y películas de Netflix	Indeterminado	Pr	FI	Películas y novelas de Netflix	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Noticia	Eventos de Estados Unidos	1	21.687	Anuncios	Indeterminado	Pr	FI	Warner, San Diego Comic con, Batman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Noticia	Presentación del logo de Suicide Squad	1	0.232	Anuncios	Indeterminado	Pr	FI	Jamen Gunn, Wonderwoman, Aquaman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Marvel y DC Comics	Silencio de Marvel frente DC Comics	2	20.062	Series de DC Comics	Indeterminado	Pr	FI	Marvel, DC Comics, Series de Marvel, Comic Con, HBO	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
DC Comics	Producción de series	4	2.23	Series de DC Comics	Indeterminado	Pr	FI	Series de DC Comics	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Noticia	Opinión de eventos online	5	47.742	Anuncios	Indeterminado	Pr	FI	Play Station, Comic Con, Podcasters, YouTube, Phillip Chu	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
DC Comics	Producción de series	2	8.87	Series de DC Comics	Indeterminado	Pr	FI	Series de DC Comics	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
DC Comics	Opinión de series	3	24.683	Series de DC Comics	Indeterminado	Pr	FI	Series de DC Comics	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PO	NO	Buena dicción	NO

	Cuña de entrada al bloque														
	Introducción del tema	Superman	1	35.445	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Superman	Origen de Superman	1	10.809	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Superman, The Shadow	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Superman	Aceptación de Superman como primer superhéroe	4	7.989	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Superman, The Shadow	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Superman	Diseño de Superman	1	36.687	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Superman, The Shadow, Haya de la Torre	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Michael Chabon	Libro de Michael Chabon	4	25.264	Libros	Indeterminado	Pa	FI	Personajes	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Superman	Origen de Superman	3	43.468	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Superman, Clark Kent, Lex Luthor, Padres de Superman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Superman	Padres de Superman	1	7.802	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Superman, Padres de Superman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Superman	Sociedad real de Superman	1	40.078	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Sociedad	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Mark Waid	Comic Birthright de Mark Waid	2	29.072	Comics	Indeterminado	Pr	FI	Mark Waid	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Superman	Final de comic Birthright	1	13.63	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Mark Waid, Superman, Padres de Superman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO

Superman	Opiniones sobre el uso del origen de Superman	3	4.436	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman, Comics de Superman, Escritores de comics	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Superman	Opinión sobre ¿Cómo evolucionar a Superman?	3	23.882	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman, Comics de Superman, Escritores de comics	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Superman	Primera aproximación de los locutores con Superman	4	52.188	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Richard Donner, Superman, Superamigos, Clark Kent, Comics antiguos, Batman, Max Fleischer, Singer, Snyder	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	FV
Superman	Visión cerrada de qué es Superman	0	36.594	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Snyder, Superman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Película de Superman	Soundtrack de Superman	1	56.587	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Snyder, Superman, John Williams, Zimmer, John Carter	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	FV
Película de Superman	Buenas escenas de Snyder	0	59.512	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Snyder, Superman, John Carter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Película de Superman	Problemas con películas de Snyder	1	7.459	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

Superman	Primera aproximación de los locutores con Superman	2	51.612	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Superman, Batman	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Superman	Primeros comics físicos	3	49.645	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Superman, Superboy, Erradicador, Steel	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Superman	¿Qué es Superman? ¿Por qué es tan importante?	3	32.741	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Superman	Mejor momento para Superman: Cuando fracas	2	12.771	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman, Batman, Liga de la justicia	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Superman	Mejor comic de Superman según los locutores	8	0.931	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman, Batman, Linterna verde, Lex Luthor, Liga de la justicia, Alan Moore	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Superman	Nuevas versiones de Superman desmitificando al alien en la Tierra	1	10.077	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Linterna verde	¿Referencia de Superman en Linterna verde?	2	21.287	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman, Linterna verde, Flecha verde, Batman	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PO	NO	Buena dicción	NO

Denny O'Neil	Memoria de Denny O'Neil	1	8.318	Batman	Indeterminado	Pa	FI	Denny O'Neil, Batman, Neil Adams, Neil Adams	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Superman	Mitología en Superman	1	47.903	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman, Hércules	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Superman	Superman caló en la sociedad	0	46.95	Superman	Indeterminado	Pa	FI	Superman, Sociedad	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Superman	Superman caló en la sociedad	1	14.21	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman,	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Superman	Superman es una historia estancada	0	59.814	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman, Tio Rico, Mickey Mouse, Batman, Indiana Jones	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Superman	Historia interesante por sus villanos en los comics	8	26.566	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Villanos de Superman, Lex Luthor, Flash, Batman, Clark Kent, Liga de la justicia	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Superman	¿Existe futuro para Superman?	1	12.672	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman, 4 fantásticos	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Comentarios del público	Comentarios	3	29.937	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes, Comics de Superman	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Superman	¿Existe futuro para Superman?	0	52.21	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Superman, DC Comics	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PO	NO	Buena dicción	NO
Mensaje a Henry Cavill	Pedido por el futuro de Superman	0	23.579	Superman	Indeterminado	Pr	FI	Henry Cavill	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO

	Despedida del programa	Agradecimientos	0	19.976	El Langoy	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
TIEMPO TOTAL ACUMULADO			129	2032											
TOTAL EN BASE 6			162.860												



Temáticas	Frec	%
Anuncios	8.161	5.01%
Batman	1.139	0.70%
Comics	2.485	1.53%
Comunidad LGBT+	14.875	9.13%
El Langoy	1.228	0.75%
La leyenda de Korra	0.959	0.59%
Libros	4.421	2.71%
Patreon	2.566	1.58%
Políticas económicas	10.418	6.40%
Publicidad	5.738	3.52%
Series de DC Comics	11.931	7.33%
Series y películas de Netflix	22.963	14.10%
Superman	75.977	46.65%
TOTAL	162.861	100%

Ámbito	Frec	%
Nacional	6.299	3.87%
Continental	0.799	0.49%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	155.763	95.64%
TOTAL	162.861	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	39.024	23.96%
Presente	123.836	76.04%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	162.860	100%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	2.159	1.33%
FI	160.701	98.67%
TOTAL	162.860	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	162.860	100.00%
TOTAL	162.860	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	5.730	3.52%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	104.556	64.20%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	1.615	0.99%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	50.960	31.29%
TOTAL	162.861	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	56.988	34.99%
ED-PI-G	80.826	49.63%
ED-PI-E	9.160	5.62%
ED-PI-EX	15.886	9.75%
TOTAL	162.860	100%

NOMBRE DEL PODCAST:	HABLEMOS CON SPOILERS 15.06.2020 - 191Hablemos con Spoilers Harry Potter y La Dumbledore Army - ESPECIAL Harry Potter Años 4-7						
----------------------------	--	--	--	--	--	--	--

DURACION DEL EPISODIO: 03:30:36.167		TEMAS Y TEMATICAS											USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN			
FECHA DEL EPISODIO	15/06/2020	TIEMPO															
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Advertencia	Características del podcast	0	15.139	Hablemos con spoilers	Indeterminado	Pr	FI	Hablemos con spoilers	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO		
	Canción																
TERTULIA	Bienvenida del programa	Saludos	0	25.82	Hablemos con spoilers	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Interacción entre locutores	Clima	0	8.672	Invierno	Indeterminado	Pr	FI		NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Interacción entre locutores	Silla gamer de Luen	0	44.71	Temas personales	Indeterminado	Pr	FI	Sodimac	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Interacción entre locutores	Peso de Luen	0	43.583	Temas personales	Indeterminado	Pr	FI		NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Interacción entre locutores	Silla gamer de Luen	0	21.106	Temas personales	Indeterminado	Pr	FI	Sodimac	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		
	Interacción entre locutores	Silla gamer de Luen	0	13.374	Temas personales	Indeterminado	Pa	FI	Sodimac	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO		

Interacción entre locutores	Retraso de envíos	0	31.259	Temas personales	Indeterminado	Pr	FI	Linio	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Resumen de grabaciones realizadas	Grabaciones	2	7.042	Hablemos con spoilers	Indeterminado	Pr	FI	Harry Potter, Digimon, Andres Wiese, Beba Army, Magaly	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Agradecimientos	Agradecimientos a los seguidores	2	1.034	Hablemos con spoilers	Indeterminado	Pr	FI	Patreon, Facebook	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Canción														
Resaltante de la semana	Richard Swing en el Congreso	1	23.22	Política	Nacional	Pa	FI	Richard Swing, Congreso, Chucho, Fiscalía	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Resaltante de la semana	Richard Swing en el Congreso	1	18.947	Política	Nacional	Pa	FE-I	Richard Swing	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Resaltante de la semana	Richard Swing en el Congreso	1	27.074	Política	Nacional	Pa	FI	Richard Swing	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Resaltante de la semana	Richard Swing en el Congreso	0	14.767	Política	Nacional	Pa	FE-I	Richard Swing, Congresista	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Resaltante de la semana	Richard Swing en el Congreso	0	55.1	Política	Nacional	Pa	FI	Richard Swing, Congreso	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	1	25.658	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Ripley, Magaly, Andres Wiese	SÍ	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Resaltante de la semana	Richard Swing en el Congreso	0	19.04	Política	Nacional	Pa	FI	Richard Swing, Congreso	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

Resultante de la semana	Beba Army vs Magaly	1	46.231	Medios de comunicación	Indeterminado	Pa	FE-I	Magaly, Andres Wiese, Mayra, Beba Army	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Resultante de la semana	Reportaje de Magaly con Aida Martinez	1	8.336	Medios de comunicación	Indeterminado	Pa	FE-I	Magaly, Aida Martinez	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Resultante de la semana	Reportaje de Magaly con Aida Martinez	1	7.291	Medios de comunicación	Indeterminado	Pa	FI	Magaly, Pamela Anderson, Andrea Montenegro	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Resultante de la semana	Foto de actor porno en la Catedral de Lima como muerto por COVID19	1	1.95	Cadenas de internet	Indeterminado	Pa	FI	Jordi	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Resultante de la semana	Tweet de la noticia	1	31.579	Cadenas de internet	Indeterminado	Pa	FE-I	Jordi, Pedro, Juanito, Mía	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Resultante de la semana	Corpus Christi	1	33.994	Religión	Indeterminado	Pr	FI	Cristo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Resultante de la semana	Creencias con la ostia	0	32.136	Religión	Indeterminado	Pr	FI	Catequista	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Resultante de la semana	Experiencias con la iglesia	1	38.266	Religión	Indeterminado	Pr	FI	Luen	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Resultante de la semana	Explicación de las misas	1	19.319	Religión	Indeterminado	Pr	FI	Iglesia	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Resultante de la semana	Nuevas partes de la biblia	1	13.189	Religión	Indeterminado	Pr	FI	Jesús, Relizadores de manga	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	1	12.817	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Congreso, Beba Army,	SÍ	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

									Matrix						
Interacción entre locutores	El hacker de Magely Medina	3	18.251	Medios de comunicación	Indeterminado	Pa	FI	Dayo, IBM, Facebook, Camilo Galdos	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Comentarios	Comentarios	2	14.304	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Facebook, Huella digital, Instagram	SÍ	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Resaltante de la semana	Sunedu cierra una universidad	2	38.127	Universidades	Regional	Pa	FE-I	SUNEDU, Universidad José Carlos Mariátegui	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Resaltante de la semana	SUNEDU	1	31.393	Universidades	Indeterminado	Pa	FI	SUNEDU, SISE, Científica del sur, Richard Swing	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Comentarios	Comentarios	0	40.542	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Play Station, Congresistas, SUNEDU	SÍ	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Canción															
Lo mejor de la semana	The Last of us II	1	45.604	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	Play Station, Juego de PSS, Keiko	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO	
Lo mejor de la semana	Play Station 5	1	37.012	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	Play Station,	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Lo mejor de la semana	Play Station 5	0	38.545	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	Sony, E3, Spiderman	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Lo mejor de la semana	Anuncios de juegos para Play Station 5	4	4.088	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	Spiderman, Suck boy, Gra Turismo 7, Demon Soul,	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	

									Destuccion allStars, Resident Evil						
Lo mejor de la semana	Opinión de Resident Evil	2	3.251	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	Resident Evil	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Lo mejor de la semana	Anuncios de juegos para Play Station 5	3	55.171	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	GTAV	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Comentarios	Comentarios	4	18.763	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Sony	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Play Station 5	Datos extras	4	20.249	Videojuegos	Indeterminado	Fu	FI	Play Station 5	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Play Station 5	Modelo de Play Station 5	1	23.22	Videojuegos	Indeterminado	Fu	FI	Play Station 5	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Play Station 5	Presentaciones de Sony	1	7.43	Videojuegos	Indeterminado	Fu	FI	Play Station 5	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Interacción entre locutores	Power Rangers	7	35.668	Power Rangers	Mundial o global	Pr	FI	Power Rangers, Hasbro	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Interacción entre locutores	Temporadas de Power Rangers o tokusatsu	0	44.164	Power Rangers	Mundial o global	Pa	FI	Power Rangers, Tokusatsu	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Comentarios	Comentarios	1	46.022	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Power Rangers, Martín Vizcarra	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Canción															
Resumen de la semana pasada	Harry Potter	0	57.26	Harry Potter	Indeterminado	Pa	FI	Harry Potter, Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO	

Spoilers de Harry Potter	Cambio de Dumbledore	2	5.062	Harry Potter	Indeterminado	Pa	FI	Richard Harris, Michael Gambon, Jude Law	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Harry Potter	1	22.245	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Harry Potter, Ron Weasley, Ginny Weasley, Cho Chang	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Personaje Cho Chang	1	19.272	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Cho Chang	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Psinopsis de Harry Potter y la orden del fénix	3	44.722	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Opinión del locutor	0	34.365	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Inicio de Harry Potter y la orden del fénix	1	3.158	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Opiniones de Harry Potter	4	49.436	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter, Richard Swing, Carlos Alvarez, Loco Vargas	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	0	30.446	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Richard Harris, Michael Gambon	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Análisis de Dumbledores	1	28.265	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

	Comentarios	Comentarios	2	43.06 2	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter, Alan García	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Spoilers de Harry Potter	Personaje de Frances de la Tour en Harry Potter	1	13.28 2	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Frances de la Tour, Alan García	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Spoilers de Harry Potter	Trama de Harry Potter	3	7.176	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Ricky Martin, Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Comentarios	Comentarios	1	20.13 2	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter, Richard Swing, Monique Pardo	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Spoilers de Harry Potter	Amigos de Harry Potter	1	46.99 7	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	FV
	Spoilers de Harry Potter	Trama de Harry Potter 5	1	27.67 8	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Spoilers de Harry Potter	Dolores Umbridge	0	34.73 7	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Spoilers de Harry Potter	Trama de Harry Potter 5	3	42.35 4	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter,	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Comentarios	Comentarios	2	12.72 5	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter, Richard Swing, Monique Pardo	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

Spoilers de Harry Potter	Muerte de Cedric	1	32.926	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter, JK Rowling	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	0	20.48	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter, Richard Swing, Monique Pardo	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Opinión de diálogo de Sirius Black	0	34.969	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter, JK Rowling	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Explicación de La orden del fénix	1	44.698	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Trama de Harry Potter 6	11	30.213	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter, Sigrid Bazan	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Problemas de Harry Potter 6	4	40.125	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Uso de felix felicis	1	20.991	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter, Richard Swing	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	4	23.407	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter, Gonzalo Nuñez	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Opinión de Harry Potter 7 parte 1	1	0.371	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

Spoilers de Harry Potter	Trama Harry Potter 7 parte 1	8	38.455	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Opinión sobre escenas compartidas por Harry, Hermion y Ron	1	17.949	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Trama Harry Potter 7 parte 1	0	29.691	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Muerte de Dobby	0	45.776	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Trama Harry Potter 7 parte 1	1	25.65	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Experiencia de locutor	Perdida de las entradas del cine	1	2.698	Harry Potter	Indeterminado	Pa	FI	Locutor, Amigo del locutor	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Pelea final de Harry Potter 7 parte 2	0	20.201	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Trama de Harry Potter 7 parte 2	8	17.928	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	1	28.328	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Capas de invisibilidad	1	50.619	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Trama de Harry Potter 7 parte 2	3	15.465	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	1	34.923	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

Spoilers de Harry Potter	Trama de Harry Potter 7 parte 2	6	15.605	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter, Kiko	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Datos extras de Harry Potter	¿Cómo Nagini llega a ser un horrocruxes?	0	20.619	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	JK Rowling	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Datos extras de Harry Potter	Rowling se pelea con actores de la saga	0	47.368	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	JK Rowling, Eddie Redmayne	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	2	50.155	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter, JK Rowling	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Datos extras de Harry Potter	Matemáticas en Harry Potter	0	32.229	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Harry Potter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	0	10.448	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Spoilers de Harry Potter	Final de Harry Potter 7 parte 2	5	36.457	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Comentarios	Comentarios	6	55.172	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Personajes de Harry Potter, Jayimi, Reynaldo Dos Santos	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Datos extras de Harry Potter	Resumen de la obra de teatro de Harry Potter 8	1	35.48	Harry Potter	Indeterminado	Pr	FI	Personajes de Harry Potter	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Recomendaciones para el público	GTAV	0	41.61	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	GTAV	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

	Recomendaciones para el público	Dark	2	11.607	Series vía streamings	Indeterminado	Pr	FI	Dark	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Recomendaciones para el público	Recomendaciones de videojuegos	0	41.61	Videojuegos	Indeterminado	Pr	FI	GTAV	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Dato extra	Nueva serie en Netflix	1	16.954	Series vía streamings	Indeterminado	Pr	FI	Netflix	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Dato extra	Serie en HBO	2	0.975	Series vía streamings	Indeterminado	Pr	FI	HBO	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Comentarios	Comentarios	0	34.737	Comentarios del público	Indeterminado	Pr	FE-I	Oyentes, Netflix, Series	SÍ	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
	Despedida del programa	Saludos	0	22.941	Hablemos con spoilers	Indeterminado	Pr	FI	Hablemos con spoilers	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Canción														
TIEMPO TOTAL ACUMULADO			155	2755											
TOTAL EN BASE 6			200.911												

Temáticas	Frec	%
Cadenas de internet	2.559	1.27%
Comentarios del público	36.700	18.27%
Hablemos con spoilers	5.200	2.59%
Harry Potter	94.208	46.89%
Invierno	0.145	0.07%
Medios de comunicación	7.335	3.65%
Política	5.636	2.81%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	45.335	22.56%
FI	155.576	77.44%
TOTAL	200.911	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
SÍ	36.702	18.27%

Power Rangers	8.331	4.15%
Religión	6.282	3.13%
Series vía streamings	5.492	2.73%
Temas personales	2.567	1.28%
Universidades	4.159	2.07%
Videojuegos	22.297	11.10%
TOTAL	200.911	100%

No	164.209	81.73%
TOTAL	200.911	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LA	16.995	8.46%
EE-LE/EE-LA	12.923	6.43%
EE-LA/EE-LP	42.012	20.91%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	128.980	64.20%
TOTAL	200.910	100%

Ámbito	Frec	%
Regional	2.635	1.31%
Nacional	5.636	2.81%
Mundial o global	8.331	4.15%
Indeterminado	184.309	91.74%
TOTAL	200.911	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	92.094	45.84%
ED-PI-G	90.892	45.24%
ED-PI-E	14.186	7.06%
ED-PI-EX	3.739	1.86%
TOTAL	200.911	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	24.731	12.31%
Presente	169.332	84.28%
Futuro	6.848	3.41%
TOTAL	200.911	100%

NOMBRE DEL PODCAST:	NACION COMBI 18.06.2020 - Nación Combi 241, temp 3 Radicalización del discurso, nadie lo sabía, oportunidades de cambio												
DURACION DEL EPISODIO: 00:57:18.680	TEMAS Y TEMATICAS							USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN				
FECHA DEL EPISODIO	18/06/2020	TIEMPO											

FOMAT O	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)
	Cuña de entrada														
	Bienvenida al programa	Saludos	0	8.045	Nación Combi	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
TERTULIA	Redes sociales	Redes sociales de los locutores	0	7.105	Nación Combi	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Tiempo del podcast	Episodio 241	0	24.52	Nación Combi	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Interacción entre los locutores	Carlos es el chico raro	0	55.17	Nación Combi	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Interacción entre los locutores	Cuarentena en Perú	2	45.929	Cuarentena en el Perú	Nacional	Pr	FI	Población, Cineplanet	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Interacción entre los locutores	Despidos en Cineplanet	0	34.69	Trabajo en el Perú	Nacional	Pa	FI	Cineplanet, SUNAFIL	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Interacción entre los locutores	Problemas en SUNAFIL	1	54.799	Trabajo en el Perú	Nacional	Pa	FI	SUNAFIL	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Introducción a los temas a tratar	Temas a tratar	0	47.925	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Instituciones	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Mensaje de Nación Combi	Créditos del podcast	0	45.975	Nación Combi	Indeterminado	Pr	FI	Nación Combi	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Radicalización del discurso	Libertad de expresión en internet	1	16.207	Mensajes por internet	Indeterminado	Pr	FI	Población	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	AMBIENTAL DE FONDO	Buena dicción	NO

Radicalización del discurso	Censura con bullying en internet	1	20.666	Mensajes por internet	Indeterminado	Pr	FI	Población	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Radicalización del discurso	Respuesta polarizadas en internet	1	10.042	Mensajes por internet	Indeterminado	Pr	FI	Hinchas de la u,	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Radicalización del discurso	La agresividad a flor de piel en todo el mundo	1	15.917	Mensajes por internet	Mundial o global	Pr	FI	Países	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Interacción entre los locutores	Ataque a Carlos	0	39.381	Mensajes por internet	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Brecha de desigualdad	Marcada división entre las desigualdades	1	18.39	Situación actual en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Grupo de ambulantes	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Propuesta de nuevos sistemas	Propuesta de nuevos sistemas	0	48.065	Situación actual en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Urresti, Trump, Bolsonaro	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Experiencia del locutor	Todos se creen especiales	1	16.858	Situación actual en el Perú	Indeterminado	Pa	FI	Ollanta Humala, Nadine Heredia	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Negación de lo evidente	Negación de lo evidente	1	9.752	Situación actual en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Amiga	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Perú durante la cuarentena	¿Por qué falló Perú?	1	16.532	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Población	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Perú durante la cuarentena	Cuarentena en el Perú	1	35.55	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Población	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Enemigos en el Perú	No se respetan reglas	1	40.379	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Población	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO

Publicidad	Asociación de defensa del consumidor (ELEGIR)	0	26.052	Publicidad	Nacional	Pr	FI	ELEGIR	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Desconocimiento general	Explicación del bloque	0	26.099	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Gallinita ciega	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Desconocimiento general	Sector salud ineficiente	0	7.151	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Desconocimiento general	Sector salud ineficiente	0	23.452	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	IPE	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Desconocimiento general	Descubrimiento de servicios ineficientes	1	23.777	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Ministro de salud, Stephen Hawkings	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Entrenamiento en enfermedades cíclicas	Años de entrenamiento en el Perú	0	31.068	Situación actual en el Perú	Nacional	Pa	FI	Enfermedades endémicas	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Sistemas ineficientes	Falta de cumplimiento de servicios necesarios	1	8.545	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	MacGyver	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Oxígeno medicinal en el Perú	Falta de cumplimiento del Estado	0	39.659	Situación actual en el Perú	Nacional	Pa	FI	Estado	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Oxígeno medicinal en el Perú	Precio variante del oxígeno por falta de control	1	46.858	Situación actual en el Perú	Nacional	Pa	FI	Estado, Empresa privada, Proveedores	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Oxígeno medicinal en el Perú	Restricción de la pureza del oxígeno	1	7.988	Situación actual en el Perú	Nacional	Pa	FI	Suecia, Ferrari, Toyota	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Realidad nacional	No se vio la realidad del país	1	6.548	Situación actual en el Perú	Nacional	Pa	FI	País	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO

Realidad nacional	Aprender a escuchar a las personas que saben	5	23.407	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	San Martín, Bolívar, Julio Velarde, Indecopi, Congreso	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Publicidad	Iriarte y asociados	0	33.808	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Iriarte y asociados	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Reflexión de cambio	Reactivación del servicio postal	2	55.171	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Serpost	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Reflexión de cambio	SEDAPAL	0	21.176	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	SEDAPAL,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Reflexión de cambio	Repensar qué está ocurriendo con otras empresas	3	23.65	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	SIMA, BCR, Fuerza Aérea, Marina	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Aprovechar la cuarentena	Situación de Vizcarra con el Congreso	0	43.038	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Congreso	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Elecciones 2021	Carrera electoral	1	18.808	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FE-I	Julio Guzman,	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Elecciones 2021	Carrera electoral	1	33.297	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Congreso	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Aprovechar la cuarentena	Centralización	0	38.359	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Población	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Aprovechar la cuarentena	Poca intención del Estado frente al problema	1	28.607	Situación actual en el Perú	Nacional	Pr	FI	Estado, Rana René	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Publicidad	Mil demonios	0	36.316	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Mil demonios	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
Despedida del programa	Saludos	1	7.988	Nación Combi	Indeterminado	Pr	FI	Nación Combi	NO	EE-LA	ED-PI-E	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO

	Tema de la semana	Labores de uno de los locutores	0	54.195	Situación actual en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Proveedores de luz, Población, Medios	NO	EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Tema de la semana	Labores de uno de los locutores	0	55.124	Situación actual en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	Universidad, Medios	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
	Tema de la semana	Labores de uno de los locutores	2	54.899	Situación actual en el Perú	Indeterminado	Pr	FI	RPP	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	AMBIENT AL DE FONDO	Buena dicción	NO
TIEMPO TOTAL ACUMULADO			34	1387											
TOTAL EN BASE 6			57.116												

Temáticas	Frec	%
Cuarentena en el Perú	2.765	4.84%
Mensajes por internet	5.704	9.99%
Nación Combi	3.480	6.09%
Publicidad	1.603	2.81%
Situación actual en el Perú	41.072	71.91%
Trabajo en el Perú	2.491	4.36%
TOTAL	57.115	100%

Ámbito	Frec	%
Nacional	37.475	65.61%
Mundial o global	1.265	2.21%
Indeterminado	18.375	32.17%
TOTAL	57.115	100%

Historicidad	Frec	%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.000	0.00%
FE-I	55.802	97.70%
FI	1.313	2.30%
TOTAL	57.115	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	57.116	100.00%
TOTAL	57.116	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LA	5.858	10.26%
EE-LE/EE-LA	49.988	87.52%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	1.270	2.22%
TOTAL	57.116	100%

Pasado	8.974	15.71%
Presente	48.141	84.29%
TOTAL	57.115	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PI-G	23.168	40.56%
ED-PI-E	32.276	56.51%
ED-PI-EX	1.672	2.93%
TOTAL	57.116	100%

NOMBRE DEL PODCAST:		96 MOLOKO PODCAST 17.06.2020 - Faraon Love ShadyRRAAAAA												USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN		
DURACION DEL EPISODIO: 00:54:15.484		TEMAS Y TEMATICAS															
FECHA DEL EPISODIO	17/06/2020	TIEMPO															
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE - FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE - EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)		
	Cuña de entrada																
TERTULIA	Bienvenida al programa	Saludos	0	13.873	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO		
	Interacción entre los locutores	Saludos	0	14.756	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FI	Charly	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	FV		

	Tema del día	Nuevo fenómeno musical	0	11.807	Música	Indeterminado	Pr	FI	Nuevo fenómeno musical	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Look de Hugo Ledesma	Micky Quiñonez	0	13.583	Apariencia física	Indeterminado	Pr	FI	Micky Quiñonez	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Publicidad	Creación de app	1	4.853	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Masco	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Faraon Love Shady	Crecimiento de views orgánicos	0	18.854	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	Faraon Love Shady	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Faraon Love Shady	Artista peruano que suena en PR	0	33.808	Faraon Love Shady	Continental	Pr	FI	Faraon Love Shady, Liverpool	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
	Faraon Love Shady	Explicación de la importancia de Faraon Love Shady	0	39.984	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pa	FI	Leslie Shaw, Sony Latin, Mau&Ricky	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Faraon Love Shady	Explicación de la importancia de Faraon Love Shady	0	40.124	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	Faraon Love Shady, El dominio, Malucci	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Audio X	Audio hablando de Faraon Love Shady	0	12.863	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-D	Faraon Love Shady	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Faraon Love Shady	Explicación de la importancia de Faraon Love Shady	0	48.018	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	John Z, Faraon Love Shady, Simple Plan	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Audio X	Audio sobre ser emo	0	7.494	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-D		NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Faraon Love Shady	Música de Faraon Love Shady	0	34.905	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	Faraon Love Shady Fujimori	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

Faraon Love Shady	Faraon Love Shady en PR	0	43.514	Faraon Love Shady	Continental	Pr	FI	Charly, El Molusco, Ricky Martin, Nicky Jam, Conejo Malo, Faraon Love Shady, Michy Backstage	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Audio X	Audio de Faraon Love Shady llorando	0	12.689	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-D		NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Video de Faraon Love Shady llorando	0	52.774	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	Faraon Love Shady, El dominio, Alejandro Sanz	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	¿Es realmente talentoso?	1	39.025	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	Faraon Love Shady, El dominio, Traperos estadounidenses	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Temas de Faraon Love Shady	1	30.267	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	Faraon Love Shady, Bad Bunny, El domino, Tyga	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Audio X	Canción de Faraon Love Shady	0	9.229	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-D		NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Temas de Faraon Love Shady	1	19.342	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	Faraon Love Shady	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Machismo en temas de Faraon Love Shady	0	11.981	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	Faraon Love Shady, JB	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO

Faraon Love Shady	El valor de la transgresión	2	9.892	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FI	Sex Pistols, The Ramons, Motorhead, Raperos estadounidenses, Chabelos	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Audio X	Audio	0	2.948	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-D		NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Letras de las canciones	2	43.282	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-I	Bad Bunny, Faraon Love Shady	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Canciones para poguear	1	9.59	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-I	Rockstar	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Canciones para poguear	0	31.207	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-I	Panocha	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Faraon Love Shady como personaje por explotar	0	18.32	Faraon Love Shady	Indeterminado	Fu	FI	Faraon Love Shady	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Audio X	Canción de Faraon Love Shady	0	3.482	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-D		NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Faraon Love Shady como personaje por explotar	1	1.091	Faraon Love Shady	Indeterminado	Fu	FI	Faraon Love Shady, Alberto Isola, Bruno Odar, The Strokes	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	FV
Faraon Love Shady	La ola Faraon Love Shady	0	45.418	Faraon Love Shady	Indeterminado	Pr	FE-I	Hugo	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Agradecimientos	Agradecimientos a Hugo	0	49.876	Dotes culinarios	Indeterminado	Pr	FI	Luciano Mazzeti, Gaston Acurio, El capital	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

Faraon Love Shady	Felicitaciones a Faraon Love Shady	2	42.586	Faraon Love Shady	Regional	Pr	FI	Faraon Love Shady, YouTube, Magaly, Beba Army, M2H	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Faraon Love Shady	Respuesta de los medios de comunicación con artistas como Faraon Love Shady	1	52.013	Faraon Love Shady	Regional	Pr	FI	Músicos peruanos	NO	EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO
Publicidad	Creación de app	1	7.802	Publicidad	Indeterminado	Pr	FI	Masco	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO
Cuña entre bloques														
Segundo bloque	Inicio de segundo bloque	0	7.801	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FI	Moloko	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Audio X	Audio	0	3.482	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FE-D	Moloko	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Capítulo anterior	Recordatorio de capítulo anterior	0	5.944	Moloko Podcast	Indeterminado	Pa	FI	Podcast invitado	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Audio X	Audio	0	1.346	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FE-D	Moloko	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Capítulo anterior	Agradecimientos al invitado	0	47.043	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FI	Podcast invitado	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Capítulo anterior	Comentarios del capítulo	0	28.374	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FI	Comentarios	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Capítulo anterior	Explicación sobre la invitada del capítulo anterior	1	6.455	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FI	Seguidores, Andres Wiese	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Audio X	Audio	0	5.154	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FE-D	Moloko	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Capítulo anterior	Crítica en privilegios y defensas	3	18.948	Andres Wiese	Indeterminado	Pr	FI	Andres Wiese, Susana	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO

								Higuchi							
Andres Wiese	Video de Andres Wiese	0	55.867	Andres Wiese	Indeterminado	Pr	FI	Andres Wiese	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Andres Wiese	Mayra Couta contra Andres Wiese: No es hombres vs mujeres	1	24.288	Andres Wiese	Indeterminado	Pr	FI	Andres Wiese, Mayra Couto, Al fondo hay sitio	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Andres Wiese	Mayra Couta contra Andres Wiese: No es hombres vs mujeres	1	24.288	Andres Wiese	Indeterminado	Pr	FI	Andres Wiese, Mayra Couto, Al fondo hay sitio	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Discurso feminista	¿Por qué no escuchar?	1	46.022	Feminismo	Indeterminado	Pr	FI	Feministas	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Buscar información	Buscar más información sobre otras líneas de pensamiento	1	28.05	Feminismo	Indeterminado	Pr	FI	Oneto, Laje	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Buscar información	Comenzar a cuestionarse los ideales	1	12.26	Feminismo	Indeterminado	Pr	FI	Andres Wiese, Beba Army, Magaly Medina	NO	EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Televisión e internet	Retroalimentación entre medios	0	29.164	Medios de comunicación	Indeterminado	Pr	FI	Líbero, Depor	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Televisión e internet	Problemas en los medios	0	28.212	Medios de comunicación	Indeterminado	Pr	FE-I	El Bocón, La República, Sigrid	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Medios de comunicación	Explicación de Eloy Marchan	0	25.147	Medios de comunicación	Indeterminado	Pr	FE-I	Eloy Marchan, El Comercio, Publímetro,	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	

									Miro Quesada						
Medios de comunicación	Explicación de Eloy Marchan	1	41.564	Medios de comunicación	Indeterminado	Pa	FE-I	El Bocón, Mulder	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Medios de comunicación	Explicación de Eloy Marchan	1	0.743	Medios de comunicación	Indeterminado	Pr	FE-I	El Comercio, Peluchín	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Medios de comunicación	La suscripción digital no vale la pena en Perú	0	39.009	Medios de comunicación	Nacional	Pr	FI	El Comercio, Filósofo Surcoreano	NO	EE-LA	ED-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO	
Medios de comunicación	Explicación de Eloy Marchan	0	27.028	Medios de comunicación	Indeterminado	Pr	FE-I	Peru 21, Cecilia Valenzuela	NO	EE-LA	ED-PI-E	NO	Buena dicción	NO	
Medios de comunicación	Evidencia de la caída de los medios	2	10.867	Medios de comunicación	Indeterminado	Pr	FI	Magaly Medin, Hildebrandt	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	EF	
Creadores de contenido	Crecimiento en vistas	0	36.641	Medios de comunicación	Indeterminado	Pr	FI	Moloko, Gerardo, La encerrona	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Medios de comunicación	Caída de los medios de comunicación	2	4.505	Medios de comunicación	Indeterminado	Pr	FI	Periódicos, Renato Cisneros	NO	EE-LA	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Moloko podcast	Contenido de calidad y sincero	1	16.904	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FI	Moloko, YouTuber, Medios de comunicación	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PO	NO	Buena dicción	NO	
Agradecimientos	Agradecimientos a los oyentes	1	1.37	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO	

	Búsqueda de auspicio	Auspicios	0	24.868	Moloko Podcast	Indeterminado	Pr	FI	Oyentes	NO	EE-LE/EE-LA	ED-PI-G	NO	Buena dicción	NO
	Cuña de salida														
TIEMPO TOTAL ACUMULADO			31	1433											
TOTAL EN BASE 6			54.877												

Temáticas	Frec	%
Andres Wiesse	7.057	12.86%
Apariencia física	0.226	0.41%
Dotes culinarios	0.831	1.51%
Faraon Love Shady	23.912	43.57%
Feminismo	4.439	8.09%
Medios de comunicación	10.048	18.31%
Moloko Podcast	5.956	10.85%
Música	0.197	0.36%
Publicidad	2.211	4.03%
TOTAL	54.877	100%

Ámbito	Frec	%
Regional	4.577	8.34%
Nacional	0.650	1.18%
Continental	1.289	2.35%
Mundial o global	0.000	0.00%
Indeterminado	48.361	88.13%
TOTAL	54.877	100%

Historicidad	Frec	%

Fuentes	Frec	%
FE-D	0.978	1.78%
FE-I	9.203	16.77%
FI	44.695	81.45%
TOTAL	54.876	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	54.877	100.00%
TOTAL	54.877	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	23.133	42.15%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	22.100	40.27%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	1.867	3.40%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	7.777	14.17%
TOTAL	54.877	100%

Pasado	2.458	4.48%
Presente	51.095	93.11%
Futuro	1.324	2.41%
TOTAL	54.877	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	16.805	30.62%
ED-PI-G	21.041	38.34%
ED-PI-E	13.584	24.75%
ED-PI-EX	3.447	6.28%
TOTAL	54.877	100%

NOMBRE DEL PODCAST:		SIN PALTAS PODCAST 15.06.2020 - Episodio 56 La música														
DURACION DEL EPISODIO: 01:06:15.392		TEMAS Y TEMATICAS												USO DE LA MÚSICA	LOCUCIÓN	
FECHA DEL EPISODIO	15/06/2020	TIEMPO														
FOMATO	SECUENCIA	TEMA	Min	Seg	TEMÁTICA	ÁMBITO	HISTORICIDAD (Pa-Pr-Fu)	FUENTES (FE-D/FE-I) (FI)	ACTORES	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	ESTRATEGIAS EXPRESIVAS (EE-EE-LP/EE-LE/EE-LA)	ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN (ED-PO/ED-PI (ED-PI-G/ED-PI-E/ED-PI-Ex))			EFFECTOS DE SONIDO (FV/EF)	
	Cuña de entrada															
	Interacción entre los locutores	Mía de patrona	0	31.126	Sin Paltas	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
TERTULIA	Episodio anterior	Comentarios del público	2	27.214	Sin Paltas	Indeterminado	Pr	FI	Locutores, Público, Twitter	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO	

Episodio anterior	Idea del episodio anterior	0	54.752	Sin Paltas	Indeterminado	Pr	FI	George Floyd, Omar, Gente	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Feminismo	Omar y el feminismo	2	51.316	Feminismo	Indeterminado	Pr	FI	Omar, Pareja de Omar	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Cherry del podcast	Redes sociales de Sin Paltas y locutores	1	34.551	Sin Paltas	Indeterminado	Pr	FI	Locutores	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Introducción del episodio	La música	0	46.254	Música	Indeterminado	Pr	FI	Música, Padres de Omar	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Omar y la música	Estudios del papá y la mamá de Omar	1	10.635	Música	Indeterminado	Pa	FI	Música, Padres de Omar	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Mía y la música	El papá y la mamá de Mía musicalmente	0	45.65	Música	Indeterminado	Pr	FI	Música, Padres de Mía	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Mía y los instrumentos	Instrumentos que quiere y sabe tocar	0	48.297	Música	Indeterminado	Pr	FI	Mía	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Diferencia de la crianza musical de los locutores	Omar y la música	1	21.734	Anécdota	Indeterminado	Pa	FI	Omar, Padres de Omar	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Diferencia de la crianza musical de los locutores	Oído musical de Omar	0	11.284	Música	Indeterminado	Pr	FI	Omar	NO	EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Diferencia de la crianza musical de los locutores	Omar y la música clásica	0	32.182	Música	Indeterminado	Pa	FI	Omar, Padres de Omar, Músicos de música clásica	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Anécdota de Mía	Pronunciación de Chopin	1	20.387	Anécdota	Indeterminado	Pa	FI	Mía, Profesora de Mía,	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO

								Chopin							
Música en la gente	Los niños no pueden escapar de la música	2	31.812	Música	Indeterminado	Pr	Fl	Niños, Profesores	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	FV	
Himno nacional	Anécdota de Omar	0	52.569	Anécdota	Indeterminado	Pa	Fl	Omar	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO	
Himno nacional	Mía no sabe el himno	0	47.925	Música	Indeterminado	Pr	Fl	Mía	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO	
Canciones en el colegio	Anécdota de Mía	1	58.839	Música	Indeterminado	Pa	Fl	Mía	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	FV	
Canciones en el colegio	Canciones cristianas	4	50.76	Música	Indeterminado	Pa	Fl	Omar, Hillsong, Rakm-KenY	NO	EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	FV	
Música brasileña	Música brasileña	3	29.258	Música	Indeterminado	Pa	Fl	Axe Bahía, Anita	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	FV	
Música brasileña	División entre niños y niñas	1	49.505	Música	Indeterminado	Pa	Fl	Axe Bahía, Amigo de Omar, Amigos de Mía	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO	
Reggaeton	Reggaeton en tiempos de colegio	5	26.286	Música	Indeterminado	Pa	Fl	VicoC, Beyonce, Ariana Grande, Taylor Swift, Demi Lovato	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	FV	
Reggaeton	Mía y el reggaeton	0	9.473	Música	Indeterminado	Pa	Fl	Reggaeton	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO	

Reggaeton	Mía y el reggaeton	0	48.854	Anécdota	Indeterminado	Pr	FI	Cantantes de Reggaeton , Bad Bunny, J Balvin, Maluma	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Reggaeton	Bailar reggaeton en tiempos de colegio	1	41.146	Anécdota	Indeterminado	Pr	FI	Mía, Padres, Amigos	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Reggaeton	Omar y el reggaeton	0	52.755	Música	Indeterminado	Pa	FI	Omar, Blink 182, Green Day, MCR, Good Charlotte, Tito El Bambino, Hector El father, Don Omar, Daddy Yankee	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Reggaeton	Mía era emo reggetonera	0	54.706	Música	Indeterminado	Pa	FI	Mía, Sony, MCR, Good Charlotte, Panic at the disco, Fall out boy, Jared Leto	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Reggaeton	Omar y el reggaeton	0	19.504	Música	Indeterminado	Pr	FI	Spotify	NO	EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Trap	Omar y el trap	0	5.201	Música	Indeterminado	Pr	FI	Spotify, Bad Bunny	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Trap	Intento de explicación del trap	0	46.254	Música	Indeterminado	Pr	FI	Reggaton, Hip Hop	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO

Reggae	Hay gente que odia el reggae	1	2.879	Música	Indeterminado	Pr	FI	Los Cafres, Gondwana , Bob Marley	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Salsa	Gusto por la salsa	1	26.285	Música	Indeterminado	Pr	FI	Claudia, Ruben Blades, Frankie Ruiz, Hector Lavoe, Daniella Darcourt, Willy Colon, Enamorada de Omar	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Salsa	Anécdota de Omar	1	1.022	Anécdota	Indeterminado	Pr	FI	Enamorada de Omar	NO	EE-LE/EE-LA/EE-LP	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Salsa	Escuchar salsa	2	46.597	Música	Indeterminado	Pr	FI	Profesionales, Mía , Omar, Líquida	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	FV
Salsa	Bailar salsa	0	22.738	Música	Indeterminado	Pr	FI	Bailarines	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-G	NO	Buena dicción	NO
Música	Significado de la música para Mía	0	51.548	Música	Indeterminado	Pr	FI	Mía	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Música	Significado de la música para Omar	0	38.591	Música	Indeterminado	Pr	FI	Omar	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO
Conciertos	Conciertos en vivo	2	8.94	Música	Indeterminado	Pr	FI	Mía, Diego Torres, Maroon 5, Gondwana , Los Cafres, Kike Neyra, Amén, Líbido, Bareto	NO	EE-LE/EE-LA	EP-PI-Ex	NO	Buena dicción	NO



Temáticas	Frec	%
Anécdota	12.414	18.79%
Conciertos	2.433	3.68%
Feminismo	2.855	4.32%
Música	42.463	64.26%
Sin Paltas	5.917	8.95%
TOTAL	66.082	100%

Ámbito	Frec	%
Indeterminado	66.082	100.00%
TOTAL	66.082	100%

Historicidad	Frec	%
Pasado	31.799	48.12%
Presente	34.283	51.88%
Futuro	0.000	0.00%
TOTAL	66.082	100%

Fuentes	Frec	%
FI	66.082	100.00%
TOTAL	66.082	100%

Presencia Destinatario	Frec	%
Sí	0.000	0.00%
No	66.082	100.00%
TOTAL	66.082	100%

Estrategias Expresivas	Frec	%
EE-LE	0.000	0.00%
EE-LA	0.325	0.49%
EE-LP	0.000	0.00%
EE-LE/EE-LA	21.476	32.50%
EE-LE/EE-LP	0.000	0.00%
EE-LA/EE-LP	5.034	7.62%
EE-LA/EE-LE/EE-LP	39.247	59.39%
TOTAL	66.082	100%

Estrategias Difusión	Frec	%
ED-PO	0.000	0.00%
ED-PI-G	27.075	40.97%
ED-PI-E	0.000	0.00%
ED-PI-EX	39.007	59.03%
TOTAL	66.082	100%

