

// ARTÍCULO

La representación del *podcasting* en las series de ficción: el perfil del *podcaster* y rutinas de producción

The representation of podcasting in fiction series: podcaster profile and production routines

Recibido: 06/08/2025
Solicitud de modificaciones: 20/01/2026
Aceptado: 09/02/2026

María Fitó-Carreras

Universitat Internacional de Catalunya
mfito@uic.es
<https://orcid.org/0000-0002-0500-4006>

Alfonso Freire-Sánchez

Universidad Abat Oliba CEU
freire2@uao.es
<https://orcid.org/0000-0003-2082-1212>

Resumen

Las series y películas de ficción han demostrado ser herramientas válidas para representar distintas profesiones y sus rutinas de trabajo. Sin embargo, con frecuencia se alejan de la realidad en lo que respecta a los perfiles profesionales y a su ejercicio práctico. Este estudio analiza la representación del *podcasting* en las series de ficción con el fin de determinar si estas contribuyen a ofrecer una imagen precisa de la profesión. Asimismo, se responde si las rutinas de trabajo representadas y los equipos técnicos empleados por los *podcasters* permitirían la producción de un podcast real y si dicha representación guarda relación con el periodismo, disciplina ampliamente retratada en el cine y la televisión desde hace décadas. Los resultados indican que los procesos laborales y los equipos técnicos mostrados en las series no suelen ajustarse a los requerimientos necesarios para la producción de un podcast con calidad profesional. Además, en algunos casos se observa una conexión con el periodismo, especialmente cuando se presenta a los *podcasters* como figuras que buscan exponer la verdad a través de sus contenidos. En conclusión, aunque las series pueden ayudar a comprender ciertos aspectos del proceso de producción de un podcast, su representación tiende a ser inexacta y podría influir de manera distorsionada en la percepción del público.

Palabras clave: representación; *podcasting*; *podcaster*; narrativa de ficción; podcast.

Abstract

Fictional series and films have proven to be useful tools for representing different professions and their work routines. However, they often depart from reality with regard to professional profiles and their practical performance. This study analyzes the representation of podcasting in fiction series in order to determine whether they contribute to offering an accurate image of the profession. It examines whether the work routines portrayed and the technical equipment used by podcasters would allow for the production of a viable podcast, and whether such representation is related to journalism, a discipline that has been widely depicted in film and television for decades. The results indicate that the work processes and technical equipment shown in the series do not usually meet the requirements necessary to produce a professional-quality podcast. In addition, in some cases a connection with journalism can be observed, especially when podcasters are presented as figures who seek to expose the truth through their content. In conclusion, although series can help to understand certain aspects of the podcast production process, their representation tends to be inaccurate and could distort public perception.

Keywords: representation, journalism, podcasting, podcaster, fictional narrative.

1. Introducción

Después de casi dos décadas de recorrido, la audiencia ya está familiarizada con las ideas fundamentales del *podcasting* (Rime *et al.* 2022). Este medio sonoro digital hablado ofrece a los usuarios la posibilidad de entretenerse, informarse y formarse gracias a la amplia variedad de temáticas que abordan los pódcast en combinación con la comodidad su consumo bajo demanda, lo que permite escucharlos en cualquier momento y lugar (Kishigami 2004; Bottomley 2015; Bonini 2015).

Sin embargo, a pesar de la alta penetración del pódcast en los hábitos de consumo mediático, las dinámicas de trabajo asociadas a su producción siguen siendo en gran medida desconocidas para quienes no están familiarizados con este ámbito profesional. Este desconocimiento tiende a ocultar la complejidad inherente a la creación de narrativas sonoras (Izuzquiza 2019; Meiner 2019; Nuzum 2019; Patxi 2020; Cockburn 2022; Weldon 2024). El productor Francisco Izuzquiza (2019) señala que «mucha gente piensa que hacer pódcast es ponerse delante del micrófono y hablar. Literalmente. Si no fuera por el desconocimiento que existe hacia nuestro trabajo, para los profesionales del medio suena casi a falta de respeto» (p. 3). De manera similar, el productor de pódcast Jay Cockburn (2022) afirma que los «podcasts are easy to make, right? Sort of. It's easy to record two people chatting about your chosen topic into a phone or laptop, put it on the internet and call it a podcast» (p. 1).

Existe una paradoja entre, por un lado, el crecimiento de la audiencia global del pódcast, la proliferación de producciones –a lo que se suma la efervescencia del pódcast *true crime* (Vidal-Mestre *et al.*, 2024)– y la progresiva democratización de su producción (Martín-Morán y Martín-Nieto, 2022) y, por otro, la persistencia de la antes señalada «desinformación» en torno a la disciplina del *podcasting* y su proceso de profesionalización. No obstante, el auge del pódcast ha propiciado un incremento en la representación de los *podcasters* en de las producciones audiovisuales, donde resulta cada vez más frecuente encontrar protagonistas vinculados a la creación de este tipo de contenidos.

Para Paz y Montero, «el filme es un espejo y toda forma de cine revela la sociedad en el seno de la cual se elabora» (1999). De este modo, las películas y las series se configuran como una forma de entretenimiento con un importante valor formativo que permiten visibilizar el entramado interno de los medios de comunicación y conocer sus rutinas productivas (Bezuntea-Valencia *et al.* 2008; Osorio 2009; Hao 2022; Coronado-Ruiz 2024). Dentro del ámbito de interés de esta investigación, la comunicación sonora, especialmente la radio, ha sido representada en numerosas películas como *Historias de la radio* (José Luis Sáenz de Heredia 1955), *Días de radio* (Woody Allen 1987), *Good Morning Vietnam* (Barry Levinson 1987), *Talk Radio* (Oliver Stone 1988), *The Boat That Rocked (Pirate Radio)* (Richard Curtis 2009), *Love and the Radio Star* (Graeme Campbell 2022) o series como *Radio Cincinnati* (Hugh Wilson 1978-1982), *Midnight Caller* (Richard Di Lello 1988-1991) o *Frasier* (David Lee 1993-2004 y 2023-2024), entre otras. En cuanto al *podcasting*, su representación empieza a ganar relevancia especialmente en las series, visibilizando la disciplina mediante una amplia variedad de recursos narrativos y estéticos (Mejino 2023; Morillo 2024). Entre los títulos más destacados se encuentran la pionera *Maron* (Marc Maron 2013), *Alex Inc.* (Matt Tarses, Zach Braff y Richie Keen 2018), *Truth Be Told* (Nichelle Tramble Spellman 2019-presente), o *Limetown*

(Zack Akers 2019). Estas series están permitiendo a la sociedad moldear la percepción del universo del *podcasting*, desde la figura del *podcaster* hasta el proceso de producción de un pódcast y su ejecución técnica. Sin embargo, el modo en que está realizando dicha representación es relevante debido a que la audiencia percibe las narrativas de ficción como una segunda realidad en lugar de como ficción (Tarkovski 2002).

Hasta la fecha, los estudios sobre la representación del universo del *podcasting* en las películas y series de ficción son inexistentes. No obstante, existe una considerable literatura académica acerca de la representación del periodismo y los medios de comunicación en producciones cinematográficas y series (Ghiglione y Saltzman 2005; San José-De la Rosa *et al.* 2023), hecho que contribuye a establecer ciertos paralelismos con el *podcasting*.

En palabras de Arcadi Espada, «la inquietud esencial del periodista es la existencia de la verdad» (Espada 2003: 1). A *grosso modo*, la figura del periodista es atractiva para los cineastas debido a que vive experiencias inaccesibles para el resto de la sociedad, está presente en acontecimientos importantes y entrevistas a personas relevantes, ejerce el contrapoder –tiene autoridad para vigilar y enfrentarse a los poderosos– y está disponible para la profesión, enfrentándose a horarios impredecibles que, a menudo, afectan su vida personal (Mera 2008). Entre los autores, existe una postura generalizada de la «distancia entre los roles profesionales ideales y su concreción práctica» (Vicent-Ibáñez y Merinero-Sánchez 2024: 3). Además, «lo que se muestra es lo fuera de lo común en la profesión, ampliando los rasgos y reduciendo los matices» (Mera 2008: 519), en ocasiones, «sin tener en cuenta los roles auténticos de su actividad» (Vicent-Ibáñez y Merinero-Sánchez 2024: 4).

Partiendo de la hipótesis de que las ficciones no pueden volverse demasiado semejantes a la vida real ni duplicar la realidad por el mero hecho de ser ficciones (Perkins 1997), este trabajo tiene como objetivo principal determinar si las series de ficción ofrecen una representación fidedigna de la disciplina del *podcasting* o si, por el contrario, se produce una disonancia entre la práctica real de esta actividad y su representación narrativa, generando posibles tensiones que influyan en la percepción de la audiencia. La actual ausencia de trabajos académicos que abordan su representación en las ficciones audiovisuales resalta la pertinencia de esta investigación.

2. Definiendo el universo del *podcasting*

En sus inicios, el *podcasting* se percibía como una forma remediada de la radio, considerada la predecesora conceptual del pódcast (Edmond 2015), ya que este toma elementos, características y prácticas del medio radiofónico y se adapta a las posibilidades del entorno digital (Clausen y Sikjær 2021). Este medio democratiza el acceso a la producción de contenidos sonoros, que hasta entonces estaba reservada a los profesionales de la radio (Sellas 2018; Riaño 2021): cualquier persona puede producir y publicar su propio pódcast sin necesidad de un estudio u obtener una licencia de emisión, como en la radio, hecho que facilita la conversión del oyente a productor (Berry 2006). Para autores como Benkler (2006) y Jenkins (2008), el *podcasting* es un ejemplo de cómo los ciudadanos hacen uso de los recursos digitales para crear y compartir contenidos a partir de nuevas prácticas mediáticas independientes y amateurs. De este modo, se configura un nuevo ecosistema mediático construido a través de creadores alejados de la profesión

periodística (Rosen 2012). Todo usuario con un ordenador, un micrófono y acceso a internet puede crear y publicar un podcast (Tenorio 2019; Recio 2023), con el apoyo de numerosos recursos en línea y libros especializados que ofrecen las claves de la disciplina.

Desde la perspectiva del sujeto, ser *podcaster* implica más que ser un simple anfitrión o presentador de un podcast. Según Meijomil (2022), un *podcaster* puede definirse de manera amplia como «la persona que se dedica a la planificación, elaboración, distribución y promoción de archivos de audio en formato podcast». Esta definición resalta la multidimensionalidad del rol, que abarca desde la conceptualización del contenido hasta las estrategias para alcanzar y conectar con la audiencia. En cuanto a las categorías, Ortiz-Díaz y Moreno-Moreno (2024) distinguen entre el *podcaster* amateur y el profesionalizado. El *podcaster* amateur, que trabaja de forma independiente, se caracteriza por «tener autonomía editorial y económica de cualquier medio u organización periodística» (p. 358). Estos creadores suelen producir contenido sin depender de estructuras formales de financiación recurriendo para ello a fórmulas publicitarias, eventos en vivo, suscripciones al contenido y el *crowdfunding* (Adler Berg 2021; Rei-Anderson 2022). Por otro lado, el *podcaster* profesionalizado cuenta con experiencia y formación específica en comunicación y el medio sonoro, presta sus servicios para un tercero, bajo sus directrices, «siguiendo las estructuras de producción y los estándares de calidad de los medios, y las plataformas» (Ortiz-Díaz y Moreno-Moreno 2024: 359). No obstante, los *podcasters* profesionales también pueden ejercer su actividad de forma independiente, es decir, como *freelancers* y ofrecer sus producciones a medios y plataformas. En relación con los *podcasters* independientes, García-Marín (2020) señala que suelen poseer una sólida formación académica y un profundo conocimiento sobre los temas que abordan en sus programas, además de contar con considerable experiencia en comunicación.

3. Producción de podcast y recursos técnicos

La creación de un podcast pasa por el cumplimiento de fases relacionadas con la preproducción, producción y postproducción del contenido sonoro, que se completa con su publicación en las plataformas de distribución de audio y su promoción (Molano 2023).

La fase de preproducción engloba todos los pasos previos a sentarse delante del micrófono y hablar (Izuzquiza 2019). Para López-Villafranca y Rodríguez-Ortiz (2024), «es el punto de partida para saber qué temas e historias se pueden contar, la relevancia que podrá tener la historia, el impacto e interés que pueda generar en la audiencia y cómo empezar a producirla» (p. 136). En ella se lleva a cabo una investigación sobre el estado del arte acerca del contenido que se abordará en el podcast y se plantean todos los detalles relativos al proyecto: selección del género narrativo, los recursos humanos y técnicos necesarios, la planificación de la producción y el presupuesto necesario para llevar a cabo la producción integral del proyecto. Por último, se define el número de episodios, su duración y la periodicidad de publicación (Recio 2023).

Concluida la fase de preproducción, se inicia la producción con la escritura del guion sonoro –guion literario y técnico–, el documento que detalla todos los aspectos necesarios para crear el podcast, permitiendo organizar el relato, planificar la producción y su posterior edición. Sin embargo, es posible ejecutar un podcast sin guion, simplemente hablando y grabando la conversación (Marquina s. f.).

La producción del pódcast se materializa con la grabación, que puede llevarse a cabo en un estudio, un espacio habilitado o *in situ*, en el lugar en el que se desarrollan los hechos. El estudio, equipado con sistemas para la grabación y edición de audio digital, puede tratarse de un espacio profesional diseñado acústicamente para tal fin o un *home studio*, un espacio de trabajo doméstico que emula las características de un estudio profesional, que puede generar una alta calidad en resultado del audio (Flanagan 2022; Cockburn 2022), compitiendo eficazmente con grandes medios. Este hecho ha facilitado que todo usuario pueda acceder al mundo del *podcasting* (Tenorio 2009). Cualquier espacio cerrado puede habilitarse «con aislamiento acústico con paneles, pero hay alternativas económicas para conseguir el mismo efecto» (Molano 2023). El aislamiento evita la interferencia de ruidos externos y las trampas de graves, espumas absorbentes y otros materiales como cortinas amortiguan las resonancias de la sala, lo cual repercute positivamente en la calidad de la grabación. Por lo general, las grabaciones *in situ* se realizan mediante una grabadora digital e incluso con un *smartphone* (Izuzquiza 2019).

En cuanto al equipo técnico necesario para la producción de un pódcast, este incluye un sistema de captación del sonido –micrófono o *smartphone*–, un dispositivo de mezcla de sonido –mesa de mezclas o interfaz de audio (tarjeta de sonido, *inputs*, *outputs* o preamplificadores)– y un soporte de grabación –ordenador, grabadora, *smartphone*– y accesorios como auriculares o filtros antipop para la microfonía (Marquina s. f.; Ramos 2015; Izuzquiza 2019).

Realizada la grabación, se procede a su postproducción con el diseño sonoro del pódcast. En este proceso se materializa en audio la historia guionizada, proporcionando al proyecto identidad sonora y «la capacidad de inmersión del oyente para que experimente la narración, como un proceso en el que puede vivirla junto al narrador y llegue a sentirse dentro de la historia» (López-Villafranca y Rodríguez-Ortiz 2024: 148). Este proceso implica la integración de cortes de voz, las piezas creadas para la narrativa, separadores, la música y los efectos diegéticos, si se aplican, mediante el uso de *software* de edición. Estos elementos no solo otorgan identidad al pódcast, sino que una edición sonora cuidadosa también influye significativamente en la calidad del producto final. Para el *podcaster* Juanjo Ramos (2015), el *software* más adecuado para la creación de pódcast es aquel que ofrece opciones para grabar sonido de diversas fuentes, editar el audio –cortar, pegar, mezclar pistas y añadir efectos– y convertir formatos. Uno de los programas más populares de acceso abierto es Audacity (Cockburn 2022). Existe también *software* de pago más avanzado que ofrece características adicionales, como la integración de guiones en *teleprompter* y la creación automática de canales en redes sociales. Una vez obtenido el producto final, se lleva a cabo el etiquetado del archivo a través de metadatos como, por ejemplo, título del archivo, autor, fecha, comentarios, temática e imagen asociada, entre otros (Gallego-Pérez 2012; Weldon 2021).

El proceso finaliza con la publicación del pódcast en plataformas de distribución de audio como Spotify, Ivoox o Apple Podcast, entre las más populares, y/o la creación de una web para alojarlo, e incluso su integración en redes sociales como Facebook y Twitter o en portales como YouTube (Terol-Bolinches *et al.* 2021). Moreno-Cazalla (2017) apunta que en el proceso de producción «el audio no es el único archivo que se produce, sino que se crean otros contenidos relacionados con los programas y episodios para el blog, generalmente textos, imágenes y elementos de vídeo (entrevistas y *making of* alojados en YouTube), con información adicional» (p. 345). De este modo,

el *podcaster* puede agregar contenido textual para describir el contenido de los episodios y crear la imagen visual del proyecto para ilustrar su contenido a través de la portada del pódcast. Para López-Villafranca y Rodríguez-Ortiz (2024) la identidad visual contribuye a que los usuarios accedan al sitio del pódcast o a las plataformas en las cuales está alojado, se queden y lo escuchen, porque les ha parecido lo suficientemente seductor» (p. 149). Finalmente, para destacar entre la amplia oferta de títulos, resulta clave llevar a cabo una adecuada estrategia de promoción mediante la creación de contenidos transmedia que complementen al propio pódcast (García-Marín 2020). En este sentido, Berry (2006) señala que aquellos programas que alcanzan el éxito suelen estar asociados a un productor, una marca o una personalidad reconocida. En el resto de los casos, se hace necesaria su difusión a través de redes sociales y de la cobertura periodística especializada. Asimismo, resulta fundamental la interacción del *podcaster* con los oyentes en las redes sociales para favorecer la creación de una comunidad en torno al pódcast y fomentar la lealtad de la audiencia mediante una retroalimentación constante (Meinzer 2019).

En paralelo, puede llevarse a cabo la comercialización del pódcast mediante la inclusión de cuñas, patrocinios o la realización de eventos en vivo, su cesión a plataformas de distribución de audio (Adler Berg 2021) o su monetización a través de las suscripciones de pago o el *crowdfunding* (Rei-Anderson 2022).

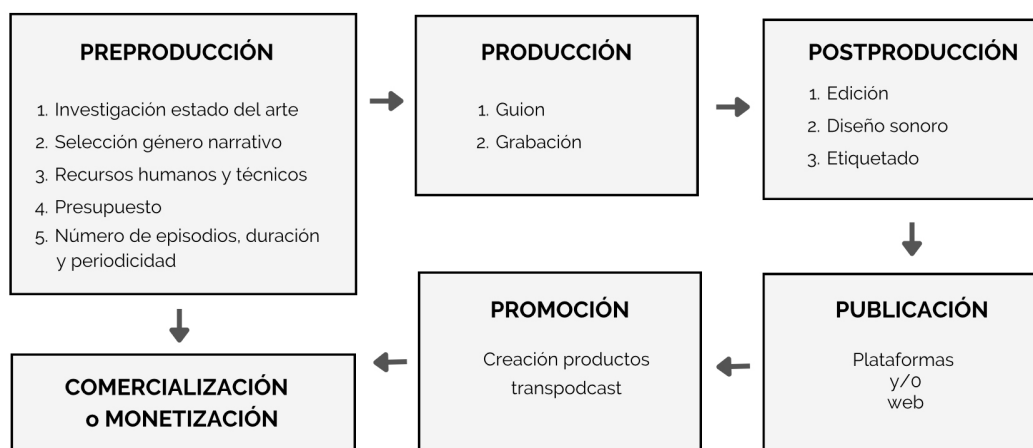


Figura 1. Fases en la producción de un pódcast

Fuente: elaboración propia.

4. Objetivo y metodología

El objetivo principal de esta investigación es dilucidar si las series de ficción proyectan una representación fidedigna de la disciplina del *podcasting*, en concreto, en términos del proceso productivo y técnico. A su vez, persigue responder las siguientes preguntas de investigación:

- PI1. Las rutinas de trabajo representadas en las series y los equipos técnicos empleados por los *podcasters*, ¿permitirían la producción de un pódcast real?
- PI2. ¿La representación de los *podcasters* en las series está relacionada con la disciplina del periodismo?

Para la consecución de lo planteado se emplea el método del estudio de caso, ya que está enfocado en el análisis de temas contemporáneos en los que el investigador no tiene control directo (Yacuzzi 2005) y que permite responder a las preguntas del porqué y el cómo de una realidad determinada (Yin 2014).

Para la selección de la muestra, se lleva a cabo una búsqueda en línea entre octubre y diciembre de 2024 de series que representan el *podcasting* en la narrativa. Se introduce en el motor de búsqueda Google una combinación de los siguientes términos, tanto en español como en inglés: «serie», «ficción», «protagonista» y «podcaster». Del proceso resultan las siguientes series: *Maron* (Marc Maron 2013), *Alex Inc.* (Matt Tarses, Zach Braff y Richie Keen 2018), *Truth Be Told* (Nichelle Tramble Spellman 2019-presente), *Limetown* (Zack Akers 2019), *Only Murders in the Building* (Steve Martin y John Hoffman 2021-presente), *Bodkin* (Jason Vukovich 2022), *Based on a True Story* (Craig Rosenberg 2023) y *Nobody wants this* (Erin Foster 2024). Esta muestra inicial se depura con la aplicación de los siguientes criterios:

- Series disponibles en plataformas VOD que operan en España, que corresponde al enclave geográfico en el que se realiza esta investigación.
- Producidas en los últimos cinco años (2019-2024), periodo que corresponde a la etapa de consolidación de la industria del *podcasting*.

De su aplicación emanan cuatro títulos, tres de los cuales resultan estar unidos por una casuística: la narrativa de las series gira en torno a la resolución de crímenes, cuyos protagonistas, en cada caso, plasman la investigación a través de la producción de un pódcast del género *true crime*. En términos generales, el pódcast *true crime* combina las vertientes del entretenimiento y la información a través del cual se va narrando un crimen de referencia (Nichols 2017). Para Boorsma (2017), estas producciones persiguen entender al «monstruo» y sus propósitos detrás de crímenes reales o incluso poner el foco en los finales cuestionables. Según Bruzzi (2016), el género convierte el papel de la audiencia en activo, en lugar de pasivo, fomentando la cultura participativa, definida por Jenkins (2008) como aquella en la que los consumidores no solo son receptores pasivos, sino también participantes activos en la creación y circulación de contenido.

A continuación se describen brevemente las series seleccionadas:

- *Truth Be Told* (Nichelle Tramble Spellman 2019-2024, 3 temporadas, 28 episodios, disponible en Prime Video y Apple TV): La periodista Poppy Parnell, quien cubrió un caso de asesinato, lo reabre veinte años después ante nuevas pruebas a través del pódcast *Reconsideration* del género de *true crime*. En la segunda temporada, investiga la muerte de un director de documentales y, en la tercera, una red de tráfico de adolescentes para prostitución.
- *Only Murders in the Building* (Steve Martin y John Hoffman 2021-presente, 4 temporadas, 40 episodios, disponible en Disney+): La misteriosa muerte de un corredor de bolsa une a tres vecinos desconocidos seguidores del pódcast ficticio *All is Not OK in Oklahoma*. Al investigar el caso, clasificado como suicidio, crean su propio pódcast y se ven involucrados en más asesinatos.

- *Bodkin* (Jason Vukovich 2022, temporada única, 7 episodios, disponible en Netflix): Gilbert Powel es un *podcaster* estadounidense que trabaja en una serie de *crímenes* para *The Guardian*. Viaja hasta Bodkin, un pequeño pueblo costero de Irlanda, para investigar la desaparición de tres personas veinticinco años atrás.
- *Nobody Wants This* (Erin Foster 2024-presente, una temporada, 10 episodios, disponible en Netflix): Comedia romántica en la que una *podcaster* produce junto a su hermana un pódcast conversacional sobre sexo.

En una segunda fase, se visionan el total de 85 episodios que conforman la muestra seleccionada. Para la recogida de datos, se elabora una ficha de registro que los investigadores completan a medida que realizan el visionado de las series. Esta ficha incluye seis variables descriptivas (véase la tabla 1), extraídas de la literatura especializada revisada en el marco teórico.

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS
Perfil podcaster (V1)	• Amateur • Profesional dependiente • Profesional independiente	García-Marín (2020); Ortiz-Díaz y Moreno-Moreno (2024)
Formación especializada (V2)	• Sí (estudios en periodismo, comunicación y/o experiencia en el medio sonoro. • No	Sellas (2018); Tenorio (2019); García-Marín (2020); Riaño (2021)
Equipo humano (Roles) (V3)	• Productor • Guionista • Director • Realizador o diseñador sonoro • Diseñador gráfico	Martín-Morán y Martín-Nieto (2022)
Fases (V4)	• Preproducción • Grabación • Post producción • Etiquetado • Publicación • Comercialización • Promoción	Recio (2023); López-Vilafranca Rodríguez-Ortiz (2024); Marquina (s.f) Flanagan (2022); Tenorio (2019); Izuzquiza (2019); Cockburn (2022). López-Vilafranca y Rodríguez-Ortiz, (2024); Gallego-Pérez (2012); Terol-Bolinches et al. (2021); Adler Berg (2021); Rei-Anderson (2022); García-Marín (2020)
Equipo técnico (V5)	• Captación sonido (microfonía) • Dispositivo mezcla sonido(interfaz) • Soporte de grabación (PC) • Accesorios: (Auriculares, filtros antipop)	Ramos (2015); Cockburn (2022); Molano (2023)
Espacio grabaciones (V6)	• Estudio profesional • Home Studio • Localización circunstancial	Tenorio (2009); Flanagan (2022); Izuzquiza (2019); Molano (2023)

Tabla 1. Variables independientes de análisis

Fuente: elaboración propia a partir de la bibliografía consultada.

5. Resultados

Tras visionar la totalidad de los episodios, se presentan los resultados de las variables de análisis propuestas en la metodología.

5.1. Perfil y formación del podcaster

Las series analizadas incluyen representación de todas las categorías de *podcasters*. Específicamente, el 25 % corresponde a *podcasters* profesionales independientes, el 25 % a profesionales dependientes y el 50 % restante a *podcasters amateurs*.

La categoría de *podcaster* profesional independiente está representada en la serie *Truth Be Told* (en adelante, *TBT*). La *podcaster* representada cuenta con formación universitaria en periodismo y con una dilatada trayectoria profesional en la prensa escrita. En la serie se presenta como periodista, sin embargo, es la primera vez que se embarca en la producción de un podcast. La obsesión de la *podcaster* repercute de forma negativa en su vida privada, especialmente en lo que concierne a sus relaciones sentimentales y familiares.

En *Bodkin*, Gilbert Power es un reputado creador de podcast de *true crime* norteamericano que, debido a su prestigio en el medio, es contratado por el periódico inglés *The Guardian*. Su personaje representa el perfil del *podcaster* profesional dependiente, con amplios conocimientos en *podcasting* y experiencia previa en la radio. Desde el inicio de la serie, está sometido a una fuerte presión por parte de *The Guardian*, que espera que su nuevo podcast tenga el mismo impacto que sus proyectos anteriores. La presión laboral afecta significativamente su matrimonio.

El perfil de *podcaster amateur* encuentra su representación en las comedias *Only Murderers in the Building* (en adelante, *OMITB*) y *Nobody Wants This* (en adelante, *NWT*). En la primera, un actor semirretirado, un director teatral y una joven artista producen un podcast sin contar con conocimientos del medio, tener formación periodística ni experiencia previa. Del mismo modo, en *NWT*, las dos *podcasters amateurs* reconocen abiertamente que no cuentan con formación universitaria ni conocimientos especializados sobre el tema que abordan, ya que sus conversaciones se basan en su propia experiencia.

5.2. Fases de producción y reparto de roles

En las series analizadas, la representación de la disciplina se centra predominantemente en las fases de preproducción (75 %) y grabación (100 %), mientras que las etapas de publicación (25 %), comercialización (50 %) y promoción (0 %) quedan cuantitativamente relegadas (véase la tabla 2).

En concreto, en *TBT*, las escenas con mayor peso narrativo están relacionadas con el análisis del estado del arte –investigación del hecho criminal–, la redacción del guion y la grabación.

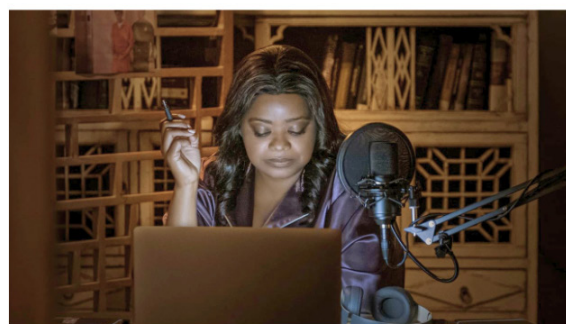
En *OMITB* se representan las mismas fases, con el añadido de la comercialización del podcast. En el primer episodio, su director recurre a un vecino del edificio, dueño de varios negocios, para acordar el patrocinio del podcast. El resto de las fases de producción son mencionadas por los *podcasters*, pero no representadas visualmente.

Bodkin es la serie que menos visibiliza la labor del *podcaster*, ya que únicamente se muestra el proceso de recabación de datos para la construcción sonora del pódcast (preproducción) y grabaciones introspectivas de Powel en los lugares donde ocurrieron los hechos. En el proceso, le acompañan una experimentada periodista de investigación de la misma cabecera, que indaga sobre el caso por su cuenta y posteriormente comparte los resultados con Powel, y una joven del departamento digital, encargada de la producción, sin experiencia en *podcasting*.

En el otro extremo se encuentra *NWT*, donde la disciplina solo se hace visible en contadas ocasiones: cuando las anfitrionas graban el pódcast semanal (tres veces en diez episodios) o en las escenas en las que negocian su venta a la plataforma Spotify como parte de su monetización.



Only murders in the building



Truth be told



Nobody wants this



Bodkin

Figura 2. Equipos técnicos de las series analizadas

Fuente: Disney+, Apple TV y Netflix.

5.3. Espacios de grabación y equipo técnico

De forma general, los equipos utilizados para la grabación y edición de sonido suelen ser de la marca Apple, específicamente MacBook en sus modelos Air o Pro. Los sistemas de captación de sonido varían según las necesidades de los *podcasters*.

En *TBT*, el espacio de las grabaciones cuenta con un micrófono cardioide, provisto de un filtro antipop (*mic pop*). También se puede observar una interfaz de audio con seis entradas y dos auriculares (modelo Beats by dr Dree de Apple). Las grabaciones se realizan en el comedor de la *podcaster* y algunas entrevistas *in situ* se hacen mediante una grabadora digital de bolsillo, en el lugar donde se encuentran los participantes de la narrativa.

El equipo técnico mostrado para la captación del sonido en *OMITB*, a pesar de tratarse de *podcasters amateurs*, es uno de los más completos. Disponen de micrófonos omnidireccionales, cardioides, de pinza o corbata, y de pértiga.

En la totalidad de los episodios de *Bodkin* solo se utiliza una grabadora digital de bolsillo con micrófono externo, y todas las grabaciones se llevan a cabo en el lugar de los hechos y no recurren al uso de auriculares.

Finalmente, en *NWT*, las tres grabaciones del pódcast que se muestran en la serie tienen lugar en un comedor y en una cocina. Emplean micrófono de mano cuando las *podcasters* están sentadas en el sofá, o bien micrófonos con brazo flexible cuando graban en la mesa de la cocina y no usan auriculares. Además, emplean un MacBook con una cámara externa, ya que también realizan una versión en videopódcast.

VARIABLE	TRUTH BE TOLD	ONLY MURDERS IN THE BUILDING	BODKIN	NOBODY WANTS THIS
Perfil podcaster (V1)	Profesional independiente	Amateur	Profesional dependiente	Amateur
Formación especializada (V2)	Si Periodismo	No	Si Experiencia radio	No
Equipo humano (Roles) (V3)	2 personas Productor y técnico sonido Presentador y guionista	3 personas Productor Guionista Presentador	3 personas Productor Presentador	2 personas Presentadoras
Fases (V4)	✓ Preproducción ✓ Grabación ✗ Postproducción ✗ Publicación ✗ Comercialización ✗ Promoción	✓ Preproducción ✓ Grabación ✓ Postproducción ✓ Publicación ✓ Comercialización ✗ Promoción	✓ Preproducción ✓ Grabación ✗ Postproducción ✗ Publicación ✗ Comercialización ✗ Promoción	✗ Preproducción ✓ Grabación ✗ Postproducción ✗ Publicación ✓ Comercialización ✗ Promoción
Equipo técnico (V5)	Captación del sonido ✓ Microfonía Mezcla de sonido ✓ Interfaz Soporte de grabación ✓ Ordenador ✗ Smartphone ✓ Grabadora	Captación del sonido ✓ Microfonía Mezcla de sonido ✗ Interfaz Soporte de grabación ✗ Ordenador ✓ Smartphone ✓ Grabadora	Captación del sonido ✗ Microfonía Mezcla de sonido ✗ Interfaz Soporte de grabación ✗ Ordenador ✗ Smartphone ✓ Grabadora	Captación del sonido ✓ Microfonía Mezcla de sonido ✗ Interfaz Soporte de grabación ✓ Ordenador ✗ Smartphone ✗ Grabadora
Espacio grabaciones (V6)	✗ Estudio profesional ✓ Home Studio ✓ Exterior / in situ	✓ Estudio profesional ✓ Home Studio ✓ Exterior / in situ	✗ Estudio profesional ✗ Home Studio ✓ Exterior / in situ	✗ Estudio profesional ✓ Home Studio ✗ Exterior / in situ

Tabla 2. Representación de las variables de análisis en las series analizadas

Fuente: elaboración propia.

6. Discusión

Siguiendo en la línea de lo apuntado por la academia respecto a la representación del periodismo y los medios de comunicación en las ficciones, la representación de la disciplina del *podcasting* en las series seleccionadas se limita a escenas puntuales, que guardan cierta distancia con la realidad, siendo un mero telón de fondo, o excusa, para vehicular la narrativa en cada caso –investigación de actos criminales y un romance–, sin llegar a profundizar en las vicisitudes del *podcasting*. De este modo, coincide con lo apuntado por Vicent-Ibáñez y Merinero-Sánchez (2024), quienes sostienen que las ficciones audiovisuales presentan una distancia entre los roles profesionales ideales, el equipo humano y su concreción práctica.

En relación con el perfil del *podcaster* (V1), las cuatro categorías identificadas tanto por la academia como por el ámbito profesional están representadas en las series. En *TBT* y *Bodkin*, la figura del *podcaster* presenta rasgos que coinciden con el perfil del periodista. En *TBT*, aunque la *podcaster* manifiesta no tener experiencia en la producción de pódcast, se identifica como periodista con una dilatada trayectoria que crea un pódcast para encontrar la verdad sobre una serie de

hechos delictivos. Esta inquietud se refleja en el título de la serie: *Truth Be Told* (traducido como ‘A decir verdad’ o ‘La verdad sea dicha’). En *Bodkin*, el protagonista cuenta con amplia experiencia en la radio y el podcasting, el cual también persigue la búsqueda de la verdad. Entre los rasgos identificados que coinciden con el perfil de periodista, sobresale el impacto de la rutina profesional en la esfera privada –en ambos casos, sus matrimonios están en juego–, coincidiendo con lo señalado por Mera (2008).

Por otro lado, en *OMITB*, los vecinos que crean el pódcast, cuyas profesiones no están vinculadas a la disciplina del periodismo, lo hacen empujados por explicar la verdad a la audiencia, aunque lo logran con una investigación en ocasiones poco convencional, condicionada por la narrativa de humor.

De entre las categorías de *podcaster*, la *amateur* es la que cuenta con una mayor representación. Esta cuestión pone de manifiesto la democratización del acceso a la producción de un pódcast, en el sentido de que cualquier usuario tiene la posibilidad de hacerlo utilizando un equipo técnico básico de grabación, sin contar con formación especializada ni experiencia previa (V2), como se visibiliza en *OMITB* y *NWT*. Dicho fenómeno podría funcionar como un incentivo para alentar a la audiencia a convertirse en *podcaster*, dada la simplicidad con la que se presenta la rutina productiva en las series analizadas. En este sentido, se ha comprobado que en las series existe una ausencia de visibilización y, por el contrario, simplificación de fases que resultan esenciales para la producción de un pódcast, cuya importancia ha sido puesta en relieve por profesionales del *podcasting* como Izuzquiza (2019), Tenorio (2019) y Riaño (2021), quienes destacan que la producción de un pódcast implica un proceso complejo que va más allá de simplemente ponerse frente a un micrófono. Este hecho, aunque se puede entender como parte de una licencia creativa de las ficciones analizadas, en la que prevalece el espíritu de entretenimiento, ofrece una representación sesgada y alejada de la realidad de la disciplina.

En cuanto al equipo humano y reparto de roles (V3), aunque la representación de los roles en la producción de un pódcast en las cuatro series no es exhaustiva, se logra transmitir de manera relativamente precisa las funciones clave dentro del proceso. Sin embargo, esta aproximación sigue siendo parcial, ya que omite otras tareas igualmente relevantes, como la edición técnica y la gestión de la comunidad, que son esenciales en la práctica real del *podcasting*.

Respecto a las diferentes fases de producción de los pódcast (V4), es necesario detenerse en cada una de ellas para matizar ciertos aspectos que se han considerado reseñables. En primer lugar, en la fase de grabación, el material técnico empleado, según la circunstancia, no siempre resulta ser el más adecuado para obtener grabaciones de calidad. En esta dirección, autores como Tenorio (2009) e Izuzquiza (2019) defienden que los sistemas de grabación básicos, como los *smartphones* o las grabadoras digitales, son válidos para producir programas de alta calidad. Sin embargo, esta afirmación solo sería cierta si se emplean de forma correcta, cuestión que en las series analizadas puede ponerse en entredicho. Por tanto, en lo que respecta al equipo técnico (V5), cabe reseñar que el uso de grabadoras digitales de bolsillo o *smartphones*, en algunas escenas de las cuatro series, se sitúan excesivamente alejadas de la fuente sonora o existen interferencias sonoras que pueden influir en la calidad del resultado final. Esta cuestión podría deberse a necesidades de la dirección de fotografía. De manera similar, en algunas escenas de *TBT* y *OMITB*,

los *podcasters*, aunque proyectan su voz de forma direccional hacia el micrófono, se sitúan a una distancia demasiado alejada del diagrama polar, el área susceptible de captar el sonido. Por su parte, en *NWT*, las *podcasters* sostienen los micrófonos de mano, lo cual puede generar ruidos no deseados, además de la incomodidad que conlleva el cable, lo que no resulta ser la opción más adecuada desde el punto de vista técnico.

Cabe destacar que la serie *OMITB* es la que a nivel técnico mejor representa las herramientas empleadas en el *podcasting*. En tres de las cuatro ficciones analizadas los espacios en los que se realizan las grabaciones (V6), son cerrados pero no insonorizados. Se trata de estudios caseros que visiblemente se puede comprobar que no están habilitados para este fin. Por lo tanto, no son los más idóneos para lograr un sonido limpio y libre de ruidos externos. Por ejemplo, en *OMITB* graban dentro de un armario porque, según el director del pódcast, se obtiene una mejor acústica. Estos espacios suelen ser los salones de los *podcasters*. Son amplios, la mayoría carecen de paredes y están conectados con otras estancias del hogar. Al observar el posicionamiento de los micrófonos y la distribución del mobiliario, se puede percibir que los materiales circundantes no pueden absorber adecuadamente las ondas de voz que rebotan contra las superficies, lo que resultaría en un sonido con resonancia e inadecuado para un pódcast.

7. Conclusiones

El análisis pormenorizado de las series permite concluir que proyectan una representación sesgada de la disciplina, ofreciendo una simplificación de los procedimientos. En este sentido, prevalecen las necesidades narrativas sobre la fidelidad a los procesos técnicos y las complejidades inherentes a la producción de un pódcast, sin reflejar con precisión las fases implicadas ni las rutinas de trabajo asociadas a su creación.

En cuanto a la pregunta de investigación, sobre si las rutinas de trabajo representadas en las series y los equipos técnicos empleados por los *podcasters* permitirían la producción de un pódcast real, se concluye que, si las grabaciones ficticias de las series se extrapolasen a la realidad, no serían de la calidad esperada. Las ficciones analizadas dejan entrever que las necesidades creativas y técnicas de las series de ficción se anteponen a la representación fidedigna de la disciplina que pretenden retratar, configurándose únicamente como un telón de fondo atractivo que aprovecha la actual popularidad del *podcasting* para incluirla en la narrativa. Si bien es cierto que las ficciones no pueden volverse demasiado parecidas a la propia vida y no pueden duplicar la realidad (Perkins 1997), por el mero hecho de tratarse de ficciones, esto no debería invalidar su capacidad para representarla de forma fiel.

Adicionalmente, este trabajo ha permitido detectar dos rasgos característicos que pueden considerarse los puntos fuertes en términos de representatividad del *podcasting*: por un lado, la serialización en la producción de los pódcast que producen, y por otro, la creación de comunidad (McMurtry 2016).

En cuanto a la segunda pregunta de investigación, en tres de los cuatro casos analizados puede establecerse una vinculación de la representación de los *podcasters* con la representación del periodismo, en tanto que comparten algunos de sus principios fundamentales, como la búsqueda

de la verdad. Por el contrario, no puede vincularse al periodismo cuando la narrativa del pódcast se construye a partir de una conversación informal, llevada a cabo por personas que no son expertas en la materia. Aunque puede ser una fuente de entretenimiento, no cumple con la función informativa que caracteriza la disciplina periodística. En este sentido, el *podcasting* no puede considerarse una forma de periodismo en sentido estricto, sino más bien una forma de comunicación, ya que no todos los pódcast son productos periodísticos, como sucede con los de comedia o charlas informales entre amigos, y que, en ocasiones, son producidos por *amateurs* ajenos a la disciplina.

A pesar de que la narrativa de las series permite comprender parcialmente el entramado productivo de la disciplina, su representación puede llevar a la sociedad a asimilar una imagen distorsionada del *podcasting* y de la figura del *podcaster*, sugiriendo que la labor de este último es inherentemente apasionante y divertida, y que la producción de un pódcast es un proceso sencillo y exento de complicaciones técnicas, en el que prevalece la fase de preproducción con la recabación de datos para el contenido frente a la propia construcción sonora del mismo. La perpetuación en el tiempo de esta estereotipación y dinámicas productivas puede inducir a la audiencia a desarrollar expectativas poco realistas sobre la profesión, el esfuerzo real que implica la creación de contenido de calidad y las dificultades que entraña obtener visibilidad en un ámbito altamente saturado de contenidos tanto *amateurs* como profesionales.

Tras esta primera aproximación, basada en las variables extraídas de los referentes sobre el tema, este estudio podría ampliarse incorporando la opinión de profesionales del *podcasting*, con el fin de conocer si se sienten representados a través de estas series, lo que permitiría profundizar en la comprensión del objeto de estudio.

Referencias bibliográficas

- Adler Berg, Freja Sørine (2022): «Podcasting about yourself and challenging norms: An investigation of independent women podcasters in Denmark», *Nordicom Review*, 43, 1, 94-110. <https://doi.org/10.2478/nor-2022-0006>
- Benkler, Yochai (2006): *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- Berry, Richard (2006): «Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio», *Convergence: The International Journal of Research Into New Media Technologies*, 12, 143-162.
- Bezuntea-Valencia, Ofa, María José Cantalapiedra, César Coca-García, Aingeru Genaut-Arratibel, Simón Peña-Fernández y Jesús Ángel Pérez-Dasilva (2008): «Divismo y narcisismo de los periodistas en el cine», *Textual & Visual Media*, 1, 107-120. <https://bit.ly/3WcqGQl>
- Bruzzi, Stella (2016): «Making a genre: The case of the contemporary true crime documentary», *Law and Humanities*, 10, 2, 249-280. <https://doi.org/10.1080/17521483.2016.1233741>

- Boorsma, Megan (2017): «The whole truth: The implications of America's true crime obsession», *Elon Lan Review*, 209-224. <https://bit.ly/3VSmaWN>
- Bottomley, Andrew J. (2015): «Podcasting: A decade in the life of a "new" audio medium: Introduction», *Journal of Radio & Audio Media*, 22, 2, 164-169. <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880>
- Clausen, Line S. y Stine A. Sikjær (2021): «When podcast met true crime: A genre-medium coevolutionary love story», *Leviathan: Interdisciplinary Journal in English*, 7, 139-214. <https://doi.org/10.7146/lev.v0i7.125213>
- Cockburn, Jay (2022): *The podcaster's audio guide*. Routledge.
- Coronado-Ruiz, Carlota (2024): «Periodismo, género y televisión: la imagen de las mujeres periodistas en las series estadounidenses (1988-2022)», *Doxa Comunicación*, 39, 239-256. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n39a2126>
- Edmond, Maura (2015): «All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement», *New Media & Society*, 17, 9, 1566-1582. <https://doi.org/10.1177/1461444814530245>
- Espada, Arcadi (2003): «El qué, quién, cuándo, dónde y cómo del periodismo», *Lateral: Revista de Cultura*, 100, 28.
- Flanagan, Tim (2022): «Standing-out and fitting-in: The acoustic-space of extemporised speech», *Journal of Intercultural Studies*, 43, 6, 758-772. <https://doi.org/10.1080/07256868.2022.2128085>
- Foster, Erin (2024-): *Nobody Wants This* [serie de televisión]. 3 Arts Entertainment.
- Gallego-Pérez, José Ignacio (2012): «La distribución de contenidos de audio. Relaciones entre podcasting, radio y movilidad», *Telos, Cuadernos de comunicación e innovación*, 92, 127-135. <https://bit.ly/4cXKiPn>
- Ghiglione, Loren y Joe Saltzman (2005): «Fact or fiction: Hollywood looks at the news», *Image of the Journalist in Popular Culture*, 1-26. <https://bit.ly/42ln9hg>
- Hao, Zhang (2022): *La creación de la imagen del periodista y del periodismo en el cine occidental: análisis de las películas con el premio Óscar* [tesis doctoral]. Repositorio de la Universidad Complutense de Madrid. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/3681>
- Hoffman, John y Steve Martin (2021-): *Only murders in the Building* [serie de televisión]. 20th Century Fox Television.
- Izuzquiza Martín, Francisco (2019): *El gran cuaderno del podcasting: cómo crear, difundir y monetizar tu podcast*. Kailas Editorial.
- Jenkins, Henry (2008): *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Grupo Planeta.
- Joyce, Stephen (2018): *Transmedia storytelling and the apocalypse*. Palgrave Macmillan.
- Kishigami, Jay (3 de junio de 2004): «Triple A (any device, anytime, anywhere): Services in ubiquitous networks and their impacts on the architecture and systems», en *All Star Network Access Workshop*. Génova [conferencia], 2-4.

- López-Villafranca, Paloma y Raúl Rodríguez-Ortiz (2024): «Experiencias de investigación y producción para crear un pódcast documental en Iberoamérica. Entre la realidad y el arte», *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, 26, 127-154. <https://doi.org/10.52495/c8.emcs.26.p109>
- Marquina, Raymond J. (s. f.): *Pódcast: conceptos básicos* [documento de trabajo]. Universidad de los Andes. <https://bit.ly/4uoAN4x>
- Martín-Morán, Ana y Rebeca Martín-Nieto (2022): «Qualitative approach to the formalization of a professional podcasting culture. Evolution and trends», *Profesional de la información*, 31, 5, 1-12. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.17>
- McMurtry, Leslie Grace (2016): «“I’m not a real detective; I only play one on radio”: Serial as the future of audio drama», *The Journal of Popular Culture*, 49, 2, 306-324.
- Meijomil, Susana (8 de noviembre de 2022): «Podcast: qué es, para qué sirve y cómo hacer uno», *Inboundcycle.com*. <https://bit.ly/46xsGrf>
- Meinzer, Kristen (2019): *So you want to start a podcast: finding your voice, telling your story, and building a community that will listen*. William Morrow.
- Mejino, Lorenzo (6 de septiembre de 2023): «Series sobre podcasters: el protagonista detrás del micrófono», *Serializados.com*. <https://bit.ly/3WdOao1>
- Mera, Montse (2008): «Periodistas de película. La imagen de la profesión periodística a través del cine», *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 505-525. <https://bit.ly/4dCoivU>
- Molano, Juan (12 de diciembre de 2024): «Cómo hacer un podcast: estructura, pasos y ejemplos». *Hubspot*. <https://bit.ly/4gl7Hef>
- Moreno-Cazalla, Lourdes (2017): «Podium Podcast, cuando el podcasting tiene acento español», *Prisma social*, 18, 334.364. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353751820012.pdf>
- Morillo, Valentina (9 de mayo de 2024): «Así es *Bodkin*, la respuesta de Netflix a *Solo asesinatos en el edificio*: Un podcast de true crime y un asesino en serie». *El Español.com*. <https://bit.ly/3zS2Y4d>
- Nichols, Bill (2017): *Introduction to documentary*. Indiana University Press.
- Nuzum, Eric (2019): *Make noise: A creator’s guide to podcasting and great audio storytelling*. Workman Publishing Company.
- Ortiz-Díaz, Gabriela y Elsa Moreno-Moreno (2024): «Motivaciones de los *podcasters* independientes de Puerto Rico: entre el emprendimiento del creador amateur y del productor formalizado», *Revista Mediterránea De Comunicación*, 15, 1, 357-372. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25074>
- Osorio, Olga (2009): *La imagen de la periodista profesional en el cine de ficción de 1990 a 1999* [tesis doctoral]. Repositorio institucional de la Universidad de la Coruña. <http://hdl.handle.net/2183/7193>
- Patxi, Iván (ed.) (2020): *Objetivo podcast*. Ivan Patxi.

- Paz, María Antonia y Julio Montero (1999): *Creando la realidad. El cine informativo (1895-1945)*. Ariel Comunicación.
- Perkins, V. F. (1997): *El lenguaje del cine* (vol. 74). Editorial Fundamentos.
- Ramos, Juanjo (ed.) (2015): *Marketing con podcasts: Aprende a producir podcasts profesionales y a utilizarlos como herramienta de promoción*. Juanjo Ramos.
- Recio, Sonia (22 de febrero de 2023): «Cómo crear un podcast en 5 pasos y, además, ganar dinero», *El pais.com*. <https://bit.ly/4fhMNxe>
- Rei-Anderson, Cody (2022): «Copyright, podcasts and crowdfunding: an ‘abundance model’ for an emerging medium?», *Queen Mary Journal of Intellectual Property*, 12, 2, 185-205. <https://doi.org/10.4337/qmjip.2022.02.02>
- Riaño, Felix (ed.) (2021): *Todo sobre podcast*. Felix Riaño.
- Rime, Jemily, Chris Pike y Tom Collins (2022): «What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework», *Convergence*, 28, 5, 1260-1282. <https://doi.org/10.1177/13548565221104444>
- Rosen, Jay (2012): «The people formerly known as the audience», en M. Mandiberg (ed.), *The Social Media Reader*. New York University Press, 13-16.
- San José-De la Rosa, Cristina, Alicia Gil-Torres y Mercedes Miguel-Borrás, Mercedes (2023): «El periodismo como elemento decisivo en la trama de las series policíacas», *Historia y Comunicación Social* 28, 1, 191-204. <https://doi.org/10.5209/hics.82199>
- Sellas, Toni (2018): «El uso del *podcasting* como herramienta de la identidad corporativa en la campaña del 90 aniversario de Iberia. El caso del podcast Aerolínea Momentos», *Communication papers*, 7, 15, 155. <https://raco.cat/index.php/communication/article/view/344208>
- Tarkovski, Andrei (2002): *Esculpir en el tiempo*. Rialp.
- Tenorio, Iván (2008): *Manual del podcaster*. Marcombo.
- Terol-Bolinches, Raúl, Luis Miguel Pedrero-Esteban, y Mónica Pérez-Alaejos (2021): «De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de *podcasting* en el mercado hispanohablante», *Historia y Comunicación Social*, 26, 2, 475-485. <https://doi.org/10.5209/hics.77110>
- Tramble Spellman, Nichelle (-dir.) (2019): *Truth Be Told* [serie de televisión]. Chernin Entertainment.
- Vicent-Ibáñez, Mireya y Adrián Merinero-Sánchez (2024): «La identidad profesional del periodista en juego: el caso de Headliner: NoviNews», *Media & Jornalismo*, 24, 44. https://doi.org/10.14195/2183-5462_44_5
- Vidal-Mestre, Montserrat, Alfonso Freire-Sánchez y Maria Fitó-Carreras (2024): «El discurso periodístico y los elementos de transmisión del mensaje en el podcast y la docuserie

audiovisual del fenómeno *true crime*. El caso de El Asesino de la Baraja», *Perspectivas de la Comunicación*, 17. <https://doi.org/10.56754/0718-4867.2024.3681>

Vukovich, Jez (dir.) (2022): *Bodkin* [serie de televisión]. Higher Ground Productions.

Weldon, Glen (2021): *NPR's podcast start up guide: Create, launch, and grow a podcast on any budget*. Ten Speed Press.

Yacuzzi, Enrique (2005): *El estudio de caso como metodología de investigación: Teoría, mecanismos causales, validación* (CEMA Working Paper No. 296). Universidad del CEMA. <https://econpapers.repec.org/paper/cemdoctra/296.htm>

Yin, Robert K. (2014): *Case study research and methods* (5th ed.). Sage.