

# Desbordando la comunicación sonora. Propuesta conceptual sobre el *transpodcast* (pódcast transmedia)

Beyond sound communication. Conceptual proposal  
for transpodcast (transmedia podcast)

David García-Marín

Cómo citar este artículo:

**García-Marín, David** (2023). “Desbordando la comunicación sonora. Propuesta conceptual sobre el *transpodcast* (pódcast transmedia) [Beyond sound communication. Conceptual proposal for transpodcast (transmedia podcast)]”. *Infonomy*, v. 1, e23010.

<https://doi.org/10.3145/infonomy.23.010>



**David García-Marín**

<https://orcid.org/0000-0002-4575-1911>

<https://www.directorioexit.info/ficha4902>

Universidad Rey Juan Carlos

Madrid, España

[david.garciam@urjc.es](mailto:david.garciam@urjc.es)

## Resumen

Este breve ensayo propone y aclara el uso del concepto *transpodcast* para denominar a los proyectos transmedia que, partiendo de un pódcast matriz, expanden su narrativa en otras plataformas, medios y lenguajes. Análogo al concepto de *transradio*, el *transpodcast* extiende sus historias (sin repetición de contenido y con funciones diferenciadas) en espacios de la web como los blogs, las redes sociales, radios digitales y *newsletters*, y puede complementar su relato en contextos no digitales, como son los eventos presenciales en directo. Conviene diferenciar estas estrategias *transpodcast* de otros desarrollos como los relatos transmedia donde el pódcast es extensión narrativa y no elemento central del proyecto, o las conversiones del mismo contenido (sonoro) en otros medios y/o plataformas.

## Palabras clave

Podcasts; Transmedia; Audio digital; Comunicación sonora; *Transpodcast*; Conceptos; Narrativa digital; Plataformas; Monetización; Multiplataforma.

## Abstract

This brief essay proposes and clarifies the use of the transpodcast concept to refer to transmedia projects that, starting from a core podcast, expand their storytelling to other platforms and media. In analogy to the concept of transradio, the transpodcast extends its narrative (without repetition of content and with differentiated functions) in web spaces such as blogs, social media, digital radio and newsletters, and can complement its stories in non-digital contexts, such

as live shows. It is important to differentiate these transpodcast strategies from other developments such as transmedia stories where the podcast is a narrative extension and not a central element of the project, or adaptations of the same (audio) content in other media and/or platforms.

### **Keywords**

Podcasts; Transmedia; Digital audio; Sound communication; Transpodcast; Concepts; Digital storytelling; Platforms; Monetization; Multiplatform.

## **1. Introducción**

Nacido en 2004 al calor del desarrollo de la denominada web 2.0, el pódcast es un medio de comunicación que ha experimentado un enorme crecimiento en los últimos años. Vinculado inicialmente con las comunidades amateurs e independientes, en el último lustro el pódcast ha desarrollado una creciente profesionalización que se traduce en la explosión de trabajos de alta calidad y la emergencia de productoras y especialistas que paulatinamente han construido una relevante industria en el campo de la comunicación sonora digital (**Martín-Morán; Martín-Nieto, 2022**).

En concreto, en el contexto español, la investigación sobre el pódcast se centró inicialmente en sus posibilidades educativas. El potencial pedagógico del medio ha sido investigado desde el punto de vista competencial, de modo que se ha observado que la utilización de pódcast educativos facilita la comprensión de los contenidos de las materias (**Blanco-Fontao; Muñoz-Lucas, 2022; Terol-Bolinches; Pedrero-Esteban; Alonso-López, 2021**) y el desarrollo de competencias transversales como las habilidades digitales y el trabajo cooperativo (**Lázaro-García; Arias-García, 2021**). En términos actitudinales, el pódcast activa la motivación del estudiantado (**Soto-Melgar, 2022**); mientras que, desde el punto de vista metodológico, promueve el aprendizaje dinámico, interactivo y participativo (**Pérez-Alaejos, 2022**).

Los estudios de **García-Marín, Terol-Bolinches y Oliveira (2023)** observan que los textos académicos sobre los usos pedagógicos del medio fueron dominantes en España hasta el año 2017, mientras que los enfoques comunicativos solo han sido prevalentes a partir de ese año. Este dato denota una mayor atención hacia el pódcast –en el contexto español– desde el ámbito de la comunicación a partir del inicio de su profesionalización, que podemos situar en 2016 con el nacimiento de *Podium Podcast*, la productora de contenidos sonoros digitales del *Grupo Prisa*.

En este sentido, las cuestiones narrativas y semióticas del medio no han sido abordadas mayoritariamente por la investigación sobre el pódcast en España, si bien en otros contextos la academia sí parece haberse centrado en mayor medida en las características identitarias del medio, sus diferencias con respecto a la radio (**Sullivan, 2018; Berry, 2018; Llinares, 2018; Spinelli; Dann, 2019**), y las renovadas posibilidades interactivas que ofrece en la explotación del lenguaje sonoro (**Swiatek, 2018**).

Situado en esta perspectiva comunicativa, este breve ensayo pretende realizar una propuesta conceptual sobre el pódcast a partir de sus extensiones narrativas. Desde el origen del medio, los *podcasters* independientes y amateurs complementaron sus programas en formato sonoro con relatos extendidos en otras plataformas y lenguajes mediáticos otorgando al medio una clara textura transmedia. Los proyectos únicamente sonoros se transformaban, por tanto, en desarrollos transmediáticos que exigían una conceptualización diferente: el pódcast transmedia o *transpodcast* (**García-Marín, 2020**). Estas estrategias, inicialmente amateurs, han sido adoptadas por los profesionales del medio en los últimos años.

## 2. ¿Qué es el *transpodcast*?

Se propone el concepto de *transpodcast* para definir aquellos proyectos mediáticos, procedentes del campo amateur o profesional, que parten de un pódcast como medio matriz o seminal y extienden su narrativa en otros lenguajes y/o plataformas desbordando así el lenguaje sonoro propio del pódcast. El *transpodcast* encajaría, por tanto, en el desarrollo de las “narrativas transmedia con base en sonido” (Piñeiro-Otero, 2019, p. 29).

Una de las claves esenciales de la definición del *transpodcast* es que los contenidos en otros medios y plataformas deben erigirse como verdaderas extensiones del relato, es decir deben ser historias inéditas, en lugar de proveer una mera repetición o adaptación del contenido ofrecido en el pódcast.

El concepto constituye una analogía del término *transradio* (Martínez-Costa, 2015), que refiere las ampliaciones narrativas que, con origen en la radio, extienden el relato en otras plataformas y lenguajes mediáticos. Las estrategias transmedia de la radio no nacieron con el desarrollo de los medios digitales (aunque las posibilidades que ofrecen las plataformas online las han potenciado), sino que están vinculadas con el propio origen del medio hace ya un siglo. En este sentido, los estudios de García-Marín (2023) evidencian que, en el periodo entre 1925 y 1935, la emisora española *Unión Radio* utilizó su revista asociada, *Ondas*,

“para proveer material resumido a fin de guiar a los oyentes-lectores y, sobre todo, para proporcionar contenidos inéditos que funcionaban como extensiones narrativas de los relatos emitidos por la cadena (contenido expandido)” (García-Marín, 2023, p. 133).

Dos conclusiones pueden ser extraídas de este trabajo:

1. Las narrativas transmediáticas no pueden ser vinculadas exclusivamente al desarrollo de los medios digitales, puesto que ya existían en épocas anteriores a partir del uso de diferentes medios analógicos (Pearson, 2022; McClellan, 2022; Liedke, 2022; Wiele, 2022).
2. En sus orígenes (a pesar de diferir un siglo entre ellos), tanto la radio como el pódcast explotaron estas prácticas transmedia que desbordan el lenguaje exclusivamente sonoro a fin de reforzar sus contenidos con otras sustancias expresivas tales como la imagen o el texto escrito.

Ahora bien, ¿qué otros medios, plataformas y lenguajes utiliza el *transpodcast*, además del audio? García-Marín y Aparici (2018) documentan el uso de un total de seis plataformas diferentes al pódcast en este tipo de proyectos, así como sus funciones específicas (Tabla 1).

Tabla 1. Distribución funcional de las plataformas utilizadas por el *transpodcast*.

Plataforma	Funciones
<b>Web / Blog</b>	-Expansión narrativa para completar/complementar contenido sonoro. -Principal puerta de acceso al proyecto desde buscadores. -Convergencia mediática. Reunión de todos los contenidos del proyecto. -Determinar la personalidad del programa. -Punto de acceso sencillo para usuarios con menos competencias tecnológicas.
<b>Redes sociales</b>	-Interacción y diálogo con usuarios y fans. -Generación de contenido. -Captación de nuevos oyentes (promoción). -Participación del usuario menos comprometido.
<b>Radio digital y hertziana</b>	-Punto de acceso diferenciado al contenido del pódcast.
<b>Programas presenciales</b>	-Conexión personal entre <i>podcasters</i> y oyentes. -Valor promocional.
<b>Plataformas de vídeo digital</b>	-Grabación de capítulos especiales y contenido exclusivo. -Avances de próximos capítulos.
<b>Newsletters</b>	-Reunión de los contenidos de los proyectos.

Fuente: **García-Marín y Aparici (2018)**.

Téngase en cuenta que gran parte de las estrategias transmedia que asume el *transpodcast* tiene fines claramente comerciales, sobre todo cuando éstas se insertan en el campo profesional. Por ejemplo, el establecimiento de los modelos de monetización donde se ofrece contenido exclusivo en vídeo (extensión narrativa en lenguaje audiovisual) a aquellos usuarios que se suscriben al pódcast, dejando el contenido sonoro para consumo gratuito, responde a una evidente explotación comercial de estos sistemas de producción y distribución transmedia. Sucede lo mismo con el creciente uso de los programas en directo que realizan algunos pódcast profesionales, que ofrecen contenido diferenciado en estos espectáculos en vivo a fin de obtener un rendimiento económico con la venta de las entradas.

### 3. ¿Qué no es *transpodcast*?

Dicho todo lo anterior, no debemos identificar como *transpodcast* a todos aquellos proyectos transmedia donde el pódcast concurre. En este sentido, y para construir el concepto de forma más clara, se indican a continuación qué desarrollos transmediáticos y multiplataforma podrían ser confundidos con extensiones *transpodcast*:

1. Proyectos transmedia donde el pódcast no es el contenido nuclear del que parten las extensiones narrativas, sino que funciona como una de esas extensiones. Son proyectos que nacen inicialmente en otros medios y que utilizan el pódcast como expansión de su narrativa. Un ejemplo paradigmático es la utilización del pódcast como complemento de las series televisivas, donde el medio sonoro “permite expandir el alcance de la ficción audiovisual a través de relatos transmedia que amplían las posibilidades de conexión del usuario con sus historias, entornos y personajes” (**Pedrero-Esteban; Terol-Bolinches; Areñe-Gómez, 2023, p. 189**). Además de la complementación narrativa, este uso estratégico del pódcast

“favorece la generación del *engagement* tan deseado por los productores para generar comunidades y estimular el fenómeno fan” (Pedrero-Esteban; Terol-Bolinches; Areñe-Gómez, 2023, p. 200),

pero no puede considerarse *transpodcast* por la ausencia de centralidad del podcast en su aplicación.

2. Proyectos multiplataforma (*crossmedia*) donde, a partir de un podcast que sí ocupa una cierta centralidad en el universo narrativo, se ofrece el mismo contenido en un formato y/o medio diferenciado. Es el caso habitual de los podcasts que se ponen a disposición de los usuarios también como vídeos en plataformas digitales de contenido audiovisual (habitualmente *YouTube*), de forma que el mismo contenido puede ser escuchado como podcast o consumido en formato audiovisual. También es frecuente el alojamiento de programas de radio (o fragmentos de estos espacios radiofónicos) como podcast en repositorios específicos como *iVoox* en claros fenómenos de remediación (introducción de un medio dentro de otro medio) (Bolter; Grusin, 1998). Esta omnicanalidad del podcast permite incorporar puntos de acceso expandidos dentro del universo narrativo, pero estrictamente no puede identificarse como transmedia al no existir extensión del relato, sino repetición de la misma historia en diferentes plataformas. Por ello, tampoco encajaría en la definición de *transpodcast*.

3. Las adaptaciones a otros medios, como la conversión de determinados podcasts al formato televisivo en forma de serie. Ejemplo de ello es la adaptación del podcast de ficción *El gran apagón (Podium Podcast)* como serie televisiva bajo el título de *Apagón (Movistar+)*. En estos casos, operaría la misma lógica que en el punto anterior: en puridad, la relación entre medio original (podcast) y adaptación (serie televisiva) no sería transmedia al proveer una repetición del mismo contenido en lugar de ampliación narrativa.

#### 4. Conclusión

Se propone la utilización del término *transpodcast* para designar a aquellos proyectos transmedia contruidos alrededor de un podcast inicial que expanden su narrativa en otros medios y lenguajes. Una de las claves de estos proyectos se sitúa en la necesidad de proveer contenidos conectados y, a la vez, diferenciados que construyan un universo narrativo conformado por múltiples historias complementarias, “como es propio de una narración transmedia” (Visa Barbosa; Serés Seuma, 2018, p. 116).

El *transpodcast* obliga, por tanto, a un diseño poliédrico del contenido donde se aprovechan las características semióticas específicas de cada medio para contar de forma más eficiente cada parte (historia) del mundo narrativo. De este modo, emerge la figura del *transpodcaster*, un perfil de productor de podcast con una visión global del proyecto,

“con dominio de varias áreas de producción y lenguajes digitales, cuya tarea es la de coordinar los esfuerzos colectivos sin obstruir la construcción colaborativa de la historia, experiencia o proyecto” (Contreras; García-Marín; Ardini, 2022, p. 23).

Estas estrategias de expansión narrativa utilizando contenidos complementarios fueron especialmente frecuentes en el origen del podcast en el ámbito de la producción amateur e independiente, al menos en el contexto español. Se ha observado la utilización de webs o blogs, redes sociales, radios digitales o analógicas, espectáculos en directo, plataformas de vídeo digital o *newsletters* para ofrecer este contenido diferenciado. Cada uno de estos medios asume una función diferente dentro del universo narrativo, aprovechando así sus condiciones semióticas específicas para ponerlas al servicio del proyecto y constituir relatos más complejos alejados de la construcción narrativa tradicional.

La narrativa transmedia se configura como una solución para uno de los grandes desafíos que supuso la llegada de la web 2.0 en el campo de las industrias culturales: la dispersión de las

audiencias en diferentes plataformas de consumo personalizado. Por ello, en los últimos años las dinámicas transmedia han sido paulatinamente adoptadas por el pódcast profesional, en muchas ocasiones como parte de estrategias de monetización de los proyectos. Se estima que, en los próximos años, el uso de las estrategias *transpodcast* adoptará una creciente relevancia en el ámbito de la producción profesional de contenidos sonoros digitales.

## 5. Referencias bibliográficas

**Berry, Richard** (2018). "Just because you play a guitar and are from Nashville doesn't mean you are a country singer: The emergence of medium identities in podcasting". In: Llinares, Dario; Fox, Neil; Berry, Richard (eds.). *Podcasting. New aural cultures and digital media*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, pp. 15-33. ISBN: 978 3 319 90055 1

**Blanco-Fontao, Carolina; Muñoz-Lucas, María-Iluminada** (2022). "Herramientas de comunicación científica de maestros en formación. Empleo del podcasting educativo". In: Puebla-Martínez, Belén; Vicente-Fernández, Pilar; Levratto, Valeria (coords.). *El fomento de la innovación docente como estímulo transformador del ámbito educativo en el siglo XXI*. Madrid: Dykinson, pp. 98-114). ISBN: 978 8 411 22489 5

**Bolter, J. David; Grusin, Richard** (1998). *Remediation: understanding new media*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press. ISBN: 978-0 262 02452 5

**Contreras, Lucas-Matías; García-Marín, David; Ardini, Claudia-Gabriela** (2022). "Anatomía del transpodcaster: Un nuevo perfil de productor en el podcast independiente". *Austral comunicación*, v. 11, n. 21.  
<https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.con>

**García-Marín, David; Aparici, Roberto** (2018). "Nueva comunicación sonora: cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting". *Profesional de la información*, v. 27, n. 5, pp. 1071-1081.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.11>

**García-Marín, David** (2020). "Universo transpodcast. Modelos narrativos y comunidad independiente". *Historia y comunicación social*, v. 25, n. 1, pp. 139-150.  
<https://doi.org/10.5209/hics.69232>

**García-Marín, David** (2023). "La radio de papel. Precedentes de la narrativa transmedia en el binomio Unión Radio-revista Ondas" (1925-1935). *Historia y comunicación social*, v. 28, n. 1, pp. 133-146.  
<https://doi.org/10.5209/hics.83895>

**García-Marín, David; Terol-Bolinches, Raúl; Oliveira, Madalena** (2023). "Estudios sobre pódcast: evolución, temas y perspectivas en la publicación científica en España y Portugal (Dialnet y RCAAP)". *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, n. 62, pp. 11-30.  
<https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.01>

**Lázaro-García, Silvia María; Arias-García, Elisa** (2021). ¡Podcaster por un curso! El podcast como herramienta para el desarrollo de la expresión oral y escrita en educación primaria. In: Buzón-García, Olga; Romero-García, Carmen; Verdú-Vázquez, Amparo (coords.). *Innovaciones metodológicas con TIC en educación*. Madrid: Dykinson, pp. 436-462. ISBN: 978 84 1377 319 3

**Liedke, Heidi** (2022). "Transmedial experiencia in nineteenth-century live theater broadcasting". In: Meyer, Christina; Pietrzak-Franger, Monika. *Transmedia practices in the long nineteenth century*. London: Routledge, pp. 123-152. ISBN: 978 1 00 322 294 1

**Llinares, Dario** (2018). "Podcasting as liminal praxis: Aural mediation, sound writing and identity". In: Llinares, Dario; Fox, Neil; Berry, Richard (eds.). *Podcasting. New aural cultures and digital media*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, pp. 123-145. ISBN: 978 3 319 90055 1

**Martín-Morán, Ana; Martín Nieto, Rebeca** (2022). "Qualitative approach to the formalization of a professional podcasting culture. Evolution and trends". *Profesional de la información*, v. 31, n. 5, e310517.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.17>

**Martínez-Costa, Pilar** (2015). "Radio y nuevas narrativas: de la crossradio a la transradio". In: Oliveira, Madalena; Ribeiro, Fernando (eds.). *Radio, sound and internet*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho), pp. 168-187. ISBN: 978 989 8600 37 0

**McClellan, Ann** (2022). "Creating transmedia fan engagement in Victorian periodicals. The case of Sherlock Holmes". In: Meyer, Christina; Pietrzak-Franger, Monika. *Transmedia practices in the long nineteenth century*. London: Routledge, pp. 305-340. ISBN: 978 1 00 322 294 1

**Pearson, Roberta** (2022). "To just seal the name of a character" Arthur Conan Doyle, Sherlock Holmes, and the conditions of transmedia expansion". In: Meyer, Christina; Pietrzak-Franger, Monika. *Transmedia practices in the long nineteenth century*. London: Routledge, pp. 274-303. ISBN: 978 1 00 322 294 1

**Pedrero-Esteban, Luis-Miguel; Terol-Bolinches, Raúl; Areense-Gómez, Alfredo** (2023). "El podcast como extensión transmedia sonora de la ficción audiovisual". *Revista mediterránea de comunicación*, v. 14, n. 1, pp. 189-202.  
<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23292>

**Pérez-Alaejos, Mónica** (2022). "El podcast como recurso en el modelo Flipped Learning. Los ODS a través del sonido en Comunicación Audiovisual". In: López Esteban, Carmen (ed.). *Los ODS: avanzando hacia una educación sostenible: modelos y experiencias en el Máster en Profesor de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 291-300. ISBN: 978 84 1311 674 7

**Piñeiro-Otero, Teresa** (2019). "Relatos que se expanden hasta tus oídos. De la radio a las extensiones sonoras de mundos transmedia". In: Irigaray, Fernando; Gosciola, Vicente; Piñeiro-Otero, Teresa (coords.). *Dimensões transmídia*. Lisboa: Ria Editorial, pp. 120-146. ISBN: 978 98 9897 115 9

**Soto-Melgar, Mercedes** (2022). "La 'Historia de la lingüística española' contada por los alumnos. El podcast como herramienta de enseñanza-aprendizaje e innovación en el aula universitaria". In: Valero-Redondo, María; Tabuenca-Bengoa, María; Molina-Hernández, Cecilio (coords.). *Transferencia del conocimiento en humanidades y ciencias jurídicas. Innovación docente y educativa en el ámbito de las filologías, la lengua y el derecho*. Madrid: Dykinson, pp. 288-307. ISBN: 978 84 1122 491 8

**Spinelli, Martin; Dann, Lance** (2019). *Podcasting. The audio media revolution*. London: Bloomsbury Academic. ISBN: 978 1 5013 2869 5

**Sullivan, John L.** (2018). "Podcast movement: Aspirational labour and the formalisation of podcasting as a cultural industry". In: Llinares, Dario; Fox, Neil; Berry, Richard (eds.). *Podcasting. New aural cultures and digital media*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, pp. 35-56. ISBN: 978 3 319 90055 1

**Swiatek, Lukasz** (2018). "The podcast as an intimate bridging medium". In: Llinares, Dario; Fox, Neil; Berry, Richard (eds.). *Podcasting. New aural cultures and digital media*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, pp. 173-187. ISBN: 978 3 319 90055 1

**Terol-Bolinches, Raúl; Pedrero-Esteban, Luis Miguel; Alonso-López, Nadia** (2021). "Educating. El pódcast como herramienta de expansión educativa universitaria". In: Pallarés Piquer, Marc; Gil Quintana, Javier; y Santisteban Espejo, Antonio (coords.). *Docencia, ciencia y humanidades: hacia una enseñanza integral en la universidad del siglo XXI*. Madrid: Dykinson, pp. 274-293. ISBN: 978 84 1377 320 9

**Visa-Barbosa, Mariona; Serés-Seuma, Teresa** (2018). "Narrativas transmedia de no-ficción: Estudio de caso del podcast 'Le llamaban padre', de Carles Porta". *ZER: Revista de estudios de comunicación*, v. 23, n. 44.  
<https://doi.org/10.1387/zer.18722>

**Wiele, Lisanna** (2022). "Transmedia practices toward a popular cultural sphere. Lippard, Thompson, and nineteenth-century serialities". In: Meyer, Christina; Pietrzak-Franger, Monika. *Transmedia practices in the long nineteenth century*. London: Routledge, pp. 182-209. ISBN: 978 1 00 322 294 1