

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA  
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

---

PODCASTING PERUANO: ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS 10 PRIMEROS  
PODCASTS DE SPOTIFY, 2022.

---

**Área de Investigación:**

Tecnologías, procesos y discursos de comunicación

**Autoras:**

Br. Gastañadui Cruz, Lucía de los Ángeles

Br. La Torre Moreno, Lorena Patricia

**Jurado Evaluador:**

**Presidente:** Dra. Ana Cecilia Loo Jave

**Secretario:** Ms. María Isabel Bardales Vásquez

**Vocal:** Ms. Federico Enrique Sabana Vega

**Asesora:**

Ms. Patricia Yudhit Llatas Chaupe  
**Código Orcid:** 0000-0002-6276-7915

**TRUJILLO – PERÚ 2022**

**Fecha de sustentación: 29 de diciembre del 2022**



**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA  
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

---

PODCASTING PERUANO: ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS 10 PRIMEROS  
PODCASTS DE SPOTIFY, 2022.

---

**Área de Investigación:**

Tecnologías, procesos y discursos de comunicación

**Autoras:**

Br. Gastañadui Cruz, Lucía de los Ángeles

Br. La Torre Moreno, Lorena Patricia

**Jurado Evaluador:**

**Presidente:** Dra. Ana Cecilia Loo Jave

**Secretario:** Ms. María Isabel Bardales Vásquez

**Vocal:** Ms. Federico Enrique Sabana Vega

**Asesora:**

Ms. Patricia Yudhit Llatas Chaupe  
**Código Orcid:** 0000-0002-6276-7915

**TRUJILLO – PERÚ 2022**

**Fecha de sustentación: 29 de diciembre del 2022.**

## **Dedicatoria**

A Dios, por darme la oportunidad de vivir  
Y desarrollar este estudio basado en podcasts.

A mis padres, Julio César y Rosa Elvira Gastañadui,  
quienes en mis 25 años de vida se han dedicado a  
darme lo mejor de sí mismos.

A mis hermanos, Julio, Diana y Jerry,  
quienes con su apoyo logré conseguir  
mi titulación. Sin su iniciativa, este momento  
no existiría.

**Lucía Gastañadui Cruz**

## **Dedicatoria**

Agradezco a Dios, por mis padres,  
Jenny Moreno y José Luis La Torre, a  
quienes dedico el presente trabajo de investigación.

Hasta el infinito a mis abuelos Emma León,  
Luis José La Torre y María Guadalupe Poemape  
que estoy completamente segura de lo orgullosos  
que pueden estar, a todos, mi gratitud por siempre.

**Lorena La Torre Moreno**

## **Agradecimiento**

*Quiero expresar mi agradecimiento con Dios y la Virgen, quienes con su bendición y cuidado ha sido posible este momento. A mis padres, quienes se merecen lo mejor de este mundo por su perseverancia y amor infinito. A mis hermanos, por creer en mi cuando ni yo misma me tenía confianza. Gracias Lore, porque sin esta sintonía que tenemos, no habiéramos logrado realizar esta tesis.*

**Lucía Gastañadui Cruz.**

*Agradezco a Dios, quien con su bendición me ha guiado y me ha dado la fortaleza para salir adelante.*

*A mis padres por ser incondicionales, por su estímulo y constante apoyo a lo largo de mis estudios*

*Agradezco a Lucía por su apoyo, y dedicación a esta tesis.*

**Lorena La Torre Moreno**

*A nuestra asesora, Patricia Llatas, por su paciencia y dedicación durante todo el tiempo de desarrollo de nuestra tesis. Gracias por sus enseñanzas y cariño hacia nosotras.*

**Lucía Gastañadui y Lorena La Torre**

## Resumen

Este estudio, de tipo descriptivo transversal, propuso como principal objetivo analizar el contenido de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022, empleando para tal fin, la técnica del análisis de contenido transversal.

La muestra estuvo conformada por los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022, con la cual se aplicó dos fichas de observación denominadas: Matriz de observación del tipo de producción del podcast y matriz referencial, enunciativa y estética para descubrir las tendencias clave que los llevaron a posicionarse.

Los resultados nos indicaron que para la dimensión tipo de producción, los podcasts más escuchados se encuentran en la categoría autoayuda, con una frecuencia de publicación semanal, asimismo, la producción predominante se encuentra entre productos nativos e híbridos (grabados) y el formato más usado es el explicativo que se desarrolla conversaciones naturales.

Respecto a la dimensión referencial, el tipo social es el preferido por los oyentes donde se tratan problemas coyunturales o de tendencias, su fuente de información es interna caracterizándose por sus comentarios o información personal, la duración promedio de cada podcast se encuentra entre 15' a 30 ', en su mayoría no presentan contenido publicitario, y los pocos que sí incluyen, utilizan cuñas de promoción al mismo podcast.

Sobre la dimensión enunciativa, reconocimos que el lenguaje popular es el favorito de la audiencia por su naturalidad, la estrategia de difusión más usada es la de opinión, desarrollándose mediante anécdotas o experiencias propias.

Para la dimensión estética, el uso de la música auxiliar es la que más presencia tiene en los podcasts, los efectos cumplen la función ornamental reforzando el ambiente en cada acción, asimismo, el silencio se usa como pausa natural.

Finalmente, la aplicación de los instrumentos con la muestra seleccionado, permitió analizar las características de los podcasts más preferidos por el público peruano según su dimensión tipo de producción, dimensión referencial, enunciativa y estética y presentar algunas recomendaciones.

**Palabras clave:** Análisis de contenido, podcasting, spotify,

## Abstract

This cross-sectional descriptive study proposed as its main objective to analyze the content of the top 10 podcasts preferred by the Peruvian public on the Spotify platform, published between May and October 2022, using the cross-sectional content analysis technique for this purpose. The sample consisted of the top 10 podcasts preferred by the Peruvian public on the Spotify platform, published between May and October 2022, with which two observation sheets called: Observation matrix of the type of podcast production and referential matrix were applied. , enunciative and aesthetic to discover the key trends that led them to position themselves. The results indicated that for the type of production dimension, the most listened to podcasts are in the self-help category, with a weekly publication frequency, likewise, the predominant production is between native and hybrid (recorded) products and the most used format It is the explanatory that develops natural conversations. Regarding the referential dimension, the social type is preferred by listeners where current problems or trends are dealt with, its source of information is internal, characterized by its comments or personal information, the average duration of each podcast is between 15' to 30 ', most of them do not present advertising content, and the few that do include, use promotional spots for the podcast itself. Regarding the enunciative dimension, we recognized that popular language is the favorite of the audience due to its naturalness, the most used dissemination strategy is that of opinion, unfolding through anecdotes or own experiences. For the aesthetic dimension, the use of auxiliary music is the one that has the most presence in the podcasts, the effects fulfill the ornamental function reinforcing the environment in each action, likewise, silence is used as a natural pause. Finally, the application of the instruments with the selected sample, allowed us to analyze the characteristics of the podcasts most preferred by the Peruvian public according to their type of production dimension, referential, enunciative and aesthetic dimension and to present some recommendations.

**Keywords:** Spotify, podcast analysis.

## Presentación

### SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Dando cumplimiento a las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: **“Podcasting peruano: Análisis de contenido de los 10 primeros podcasts de Spotify, 2022”**, realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

El presente informe es el resultado de arduas jornadas de trabajo, esfuerzos y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria en esta prestigiosa casa de estudios.

Por lo expuesto, señores miembros del jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación.

Atentamente,

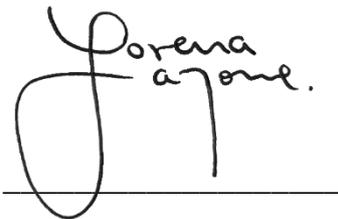


---

Lucía Gastañadui Cruz

ID: 000141556

Investigadora



---

Lorena La Torre Moreno

ID: 000108730

Investigadora

## Índice de contenidos

|   |      |
|---|------|
| Dedicatoria .....   | iv   |
| Dedicatoria .....   | v    |
| Agradecimiento.....   | vi   |
| Resumen .....   | vii  |
| Abstract .....  | viii |
| Presentación .....  | ix   |
| Índice de contenidos.....   | x    |
| Índice de tablas .....  | xii  |
| Índice de figuras .....   | xii  |
| I. INTRODUCCIÓN.....  | 13   |
| 1.1. Problema de investigación.....   | 13   |
| 1.2. Objetivos .....  | 17   |
| 1.2.1. Objetivo General .....   | 17   |
| 1.2.2. Objetivos Específicos .....  | 17   |
| 1.3. Justificación del estudio .....  | 18   |
| II. MARCO DE REFERENCIA .....   | 18   |
| 2.1. Antecedentes del estudio.....  | 18   |
| Nivel Internacional .....   | 19   |
| Nivel Nacional .....  | 20   |
| Nivel Local .....   | 21   |
| 2.2. Marco Teórico.....   | 22   |
| Teoría de la formación social de la tecnología (Social Shaping of Technology) ..... | 22   |
| 2.3. Marco Conceptual.....  | 23   |
| 2.3.1. Podcast.....   | 23   |
| 2.3.2. Spotify .....  | 26   |
| 2.3.3. Análisis de contenido de podcast .....                                       | 30   |
| 2.3.4. Dimensiones del análisis de contenido de un podcast.....                     | 31   |

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 2.3.4.1. | Tipo de producción del podcast: .....          | 31 |
| 2.3.4.2. | La dimensión referencial:.....                 | 32 |
| 2.3.4.3. | La dimensión enunciativa .....                 | 33 |
| 2.3.4.4. | La dimensión Estética:.....                    | 35 |
| 2.4.     | Sistema de hipótesis.....                      | 36 |
|          | Variables e indicadores.....                   | 37 |
|          | Análisis de contenido del podcast: .....       | 37 |
| III.     | METODOLOGÍA EMPLEADA.....                      | 45 |
| 3.1.     | Tipo y nivel de investigación.....             | 45 |
| 3.1.1    | Tipo.....                                      | 45 |
| 3.1.2    | Nivel.....                                     | 45 |
| 3.2.     | Población y muestra de estudio .....           | 45 |
| 3.2.1.   | Población .....                                | 45 |
| 3.2.2.   | Muestra .....                                  | 46 |
| 3.3.     | Diseño de investigación .....                  | 47 |
| 3.4.     | Técnicas e instrumentos de investigación ..... | 47 |
| 3.5.     | Procesamiento y análisis de datos .....        | 48 |
| IV.      | PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....                | 49 |
| 4.1      | Análisis e interpretación de resultados.....   | 49 |
| V.       | DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....                   | 62 |
|          | CONCLUSIONES.....                              | 65 |
|          | RECOMENDACIONES.....                           | 67 |
|          | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                | 68 |
|          | ANEXOS .....                                   | 73 |

## Índice de tablas

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Operacionalización de variables ..... | 38 |
|---|----|

## Índice de figuras

|  |    |
|--|----|
| FIGURA 1 Categorías del tipo de producción .....                       | 50 |
| FIGURA 2 Frecuencia del tipo de producción.....                        | 51 |
| FIGURA 3 Producción del tipo de producción.....                        | 52 |
| FIGURA 4 Tipo de formato de producción.....                            | 53 |
| FIGURA 5 Contenido en la dimensión referencial.....                    | 54 |
| FIGURA 6 Contenido en la dimensión referencial.....                    | 55 |
| FIGURA 7 Historicidad la dimensión referencial .....                   | 56 |
| FIGURA 8 Tipo de anuncio publicitario en la dimensión referencial..... | 57 |
| FIGURA 9 Estrategias expresivas en la dimensión enunciativa.....       | 58 |
| FIGURA 10 Estrategias de difusión en la dimensión enunciativa.....     | 59 |
| FIGURA 11 Estrategias de difusión en la dimensión enunciativa.....     | 60 |
| FIGURA 12 Uso de efectos en la dimensión estética .....                | 61 |

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Problema de investigación**

El sonido indudablemente es un soporte para la comunicación entre los seres humanos, utilizado como una herramienta importante al habla, en el uso de la voz o como música, expresando emoción, tristeza, duda o momentos tensos del episodio.

Indudablemente, el sonido puede provocar sentimientos, pensamientos e imaginación en la persona. Este trabaja de la mano con el medio por el cual se transporta y lleva un resultado de calidad para sus oyentes. (Rivadeneira, 2021)

La radio, por mucho tiempo, intentó ocupar un lugar en la internet ya que conforme pasaban los años, la producción empezó a ser digital, por lo que experimentaron en diversas plataformas digitales y así no exista la posibilidad de su desaparición ante las nuevas tecnologías.

Para Casajús y Milito (2019), la notoriedad de la radio en Internet es uno de los grandes avances del medio que ha adquirido diferentes variantes. La interactividad en el entorno digital estableciendo nuevas relaciones entre conductores y oyentes modificando las formas de consumo de la radio.

Una de estas, ha sido el Podcast, el cual, si lo comparamos con su lanzamiento de uso hace 18 años, ha cambiado de plataforma, estilo, información y objetivo.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2021), el podcast solo fue creado como una simple innovación tecnológica la cual facilitaba las distintas emisoras la difusión de sus programas en diferentes horarios, incluso, al ya establecerse la Web 2.0, estas mismas fueron subidas a distintas plataformas de internet y así su público pueda acceder en cualquier momento a oír su contenido.

Su origen se remonta desde octubre del año 2000 donde Dave Winer, desarrollador de software, a petición de sus usuarios, inició a trabajar una función en RSS (formato XML para distribuir contenido en la web) 0.92, creando así un nuevo elemento (*adjunto*) el cual podría transmitirse directamente desde RSS. (Gutiérrez y Rodríguez, 2010)

En el año 2004, un doce de febrero, para ser más específicos, un editor del diario The Guardian llamado Ben Hammersley, escuchó sobre esta nueva tecnología por lo que decidió realizar un artículo sobre ello, pero, su problemática fue, que esta modalidad no poseía un nombre, a lo que él mencionó como “¿Audioblogs? ¿Podcasting? ¿Guerrilla Media?” (Ben Hammersley, 2004)

Pero fue la denominación Podcasting la que tuvo acogida y catalogó a Hammersley como quien creó la denominación de esta nueva revolución de audio/descarga MP3, para luego acortarlo a Podcast y Podcasts.

Según la web, Abismo FM (2021), las principales plataformas de Podcast y directorio iTunes son: Spotify, con 422 millones de usuarios en 183 mercados a nivel mundial; SoundCloud, con más de 175 millones de usuarios; iVoox, más de 5 millones de usuarios únicos; Spreaker, con más de 12 millones de membresías activas; Player FM, con más de 20 millones de Podcasts gratuitos; TuneIn, tiene más de 50 millones de usuarios activos inscritos en su plataforma; Podcast Go, posee más de 300,000 shows y Podcast Alley, cuenta con más de 91.000 podcast en su plataforma.

Como se puede observar, Spotify es la plataforma más consumida por los usuarios a nivel mundial, donde 14 millones de suscriptores son peruanos. Ofrece un servicio de música, podcasts y vídeos digitales que no solo da acceso a los cantantes del mundo, sino también a otro contenido de diversos creadores.

Según Rivadeneira (2021), la primera aparición del podcast en Perú fue en el 2004, cuando algunos *bloggers* de ese entonces se animaron a poner en práctica la nueva tendencia americana de ponerle audio a sus textos, creando así un podcast.

En el año 2020, en el mes marzo, los peruanos fueron invadidos por la Covid-19 por lo que el gobierno dispuso confinamiento, extendiéndose por 107 días. Este hecho motivó a que las personas exploraran en diversos medios de comunicación siendo el Podcasting el que se llevó un gran crecimiento de oyentes.

El aumento de la producción de podcast en Perú ha sido exponencial. En marzo de 2019, según el último informe sobre Perú del Podcast Latin Fest del Observatorio de Podcast de Puerto Rico, se registró la creación de 133 podcast. Sin embargo, hasta el momento el registró se elevó siendo 537 podcast creados por los peruanos. El aumento de las reproducciones quizá se encuentre en la capacidad de escuchar podcasts que apunten a atender el interés de determinados grupos (Ortiz, 2020).

En la actualidad, Spotify ha creado una lista de 10 primeros lugares, generando así un ranking variado basándose en las reproducciones de los usuarios. Esta lista suele cambiar a diario, a media noche, por lo que no siempre se encuentran los mismos canales, en el mismo lugar del Top.

Estar en este ranking significa, que un podcast posee muchas reproducciones diarias, pero para ello deben de pasar un filtro para ser considerado como reproducción: Primero, se debe de escuchar de 30 segundos a más; segundo, se suman las reproducciones del episodio de lanzamiento y por último si se descarga, se cuenta desde que el usuario ingresa a su plataforma y reproduce dicha descarga. (Spotify, 2022).

Sin embargo, son poco los estudios que se han realizado dedicándose al estudio de dicha plataforma exponiendo su importancia y particularidad en el sector digital y social.

A partir de una ficha de observación, se pudo identificar que, en las 4 semanas de setiembre del 2022, diez podcasts se mantuvieron dentro de un top de la plataforma Spotify, variando el orden de puestos, pero formando parte del ranking de los más preferidos por el público peruano.

Estos evidenciaron poseer características diferenciales como, por ejemplo, diversidad en los contenidos temáticos, sobre autoayuda, otros de opinión, narración y comedia. Asimismo, se pudo observar que algunos podcasts fueron producidos para las plataformas de audio, mientras que otros contenidos no fueron producidos con un lenguaje radiofónico, sino que primero se emitieron como videos y posteriormente fueron subidos en formato mp3 a spotify.

También se evidencia una marcada diferencia en los tiempos. Algunos menores a 15 min (Tiempo corto). Otros mayores a 15' a 30 minutos (Tiempo medio) y otros superando los 30 min 01 segundos (Tiempo largo).

Por tanto, estos podcasts se caracterizan por poseer un lenguaje sencillo, fácil de entender, incluyendo su duración, formato (digitales) e incluso, estilos (entretenimiento/informativo) semejantes en la conducción (amigables y sarcásticos) como también se puede ver la diferencia entre contenido temático (autoayuda, opinión, narración y comedia).

Con ello está demostrado que esta nueva plataforma permite que el oyente tenga el mando de escoger lo que prefiera escuchar ante una gran diversidad de contenidos sonoros, los cuales no eran presentados antes por la radio, convirtiéndose en una nueva y –hasta el momento- única oportunidad. (Rivadeneira,2021)

Está más que claro que el Podcast dejó de ser creado solo por radios o compañías, sino que logra ser utilizado por personas de distintas edades que les guste este tipo de creación de contenido y posea a la vez, una visión comercial.

Cabe resaltar que se desconoce las características específicas o técnicas que utilizaron los creadores de estos podcasts que los posicionan entre los favoritos del público peruano. También, no se visualiza los porcentajes de oyentes que posee ya que la plataforma Spotify reserva ello como derecho de autor.

En este contexto, se evidencia la necesidad de profundizar en el tema, debido a la demanda del público. Actualmente, pocos son los estudios que analizan las características de los contenidos y dentro de esto, las estrategias que utilizan estos podcasts y los mantienen en los primeros lugares y llegan a ser los favoritos del público. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es analizar los contenidos de los 10 primeros Podcasts peruanos de Spotify, en el periodo mayo – octubre, 2022.

Esta investigación servirá como referente para que organizaciones tomen en cuenta las características necesarias para producir un podcast que logre llegar al público de manera directa y así les sirva como referencia para la elección y diseño de su propio contenido.

Por tanto, la finalidad de la investigación es de analizar el contenido de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo General**

Analizar el contenido de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

**OE1:** Describir las características del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

**OE2:** Identificar las características de la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

**OE3:** Reconocer las características de la dimensión enunciativa de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

**OE4:** Tipificar las características de la dimensión estética transmitidos de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

### **1.3. Justificación del estudio**

A nivel metodológico, la investigación aportará en la definición de las dimensiones de podcast, así como se realizará un análisis del podcast a través de la matriz de observación del tipo de producción del podcast y la matriz referencial, enunciativa y estética, instrumentos validados mediante juicios de expertos, que podrá ser utilizada por otros investigadores interesados en profundizar en analizar contenidos del podcast.

A nivel práctico, será importante para los estudiantes y profesionales de la carrera de Ciencias de la Comunicación que se desenvuelven en la producción radiofónica, ya que permitirá obtener un referente que sirva como guía para futuras producciones.

## **II. MARCO DE REFERENCIA**

### **2.1. Antecedentes del estudio**

A fin de sustentar la presente investigación, se realizó una búsqueda de los diversos estudios o trabajos previos, en bibliotecas y repositorios digitales que hayan empleado las mismas variables de estudio, así como el objeto de estudio, tanto a nivel internacional, nacional y local, de distintos repositorios académicos, entre los cuales se encuentran:

## **Nivel Internacional**

En primera instancia se presenta el trabajo realizado por Sánchez (2022), de la universidad técnica de Babahoyo, en su investigación Análisis del Podcast como Herramienta Periodística en el Ecuador menciona que el podcast es una guía relacionada al ciberperiodismo, convirtiéndose en modelo de comunicación e información, permitiéndose un lugar en el entorno digital aumentando las masas jóvenes gracias a su contenido publicado de manera rápida. Se analizó la importancia de la influencia que posee el Podcasting en el Ecuador, asimismo, el problema que posee la aplicación. A la vez, planteó algunas técnicas de investigación descriptiva y explicativa haciendo uso de entrevistas y ficha de observación.

La autora concluye, que en el Podcast se encontró una forma de poder llegar a sus consumidores mediante sus contenidos tanto de entretenimiento como educativos, políticos y económicos. Eso quiere decir que, en dicha investigación se intentó realizar una narrativa mucho más corta pero llamativa, generando interés en la noticia publicada.

Por su parte, García (2016) en su investigación del Máster de Comunicación educación en la Red, de la universidad Nacional de educación a Distancia en Madrid, titulada, Podcasting y Transmedia: El Transcasting, tuvo como propósito analizar la producción de los mensajes de los podcasters, a la vez, descubrir qué instrumentos utilizaron en su distribución y creación. También, hallar las capacidades principales que se necesitan para su ejecución.

El autor concluye que “La narrativa del podcasting actual rompe las estructuras comunicativas convencionales del mundo sonoro e integra formatos, estéticas y lenguajes de diferente procedencia” (p.268).

Asimismo, los usuarios adicionan a su universo narrativo con creaciones que utilizan diferentes lenguajes, cuya forma es claramente reflejada en las páginas web o blogs que contienen proyectos transcasting.

## **Nivel Nacional**

En su investigación "Análisis de Contenido Sonoro y Transcasting", Rivadeneyra (2021), para obtener el grado de Magíster en comunicaciones, utilizó el método analítico-descriptivo de enfoque mixto. Pero a la vez, empleó un proceso cuantitativo ante el análisis de contenidos. También se enfocó en lo cualitativo al crear una herramienta de análisis para los diferentes contenidos de los podcasts.

El podcasting nos revela transformación en el mundo digital de los contenidos sonoros al brindarle al usuario nuevas alternativas de consumo, además de incluirlo en una nueva relación e interacción con él. La libertad de la creación de una alta diversidad de contenidos y abordaje de áreas temáticas brindan al oyente una autoridad incomparable al momento de elegir contenidos generales, propios de la principal característica de la radio: la masividad de su audiencia.

Así mismo, los podcasts híbridos y refurbished son cercanos a los formatos de la radio, tales como programas radiales editados, es decir que se editan para convertirse en podcasts. Sin embargo, los podcasts nativos de las empresas de comunicación se presentan con contenidos, temáticas, formas sonoras y estrategias comunicativas innovadoras.

Finalmente, no existen límites en la elección de los contenidos que se ofrecen ni en el uso del lenguaje en este nuevo medio nativo digital. La mayoría de los podcasts ofrecen contenido con enfoque sociales de tendencia tales como: machismo y homofobia, paradigmas que no son expuestos fácilmente por los diferentes medios de comunicación.

Por su parte, Gálvez (2019), en su trabajo de investigación en comunicación y periodismo, titulado, Análisis del podcast Serial como principal exponente del podcasting narrativo, donde su propósito fue determinar las características del podcast Serial, que lo catalogan como el principal exponente del podcast narrativo.

Su enfoque fue cualitativo, ya que se centró en hallar características únicas en cada episodio, tales como su lenguaje radiofónico, temática y contenido característico de cada uno.

Entre los hallazgos, la utilidad de una voz radiofónica clara y gruesa, uso de los silencios y la música como funciones expresivas y/o narrativas, son características del lenguaje radiofónico en el podcast serial. Así mismo, el contenido del podcast serial se caracterizó por los distintos temas por episodio, los cuales permitieron catalogar al podcast como un género no determinado, pero si camaleónico, adaptable para cualquiera de los oyentes de dicha plataforma.

Los elementos del lenguaje radiofónico crean atmósferas dejando de ser considerados inoportunos o distrayentes del oyente, al contrario, crea un contexto armonioso que se asemeja a las producciones visuales.

## **Nivel Local**

Roncal (2019), de la Universidad César Vallejo, en su investigación “Implementación de la herramienta digital Podcast para facilitar el tratamiento de la noticia en el medio periodístico digital noticias responsables Trujillo”, menciona que dicho medio digital si representa una innovación en este proceso de la construcción y difusión de sus noticias, generando mayor interés en la audiencia para informarse a través de aquel recurso tecnológico.

Se empleó una metodología con enfoque cualitativo, donde se usaron guías de discusión para extraer los datos necesarios, con la finalidad de obtener resultados concretos en el proceso de la información.

El autor afirma que el podcast es un excelente recurso de información para lograr una mayor interactividad en los usuarios al acceder al contenido informativo, imponiendo su presencia en información de interés o novedades de cualquier tema a los oyentes de forma ágil, directa y fresca de comunicar.

A través de estos antecedentes, se observa la importancia de los recursos sonoros y la construcción de la taxonomía para lograr la atención y

preferencia del oyente, así mismo, en una de las investigaciones consultadas, se identifica que los podcast tienen una característica camaleónica porque los contenidos tienen variaciones y son adaptables para cualquiera de los oyentes de dicha plataforma, una riqueza pura relacionada a la presente investigación del ranking de los 10 primeros podcast del Perú.

A la vez, comprendimos que no hay límites para el lenguaje por lo que el podcast es un producto fácil de consumir ya que se encuentra al alcance de todos mediante la tecnología (Celulares, laptops, computadoras, tablets, etc).

Es por eso que consideramos que el paradigma de la investigación es interpretativo. Gracias a este análisis, podremos validar la realidad actual del problema en el mundo de los podcastings del Perú.

Teniendo en cuenta las investigaciones consultadas, se observa que la metodología del presente proyecto, es a través de un instrumento de recojo de investigación cualitativo, ya que se centra en analizar el contenido de los 10 primeros podcasts peruanos en el periodo Mayo - octubre 2022.

## **2.2. Marco Teórico**

### **Teoría de la construcción social de la tecnología (Social Construction of Technology- SCOT)**

El podcast, a través de los años, se ha ido adaptando a los cambios sociales y tecnológicos. A su vez, muchas personas ven a esta nueva tecnología como un modelo de negocio rentable el cual utiliza recursos de fácil obtención para satisfacer las necesidades de su público ante los cambios sociales que se presentan hoy en día.

Wiebe Bijker (como se citó en López y Blanco, 2013) explica a través esta teoría, que el cambio de los aparatos y del conocimiento tecnológico durante estos últimos años no sigue una trayectoria continua, sino que depende de los contextos en los cuales se desarrolla, es decir, depende de las preferencias y la reacción de los diferentes grupos sociales.

A la vez, asegura que los cambios tecnológicos dependen de la participación del ser humano, involucrando a la cultura popular, incluyendo los aspectos sociales, políticos y económicos a todas las escalas.

Los diferentes cambios tecnológicos están relacionados con la cultura de la participación y la inteligencia colectiva como estrategia para gestionar y producir características específicas del usuario. Aparecen primero en relación a la cultura popular, pero las prácticas y habilidades adquiridas repercuten en aspectos sociales, políticos y económicos a todas las escalas.

A la vez, la teoría busca entender las razones de aceptación o rechazo de una tecnología por parte del mundo social. Según SCOT se debe preguntar cómo o cuales son los factores de medición del éxito que llevó a esta nueva tecnología al apogeo que lo define formalizando los pasos a seguir cuando se analizan las causas de los fracasos o éxitos tecnológicos.

Actualmente en la sociedad actual, los dispositivos móviles llegan a ser una necesidad social, formando parte del día a día del ser humano por lo que provoca que formatos como los podcasts se conviertan en nuevos canales para ofrecer a los oyentes los contenidos que demandan. (Blanco y López, 2013).

Esta teoría se proyecta gracias al fenómeno que surgió hace dos años (COVID 19) donde el público buscó nuevas plataformas de entretenimiento para hacerlas formar parte de su día a día, siendo una de ellas el podcast.

## **2.3. Marco Conceptual**

### **2.3.1. Podcast**

El nacimiento del podcasting está enlazado a la existencia de la tecnología. Este formato, al tener una esencia totalmente digital, solo puede ser desarrollado por los especialistas en sistemas informáticos quienes pueden explicar los procesos de creación, producción y distribución de los contenidos que ofrece.

Según Clarke (2020), precisa que el podcast son grabaciones de audio distribuidas a través de Internet disponibles para descargar o transmitir en teléfonos inteligentes, tabletas, dispositivos portátiles y computadoras personales sin pago.

Este formato digital fue creado por Dave Winner en el año 2000, cuando desarrollaba un RSS. En el proceso, quiso quería llegar a más, por lo que logró reunir a diversos desarrolladores, destacando entre ellos a Adam Curry, quien utilizó una especificación de su formato RSS, para incluir archivos adjuntos ya no solo en su plataforma, sino también en iTunes, creando un programa donde podría reunir diversos archivos de música, al que llamó iPodder, nombre escogido gracias al reproductor que poseía en ese momento, un iPod.

En el año 2004, Bem Hammersley, editor del diario The Guardian, tuvo conocimiento sobre diversos blogs de éxito que habían implementado audios narrativos en sus plataformas así que en uno de sus artículos da a conocer sobre ello y lo titula como Podcasting.

Desde su creación, el podcast ha evolucionado en dos direcciones (Bonnini, 2015) En uso amateur y no lucrativo; y uso comercial y lucrativo. Entre las personas que no lo utilizan lucrativamente se encuentran los productores y locutores de las radios, quienes lo consideran como herramientas de apoyo para sus distintos programas. También se pueden incluir en esta categoría a los educadores, miembros de distintas instituciones religiosas y políticos, quienes ven al podcasting como herramienta de comunicación con su público.

Quienes lo usan comercialmente son aquellos que suben a distintas plataformas de monetización, quienes les pagan por seguidores, reproducciones y distintos posicionamientos que consideren importantes.

### **Clasificación del Podcast:**

De acuerdo a los temas, plataformas o el modo en el que se realizan, Azurin, A; Ñaupas, A y Rodríguez, K (2020) han desarrollado sus propias clasificaciones:

### **Podcast de conversación:**

Para poner en marcha este tipo de podcast, generalmente, se reúne un grupo de personas y hablan de un tema en común o sobre algo ya determinado. Se graban, editan y suben su contenido a la plataforma de su preferencia.

Su elaboración suele ser sencilla y natural ya que, durante las grabaciones, estas no suelen poseer un guion.

### **Podcasts “de radio”**

Se les considera de esta manera a los contenidos que son creados especialmente para dicho medio de comunicación. Aquí, sí se suele crear un guion o algún método base para seguir hablando de un mismo tema.

Se les conoce como “radio a la carta” y su contenido no solo es presentado en vivo para los programas, si no también, los suben a internet para que otros usuarios puedan interactuar con ellos.

### **Podcasts Narrativo**

Reciben esta denominación porque, como su propio nombre suele indicar, crean una historia y emplean diferentes efectos para que la audiencia sienta que se está narrando un acontecimiento.

No son conversaciones casuales, ni mucho menos temas controversiales, por el contrario, esta narrativa nace a partir de una historia, o acontecimiento especial. Aquí, si se utiliza un guion narrativo y se sigue al pie de la letra.

### **Podcasting peruano:**

La historia del podcast en el Perú, no es larga, las primeras apariciones del podcast en nuestro país fueron a lo largo del 2004, cuando

bloggers de ese entonces se animaron a añadir audios a sus textos y así facilitarle al lector su contenido. (Rivera, C,2021)

Carlos Wertheman es considerado como uno de los precursores del podcast en el Perú, ya que a raíz de la creación de su podcast titulado “El Langoy” siendo considerado como un referente. En la conducción se presentan Oscar Soto, Felipe Davis, Fátima Toche y Carlos Wertheman quienes iniciaron con diálogos sobre cultura pop y coyuntura nacional.

### 2.3.2. Spotify

Empresa fundada en el año 2006, en Suecia. Su producto es ofrecer una plataforma de música vía Streaming. Posee un modelo de negocio denominado Freemium que consiste en presentar a sus usuarios un servicio básico donde puedan escuchar música con publicidad, y otro con características diferentes como mejora de audio, libre de publicidad, descarga de audio y uso libre de la plataforma. Sus tarifas, son las siguientes:

| <b>Individual</b> | <b>Dúo</b>      | <b>Familiar</b> | <b>Premium para Estudiantes</b> |
|-------------------|-----------------|-----------------|---------------------------------|
| S/ 18.90 al mes   | S/ 24.90 al mes | S/ 29.90 al mes | S/ 9.00 al mes                  |
| 1 cuenta          | 2 cuentas       | Hasta 6 cuentas | 1 cuenta                        |

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| Escucha música sin anuncios                                      | 2 cuentas Premium para parejas que conviven.                  | 6 cuentas Premium para familiares que conviven                | Descuento especial para estudiantes universitarios que cumplan con los requisitos |
| Reproduce tus canciones en cualquier lugar, incluso sin conexión | Reproducción de música sin anuncios, sin conexión y on-demand | Bloquea la música explícita                                   | Escucha música sin anuncios   |
| Reproducción on-demand   | Prepaga o suscríbete  | Reproducción de música sin anuncios, sin conexión y on-demand | Disfruta tus canciones en cualquier lugar, incluso sin conexión                   |
| Prepaga o suscríbete   |   | Prepaga o suscríbete  | Reproduce contenido on-demand   |

*Fuente: Plataforma de Spotify/Premium, 2022*

En la actualidad, según la plataforma *Spotify*, pueden descargar dicha aplicación mediante su programa en Android e iOS, computadoras de escritorio, consolas de juegos, automóviles, televisores, parlantes inteligentes y en cualquier dispositivo que usan para sintonizar música. Actualmente se encuentra con disponibilidad de uso en aplicación, en más de 187 mil países y más de 389 millones de oyentes.

## **Spotify el Podcast:**

Gracias a la evolución del Podcast y el gran interés del público luego de pandemia, no cabe duda que se ha vuelto uno de los favoritos del público en nivel de entretenimiento, por lo que Spotify no podía quedarse atrás y se corona como la primera plataforma de podcasts del mundo (Plataforma Digital "Dale La vuelta, 2022). Spotify se encuentra en primer lugar con un 77 % dejando a la plataforma digital de video Youtube, con el 26%.

## **Spotify for Podcasters:**

Centro de ayuda creado por la misma plataforma para impulsar la creación de Podcast a los diversos usuarios que desean emprender en esta plataforma. Este formato ayuda a los nuevos Podcasters a usar Spotify adecuadamente y así poder viralizar sus diferentes podcasts subidos a la plataforma.

## **Anchor de Spotify**

Anchor es una plataforma adquirida por Spotify donde permite al usuario crear, distribuir y monetizar su podcast totalmente gratis.

A la vez, enseña al público como crear un podcast, ofrece estadísticas y todo lo relacionado de utilidad para la publicación de un podcast. Está dedicada a los principiantes en Podcast.

## **Top de Podcast Spotify**

Spotify crea diariamente un ranking, dicha lista se actualiza cada día a las 00:00 donde se sitúan los 20 mejores podcasts de cada país.

Situarse en dicho ranking significa, la plataforma evalúa las siguientes condiciones:

- Se debe de escuchar de 30 segundos a más
- Se suman las reproducciones del episodio de lanzamiento
- Si se descarga, se cuenta desde que el usuario ingresa a su plataforma y reproduce dicha descarga. (Plataforma digital Spotify, Estadísticas de la audiencia)

### **Top de los 10 mejores podcasts del Perú según Spotify**

Según la plataforma Marketing Paradise (2022) la plataforma Spotify realiza un filtro para poder posicionar correctamente a los 10 podcast más escuchados dentro de un ranking, teniendo en cuenta las siguientes características:

- Número de veces que un usuario le ha dado 'play' a algún episodio.
- Número de veces que se ha escuchado más de un minuto un episodio.
- Cantidad de usuarios únicos que alguna vez dieron a 'play' a un episodio.
- Total de usuarios que dieron al botón de 'seguir' nuestro podcast.
- Conteo de starts, streams, listeners y followers del mes en cada episodio publicado.

El Ranking de Spotify suele variar cada día, pero usualmente, los primeros lugares son aquellos que se mantienen entre los meses de Junio - Setiembre son los siguientes:

Los Podcast que más comunes posicionarse entre los mejores, son:

1. Seminario Fénix - Brian Tracy
2. El Narrador de Cuentos (Audio Latino)
3. Hablando Huevadas
4. Estás Rica
5. Cuestión de Cuestionar
6. Psicología oscura
7. Psicología al Desnudo
8. Relatos de la Noche
9. Podcast Gigantes Internacional
10. DESAHUEVATE

### **2.3.3. Análisis de contenido de podcast**

Según Piñuel (2002), la denominación de análisis de contenido, lleva a suponer que el contenido se encuentra oculto dentro de un continente que puede ser un documento físico, texto registrado, etc. y que analizando que lo más profundo de ese continente, se puede revelar su contenido (su significado, o su sentido), de forma que una nueva interpretación, tomando en cuenta los datos del análisis, permitiría poseer un diagnóstico veraz.

Analizar el contenido de un podcast consiste entonces en llegar a lo más profundo de su significado, su razón de ser, sus estructuras. Según Rivadeneyra (2020, 34:36), propone 3 dimensiones de análisis del contenido

de un podcast: Una dimensión referencial, dimensión enunciativa y dimensión estética.

#### **2.3.4. Dimensiones del análisis de contenido de un podcast**

##### **2.3.4.1. Tipo de producción del podcast:**

Permite el análisis general de los pasos específicos para garantizar la calidad del podcast:

##### **Frecuencia**

Número de repeticiones por unidad de tiempo de cualquier evento periódico.

**Regular:** Sube contenido en fechas cercanas.

**Periódica:** No posee una distribución constante.

##### **Tipo de producción**

Según su origen:

**Nativos:** Amateur o profesionales.

**Híbridos:** Contenidos sonoros pre grabados.

**Refurbished:** Se toma cualquier tipo de contenido y se adapta en edición a un podcast.

**No podcast:** Audios que no fueron realizados para podcast ni tampoco editados para subir a plataformas.

##### **Tipo de formato sonoro**

Clasificación multimedia que guarda una grabación de audio.

**De conversación:** Diálogo entre dos o más personas (Gadfest y/o Showcast)

**Documentales:** combina narración con elementos sonoro que ambientan y explican la narración.

**Noticias:** Abordan temas informativos.

- **Explicativos:** Se enfocan en un tema en particular.
- **Dramatizados:** Historias creadas bajo guion.

#### **2.3.4.2. La dimensión referencial:**

Permite el análisis del lenguaje entre signos, datos y elementos relacionados entre sí entre el emisor y el receptor.

A la misma vez, evalúa la forma discursiva del tema (de qué se habla).

#### **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).

#### **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.

#### **Ámbito**

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

Pueden ser: Salud mental, laboral, social, amoroso, espiritual o académico e historia ficción.

### **Fuentes**

Son los productores de información, que sirven como base para la elaboración del contenido de los podcasts (Fuentes internas o externas).

### **Historicidad**

Es la forma en que los temas se ubican en relación al devenir histórico, es decir al transcurrir del tiempo que puede ser corto o de acontecimiento, medio o de coyuntura, largo o de estructura.

### **Relación con el Público**

Es el vínculo de comunicación que se enlaza con el público.

### **Anuncios Publicitarios**

Es un mensaje debidamente planificado con la intención de que el público oyente pueda adquirir un nuevo producto.

- **Publicity:** Lanzar contenido sobre alguna empresa o producto específico.
- **Spot:** Producto preparado y producido debidamente con el objetivo de captar la atención de la gente.
- **Cuñas:** Mensaje transmitido para información.

#### **2.3.4.3. La dimensión enunciativa**

Analiza la comunicación entre los emisores y receptores para descubrir la relación que poseen.

Las Estrategias que el enunciador puede dar a conocer fácilmente son:

### **Estrategias Expresivas:**

Buscando un discurso atractivo, el emisor apela a diversos recursos lingüísticos de la siguiente manera (Rivadeneira, 2020, 37:39)

**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.

**Lenguaje Emotivo:** Que trata de impresionar emotivamente: Se incluyen los diminutivos y aumentativos, las expresiones afectivas y despectivas.

**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.

### **Estrategias de Difusión de Información:**

Asegurar que los mensajes claves de un proyecto o iniciativa lleguen a su público y apoyen al logro de los objetivos planteados.

**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.

**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.

#### **2.3.4.4. La dimensión Estética:**

Se desarrolla bajo la capacidad del ser humano para interactuar con los oyentes explorando distintas formas sonoras y rasgos paralingüísticos del discurso sonoro.

##### **Uso de la música:**

Acompañamiento de actividades que transmiten efectos sonoros.

**Auxiliar:** Fondos musicales y música característica que se puede identificar.

**Programática:** Temas musicales de diversos géneros.

**Protagonista:** Música característica que se puede identificar.

##### **Uso de la voz:**

Medio esencial para expresar y explicar conocimientos, pensamientos y nuestros propios sentimientos.

**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 o Abstractos:**

Conjunto de formas sonoras representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales y/o artificiales, que restituyen objetiva y subjetivamente la realidad construyendo una imagen.

**Función ambiental o descriptiva:** Forma parte del ambiente en el que se desarrolla la acción.

**Función expresiva (o descriptivo-expresiva):** Connota la descripción realista suscitando una relación afectiva.

**Función narrativa:** Reconstruir una acción que no precisa ni de palabra ni de música.

**Función ornamental:** Refuerza el ambiente en el que transcurre la acción. (García, 2018,145:146)

### **Uso del silencio:**

Omisión voluntaria de la palabra escrita o hablada.

El silencio como abstenerse hablar

El silencio como pausa

El silencio como ruido

## **2.4. Sistema de hipótesis**

Esta investigación no cuenta con hipótesis por ser un estudio descriptivo. Según Hurtado (2000) indica que no existen descripciones precisas de un evento en un estudio descriptivo por que el flujo de la información es distinto ya que el contexto se suele situar en la inclusión de nuevas tecnologías.

## **Variables e indicadores**

### **Variable**

#### **Análisis de contenido del podcast:**

Sus dimensiones son:

*Tipo de producción del podcast*

*Dimensión referencial*

*Dimensión enunciativa*

*Dimensión estética*

## Tabla 1 Operacionalización de variables

| Variable   | Definición conceptual  | Dimensiones                         | Sub Dimensiones   | Definición conceptual   |
|--|--|-------------------------------------|---|---|
| <p align="center"><b>Análisis de Contenido del podcast</b></p> | <p>Consiste en llegar a lo más profundo de su significado, la razón de ser, la estructura del podcast.</p> | <p><b>1. Tipo de producción</b></p> | <p><b>a. Frecuencia</b></p> <p><b>b. Tipo de producción</b></p> <p><b>c. Tipo de formato sonoro</b></p> | <p>Número de repeticiones por unidad de tiempo de cualquier evento periódico.</p> <p>Según el origen de la producción.</p> <p>Clasificación multimedia que guarda una grabación de audio.</p> |

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones   | Sub Dimensiones  | Definición conceptual  |
|----------|-----------------------|---|--|--|
|          |                       | <p align="center"><b>2. Dimensión referencial</b></p> | <p><b>a. Temas</b></p> <p><b>b. Temáticas</b></p> <p><b>c. Ámbito</b></p> <p><b>d. Fuentes</b></p> | <p>Son los fragmentos de información referidos a un solo aspecto del referente</p> <p>Son las problemáticas o asuntos globales integrados por los aspectos particulares del referente</p> <p>Es el contexto al que aluden o remiten los hechos.</p> <p>Son los productores de información.</p> |



|  |  |                                 |   |  |
|--|--|---------------------------------|---|--|
|  |  | <b>3. Dimensión enunciativa</b> | <p><b>a. Estrategias Expresivas</b></p> <p><b>b. Estrategias de Difusión de Información</b></p> | <p>Buscando un discurso atractivo, el emisor apela a diversos recursos lingüísticos.</p> <p>Asegurar que los mensajes claves de un proyecto o iniciativa lleguen a su público.</p> |
|--|--|---------------------------------|---|--|

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones                         | Sub Dimensiones  | Definición conceptual  |
|----------|-----------------------|-------------------------------------|--|--|
|          |                       | <p><b>4. Dimensión estética</b></p> | <p><b>a. Uso de la música</b></p> <p><b>b. Uso de la voz</b></p> <p><b>c. Uso de efectos de sonido</b></p> | <p>Acompañamiento de actividades que transmiten efectos sonoros.</p> <p>Medio esencial para expresar y explicar conocimientos, pensamientos y nuestros propios sentimientos.</p> <p>Conjunto de formas sonoras representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales y/o artificiales, que Restituyen objetiva y</p> |

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones | Sub Dimensiones                   | Definición conceptual  |
|----------|-----------------------|-------------|-----------------------------------|--|
|          |                       |             | <p><b>d. Uso del Silencio</b></p> | <p>subjetivamente la realidad construyendo una imagen.</p> <p>Omisión voluntaria de la palabra escrita o hablada.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El silencio como abstenerse hablar</li> <li>- El silencio como pausa</li> <li>- El silencio como ruido</li> </ul> |

**Fuente:** Elaboración propia

### **III. METODOLOGÍA EMPLEADA**

#### **3.1. Tipo y nivel de investigación**

##### **3.1.1 Tipo**

El tipo de investigación desarrollado de acuerdo a su naturaleza es descriptiva, no experimental, transversal, dado que busca que incrementar conocimientos sobre las características fundamentales que llevaron a estos podcasts a posicionarse dentro del ranking. Al respecto, Hernández et al. (2014), manifiesta que este tipo de investigaciones tienen como propósito buscan únicamente aumentar los conocimientos a partir de la categorización de un determinado fenómeno.

##### **3.1.2 Nivel**

Asimismo, el nivel de investigación es descriptivo transversal, según Sánchez & Reyes (1984; 2017), describe un fenómeno o situación en una circunstancia temporal-espacial. En este caso, se busca analizar el contenido de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

#### **3.2. Población y muestra de estudio**

##### **3.2.1. Población**

La población del presente estudio estuvo conformada por todos los podcasts que se transmiten a través de Spotify que se transmitieron en los meses mayor – octubre del 2022.

### 3.2.2. Muestra

Se utilizó un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, con los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

**Criterios de inclusión.** Se tomó los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022, dichos podcast. Se tomó la cantidad de 10 episodios por cada podcast. Cuando los episodios superan la cantidad de 10 podcast, se considera las últimas publicaciones.

**Criterios de exclusión:** Los podcasts que no se consideraron para el análisis fueron aquellos que, a pesar de estar en el ranking en el periodo determinado, sus 10 últimas publicaciones incluían episodios del 2021 y 2022.

A partir de estos criterios los podcasts analizar son los siguientes:

- Caso 63
- Estas Rica
- Psicología al desnudo
- Hablando Huevadas
- El Narrador de Cuentos
- Psicología Oscura
- Seminario fénix – Briam Tracy
- DESAHUEVATE
- Relatos de la Noche
- Cuestión de cuestionar
- El Podcast de Marian Rojas Estapé

### 3.3. Diseño de investigación

El presente trabajo de investigación utilizó el diseño descriptivo, que es representado por el siguiente esquema:

A continuación, se esquematiza el diseño a empleado:



Dónde:

**M:** Los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

**O:** Análisis de contenido de los podcasts.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

Como técnica se usó el análisis de contenido transversal, aquel que consiste en seleccionar muestras que se analizan en un mismo momento histórico.

Abela (2022) comenta que el análisis de contenido se basa en la lectura (textual, visual y auditivo) como un instrumento de recolección de datos sistemática, objetiva, replicable, y válida.

La investigación se desarrolló en base a una matriz de observación del tipo de producción del podcast.

Como instrumento se utilizó dos matrices de observación. La primera denominada matriz de observación del tipo de producción del podcast (donde se analizó su categoría, frecuencia de producción, descripción, tipo de producción y tipo de formato sonoro).

La segunda denominada matriz referencial (donde se analizaron sus temas, temáticas, ámbito, fuentes, historicidad y publicidad) enunciativa (estrategias expresivas y estrategias de Difusión de Información) y estética (uso de la música, uso de la voz).

En la ficha de observación se analizó si el podcast se encuentra en el ranking de los 10 primeros podcasts peruanos (25 – 26 de octubre), su duración, contenido temático, formato y tipo de producción.

Los instrumentos fueron validados mediante juicios de expertos, por dos profesionales en la materia y un metodólogo.

### **3.5. Procesamiento y análisis de datos**

El análisis de datos fue realizado en función de los objetivos específicos determinados, asimismo, los datos referentes a cada objetivo fueron analizados primero respecto al grupo objetivo en general, mediante la técnica del análisis descriptivo, empleando las hojas de cálculo de Microsoft Excel 2019 para sintetizar las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas, así como gráficos de barra, donde los datos fueron calificados con 0 para el “no” y 1 para el “sí”

Para el objetivo general, se procesaron los datos de los contenidos de 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022, y se construyó la tabla de frecuencias absolutas simples y relativas porcentuales en función a los puntajes de los instrumentos por cada dimensión y luego se elaboró el gráfico de barras.

Para el objetivo específico describir las características del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la

plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022. Se construyó una tabla de frecuencias absolutas simples y relativas porcentuales a partir del análisis de cada uno de los podcasts para luego unirlos en tablas por dimensiones (Se analizó en base a la categoría de Spotify, su frecuencia de publicación de contenidos, descripciones que posee cada perfil de los podcasts, sus tipos de producciones para saber si son profesionales o cuantas personas dirigen el podcast, y su tipo de formato sonoro)

Para el objetivo 2, 3 y 4 también se construyó una tabla de frecuencias absolutas simples y relativas porcentuales a partir del análisis de cada uno de los podcasts. dimensiones (Se escucharon los 10 últimos episodios de los podcasts seleccionados, se unieron todos los podcasts en un consolidado para luego sacar las dimensiones totales).

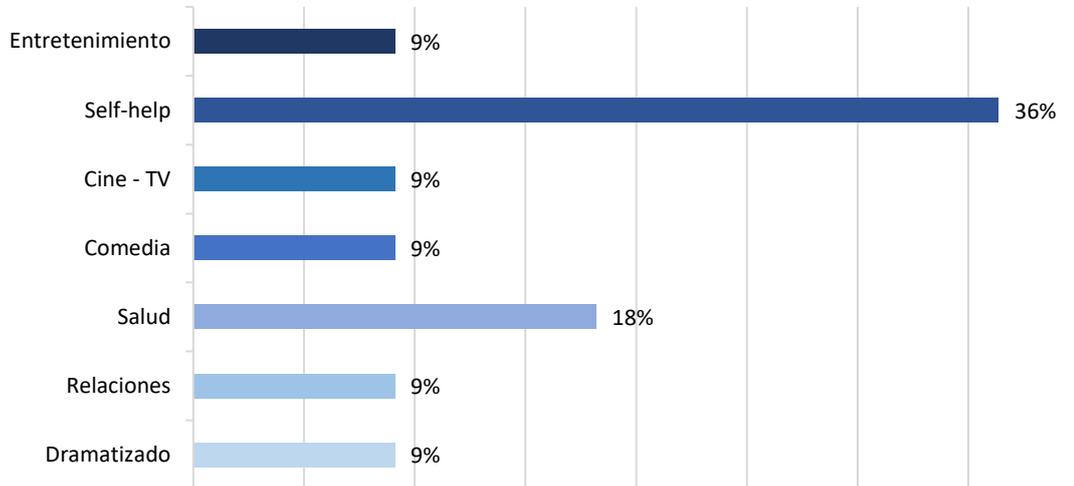
#### **IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

##### **4.1 Análisis e interpretación de resultados**

Para la obtención de resultados, se aplicaron los instrumentos observación del tipo de producción del podcast y dimensión referencial, enunciativa y estética, donde se obtuvo lo siguiente:

## FIGURA 1

Categorías del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022



Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura n°1, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify según su categoría se encuentran en Self – Help con un 36% esto quiere decir que se tocan temas de autoayuda, en segundo lugar, se encuentra la categoría salud con un 18% donde se hablan temas sobre temas de salud mental, y con un 9% se encuentran los podcasts de entretenimiento, cine - TV, comedia, relaciones amorosas y dramatizados.

## FIGURA 2

*Frecuencia del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022*

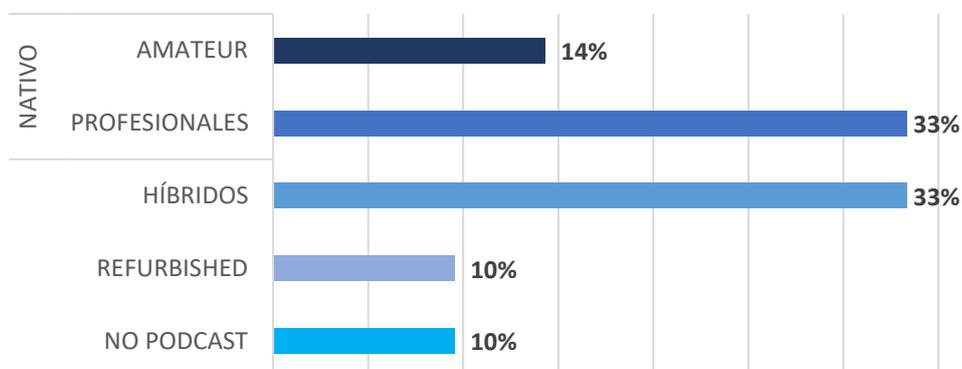


Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura n°2, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify con respecto a su frecuencia de producción es regular con un 60%, subiendo su contenido a la plataforma semanalmente, y con un 40% se encuentra su frecuencia periódica los cuales suelen subir su contenido mensualmente o anual.

### FIGURA 3

*Producción del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022.*

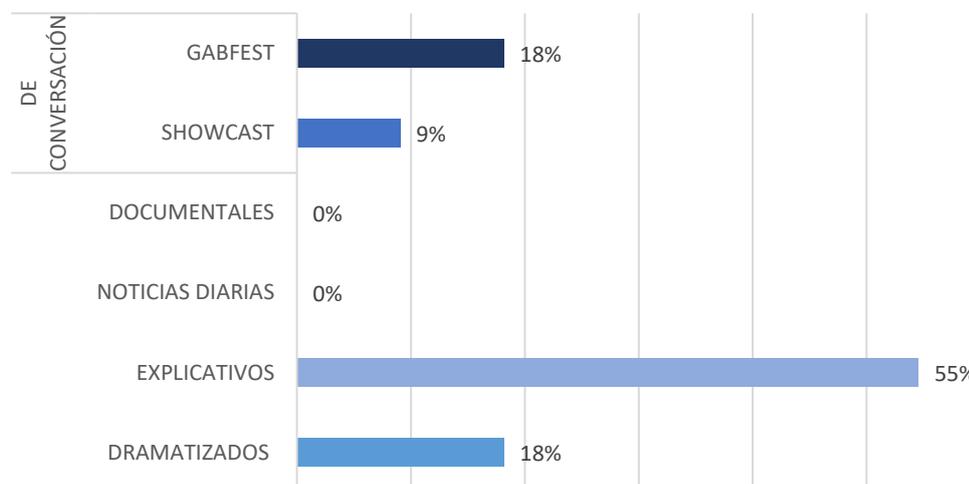


Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura n°3, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, según su tipo de producción nativo - profesionales e híbridos es de un 33%, caracterizándose el primero por presentar una estructura y/o secuencia planificada previamente y el segundo por poseer programas pre grabados. En segundo lugar, la producción nativo – amateur con un 14%, se caracteriza por que su contenido es solo por afición subiendo contenido de dramatizados pre grabados. Por último, refurbished y no podcast con un 10%, donde el primero es adaptado al podcast tales como los stands up y el segundo se refiere al contenido publicado que no posee ninguna característica de podcast como los dramatizados narrativos.

#### FIGURA 4

*Tipo de formato de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022*



Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

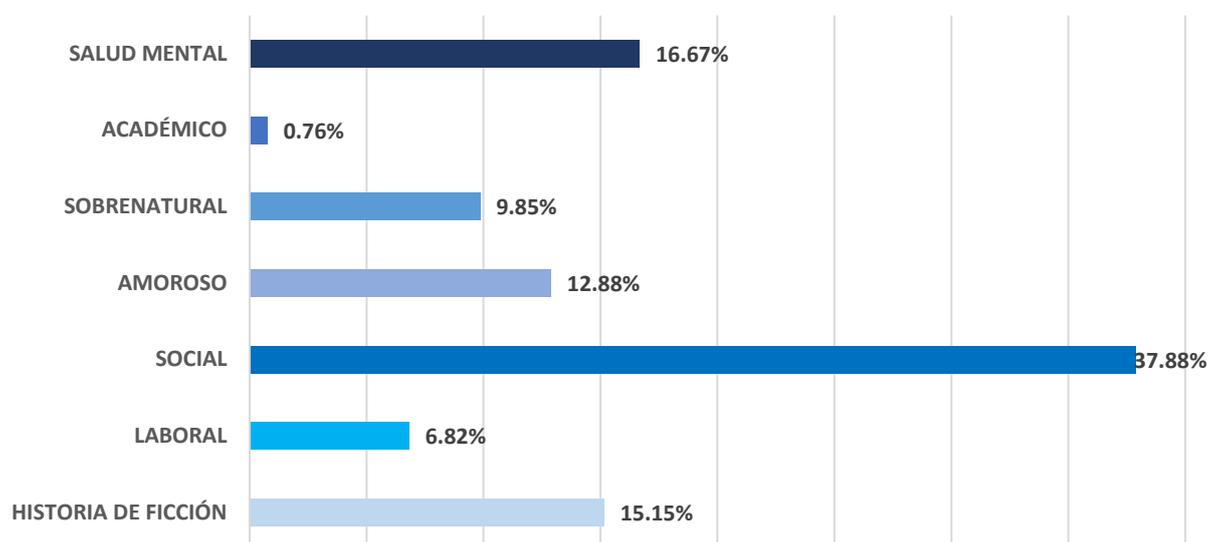
Como se aprecia en la figura n°4, el tipo de formato de producción predominante los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify dentro de su formato sonoro, es el explicativo con un 55%, enfocándose en temas del ámbito social, resolución de conflictos, autoayuda para ser ampliados por el o los conductores. En segundo lugar, los dramatizados y los de conversación – gabfest con un 18% respectivamente, caracterizándose el primero por presentar series narrativas o cuentos previamente grabados para televisión. Y el segundo mediante conversaciones entre locutores con la participación del público y entrevistas a los invitados.

En tercer lugar, el tipo de conversación showcast con un 9% resaltado la estructuración de un show de comedia.

Finalmente, dentro de los 10 primeros podcasts no se observa el uso de los formatos documentales y noticias.

## FIGURA 5

*Contenido en la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022*

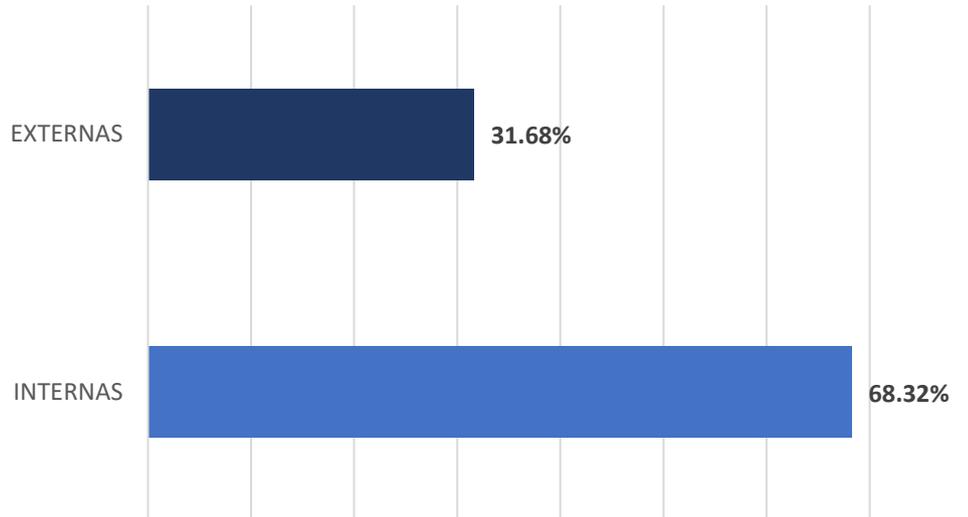


Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura 5, los contenidos de los 10 primeros podcasts son mayoritariamente de tipo social con un 37.88% donde se tratan problemas coyunturales o de tendencias, en segundo lugar, el contenido es sobre salud mental con un 16.67% tomando temas como ansiedad, depresión y dependencia emocional. Con un 15.15% se posiciona en un tercer lugar el tipo historia de ficción donde resaltan los dramatizados y programas adaptables para las familias. En cuarto lugar, el contenido amoroso con un 12.88% respectivamente, tratando de experiencias y consejos para relaciones amorosas. Así mismo el contenido sobrenatural obtuvo un 9.63%, caracterizándose por tocar experiencias sobrenaturales, un 6.82% obtuvo la sección laboral el cual explica sobre métodos de superación y consejos de cómo lidiar con los ambientes laborales. Por último, el contenido académico obtuvo un 0.74%, donde se mencionó formas y tips de estudio.

## FIGURA 6

*Fuentes de la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.*

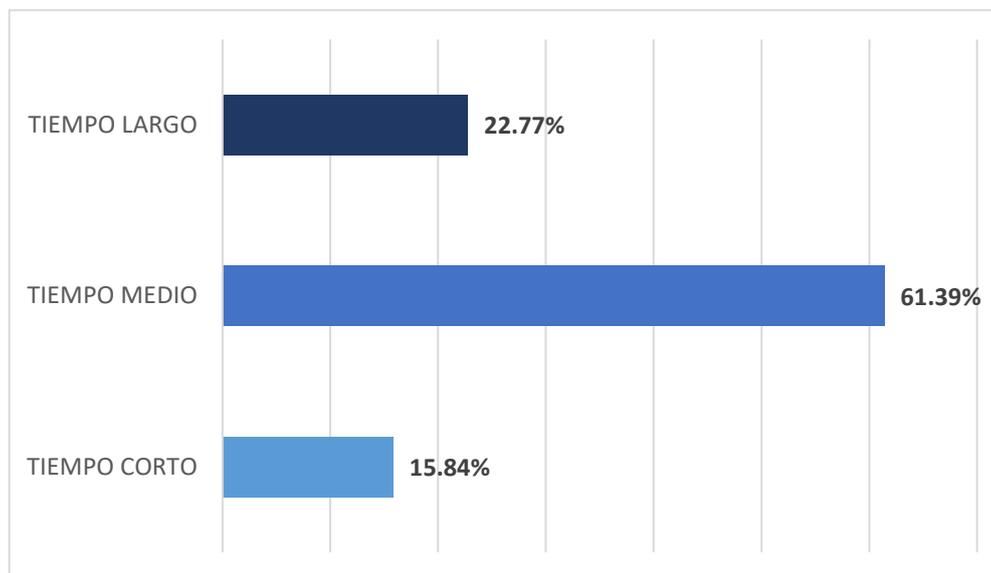


Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura n°6 los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify según sus fuentes internas con un 68.32%, se caracterizan por comentarios o información personal, en segundo lugar, las fuentes externas obtuvieron un 31.68% basándose en información de diversos autores.

## FIGURA 7

*Historicidad la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022*

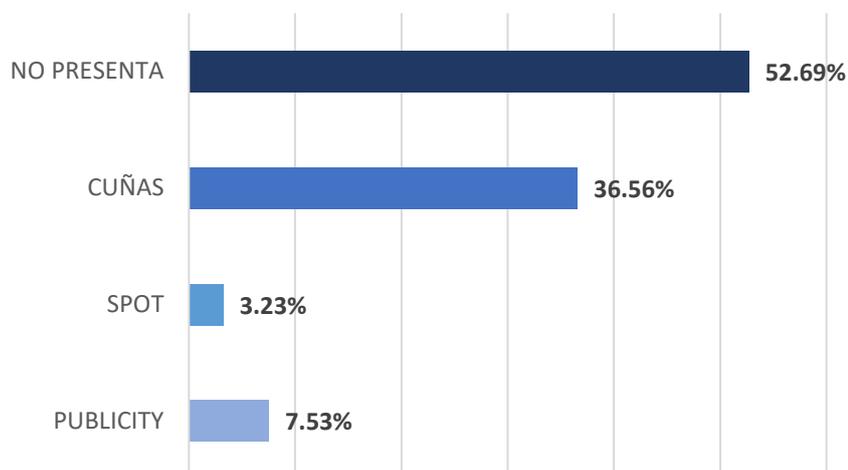


Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura 7, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano se caracterizan por poseer un tiempo medio de un 61.39% los cuales duran entre 15 minutos con 01 segundo hasta 30 minutos. Mientras que los podcasts de tiempo medio largo, con un 22.7% ocupan el segundo lugar caracterizándose por durar entre 30 minutos con 1 segundo a más. Por último, el tiempo corto obtuvo un 15.84% durando 0 segundos a 15 minutos.

## FIGURA 8

*Tipo de anuncio publicitario en la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022*

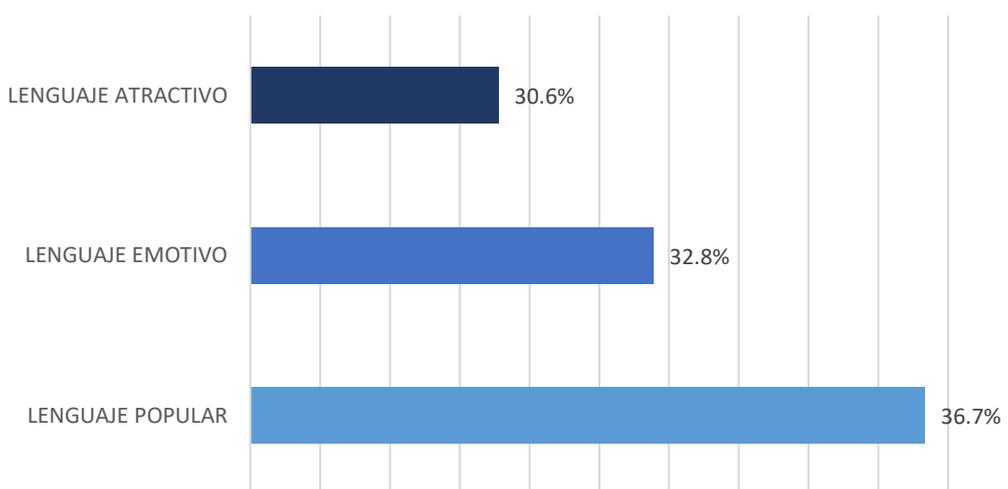


Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura 8 los podcasts más preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify no presentan contenido publicitario con un 52.69%, en segundo lugar, se posicionan las cuñas con un 36.56%, haciendo promoción al mismo podcast, en tercer lugar, se encuentran los contenidos publicity, con un 7.53%, que dentro del mismo podcast mencionan marcas como restaurantes y libros mencionando marcas. Finalmente se utiliza el Spot publicitario, cuenta con un 3.23% donde hacen mención a algunos productos de consumo.

## FIGURA 9

*Estrategias expresivas en la dimensión enunciativa de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022*

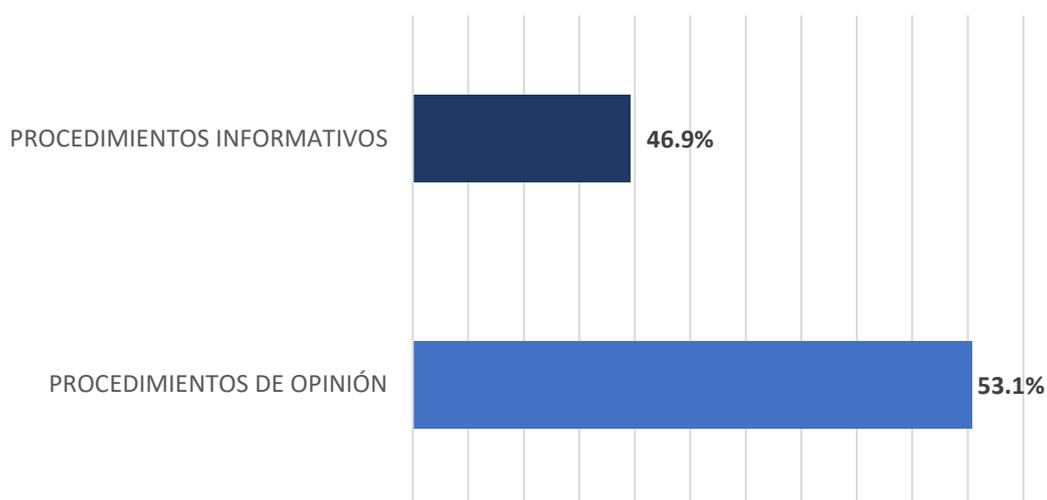


Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura 9, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano poseen un lenguaje popular dando como resultado un 36.7%, mediante la lengua informal y natural, en segundo lugar, el lenguaje emotivo con un 32.8%, a través entonación lenta y precisa, por último, en tercer lugar, se encuentra el lenguaje atractivo con un 30.6%, caracterizando su carisma.

## FIGURA 10

*Estrategias de difusión en la dimensión enunciativa de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022*

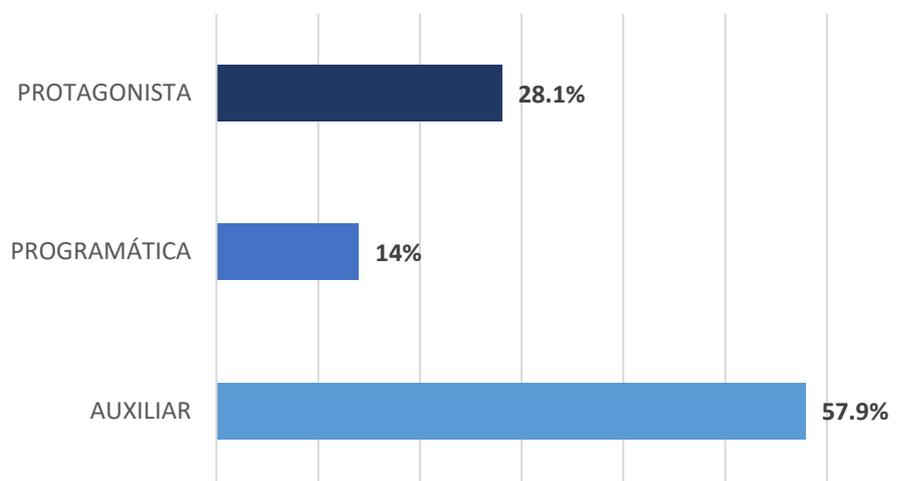


Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura n°10, los 10 primeros podcasts preferidos por el público, en primer lugar, se posicionan las estrategias de difusión de opinión con un 53.1%, mediante anécdotas o experiencias propias, asimismo, en segundo lugar, los procedimientos informativos con un 46.9% brindando contenido importante e informativo.

## FIGURA 11

*Uso de la música en la dimensión estética de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022*

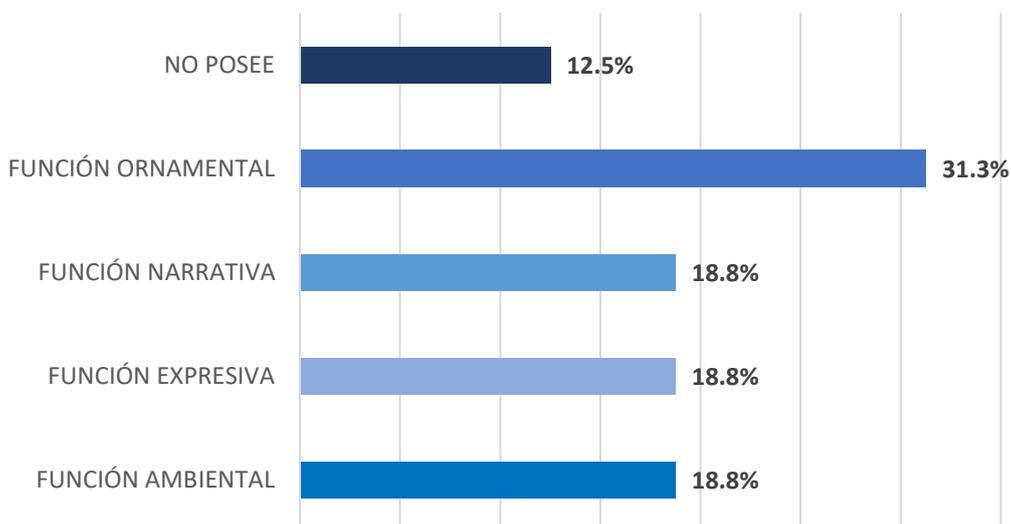


Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura 11, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify se caracterizan en poseer música auxiliar con un 57.9%, reproduciendo música variada de fondo, asimismo, en segundo lugar, la música protagonista con un 28.1%, usando canciones de entrada y salida. Así mismo en tercer lugar, se encuentra la música programática con un 30.6%, apareciendo en el momento exacto de la locución.

## FIGURA 12

*Uso de efectos en la dimensión estética de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, 2022*



Nota: La figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la figura 12, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify notoriamente poseen efectos con función ornamentales con un 31.3%, reforzando el ambiente en cada acción, asimismo, en segundo lugar, las funciones narrativas, expresivas y ambientales con un 18%, donde el primero refiere una acción determinada, el segundo a connota a una reacción afectiva como sorpresa, tristeza o emoción y el tercero forma parte de la acción. Por último, el 12.5% no posee efectos.

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para el objetivo específico 1: Describir las características del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

Los resultados permitieron identificar las características del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify en las que se encontraron que los podcasts clasificados como self – help son los más aclamados por tocar temas de autoayuda y salud mental, su frecuencia de producción es regular ya que se sube contenido a la plataforma semanalmente generando que la audiencia no los abandone. A la vez, sus tipos de producciones más característicos son profesionales e híbridos presentando una estructura planificada con anterioridad pero a la vez pre grabados, también, su formato de producción resalta por ser explicativo enfocándose en temas de ámbito social, resolución de conflictos y autoayuda aplicados por él o los conductores, pero a la vez existe un favoritismo por los dramatizados y conversaciones gabfest por presentar tanto programas pre grabados de televisión como producidos especialmente para el podcast y conversaciones entre los locutores acompañados de entrevistas con los invitados.

Esto se vincula con la expresado por Rivadeneyra (2021) en su investigación “Análisis de Contenido Sonoro y Transcasting”, donde los podcasts híbridos y refurbished (adaptación a un podcast) son utilizados notoriamente en dicha plataforma convirtiéndose en los favoritos del público.

Respecto al objetivo específico 2: Identificar las características de la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

Se identificó las características de la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en las que se descubrió que el contenido social es el favorito entre los oyentes tocando temas coyunturales y/o de tendencia, a la vez, no se debe dejar de lado a los contenidos relacionados con la salud mental. Mediante el estudio se demostró

que las fuentes son de información interna, caracterizándose por compartir información y opiniones personales. Según su tiempo, los podcasts más populares suelen tener una duración media de máximo 30 minutos y en su mayoría no poseen anuncios publicitarios ya que pueden distraer o aburrir al oyente.

Esto se contradice con Ramos y Yacarini (2020) los cuales mencionan en su investigación sobre la percepción del podcast como herramienta para difundir el contenido que hay evidencia que son las marcas pequeñas las que más apuestan por publicidad en los podcasts.

En relación con el tercer objetivo específico: Reconocer las características de la dimensión enunciativa de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

Se reconocieron las características de la dimensión enunciativa de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano donde sus estrategias expresivas resaltan al lenguaje popular mediante una lengua informal y natural conectando más fácilmente con el público. Así mismo las estrategias de difusión de opinión mediante anécdotas o experiencias propias

Esto afirma a Sánchez (2022) donde manifiesta que la dirección de los podcasts posee lenguaje sencillo que todos entienden, a diferencia de la radio, en el cual el productor decide como personalizar el contenido de acuerdo a la reacción de la audiencia.

Referente al objetivo específico 4: Tipificar las características de la dimensión estética transmitidos de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.

Los resultados permitieron tipificar las características de la dimensión estética transmitidos de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, con respecto al uso de la música se caracteriza el empleo de la música auxiliar reproduciendo música variada de fondo por lo que las funciones ornamentales en el uso de efectos refuerzan el ambiente en

cada acción, el uso del silencio como pausa se hace presente mediante el silencio natural creando una atmosfera serena y adecuada para el oyente.

Galvez (2019), en su investigación Análisis del podcast Serial como principal exponente del podcasting narrativo también menciona a los silencios como principal característica del uso del lenguaje radiofónico en el podcast denominándolo como una función predominantemente expresiva y narrativas, pero no descriptivas. creando atmósferas. Nunca son inoportunos o distraen al oyente, por el contrario, crean un relato armonioso.

Respecto al objetivo general, se analizaron los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en sus 3 dimensiones; referencial, enunciativa y estética.

Al respecto, los resultados nos indicaron que para la dimensión tipo de producción son mayormente tocados con temas de autoayuda y conversaciones naturales, donde el oyente se siente más a gusto e identificativo.

Para la dimensión referencial, se concluyó que la información es propia del locutor, mediante sus opiniones o experiencias logrando entablar una relación con el público, a la vez, el tiempo medio de tan solo 30 min máximo es el favorito de la audiencia.

En la dimensión enunciativa, se comprobó que al público le atrae el lenguaje informal y natural, donde se puede escuchar al locutor o locutores expresaste fácilmente sin miedo.

Según los resultados de la dimensión estética, el acompañamiento de la música auxiliar es perfecto para llamar el interés del público, a la vez, los efectos ornamentales complementan el factor de interés del podcast.

Estos resultados nos evidencian que existe una diversidad de contenidos que ahora se manifiestan y no existían en años anteriores, según lo comenta Rivadeneira (2021), la primera aparición del podcast en Perú fue en el 2004, cuando algunos *bloggers* de ese entonces se animaron a poner en práctica la nueva tendencia americana de ponerle audio a sus textos, creando así un podcast.

A la vez, Wiebe Bijker en su teoría de formación social de la tecnología explica el cambio de los aparatos y del conocimiento tecnológico durante estos últimos años no sigue una trayectoria continua, sino que depende de los contextos en los cuales se desarrolla, es decir, depende de las preferencias y la reacción de los diferentes grupos sociales.

## **CONCLUSIONES**

- Entre las características del tipo de producción que presentan los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, se observa que los podcasts categorizados en self – help son los más populares, su contenido posee temas de autoayuda y la frecuencia es regular subiendo su contenido semanalmente. Su tipo de producción nativo -profesionales e híbridos lideran presentando una estructura planificada previamente y programas pre grabados. El formato sonoro más característico es el explicativo, ampliados por el o los conductores. Las noticias y documentales no forman parte de las categorías más preferidas.
- Entre las características de la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, se concluye que el tipo social es el preferido por los oyentes donde se tratan problemas coyunturales o de tendencias. Su fuente de información es interna caracterizándose por sus comentarios o información personal. El tiempo de duración de los podcasts es mayormente medio, entre 15 a 30 minutos. Los podcasts en su mayoría no presentan contenido publicitario, solo un porcentaje menor utiliza promocionales al mismo podcast.
- Entre las características de la dimensión enunciativa de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, se reconoce que el lenguaje popular es el favorito de la audiencia por su

naturalidad. Las estrategias de difusión más usada es la de opinión, desarrollándose mediante anécdotas o experiencias propias.

- Entre las características de la dimensión estética transmitidos de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, se tipificó que la música auxiliar es la que más presencia tiene en los podcasts, reproduciendo música variada de fondo. Los efectos con función ornamentales reforzando el ambiente en cada acción generando emociones en el público. El uso del silencio como pausa es predominante mediante el silencio natural.

## RECOMENDACIONES

- Para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación que desean incursionar en la producción de podcast, se les recomienda tomar en cuenta tomar los resultados como referencia para desarrollar temas de interés social o de autoayuda, utilizar un lenguaje popular y emotivo y considerar el tiempo prudente entre 15' a 30' como máximo.
- Para quienes ya se desarrollan en el mundo del podcasting, se recomienda que los episodios sean subidos de manera regular, y en un día en particular de la semana, para que los oyentes se mantengan al tanto y en la espera del siguiente episodio, asimismo que estos sean nativos, permitiendo hacer un buen uso del lenguaje radiofónico y aprovechar, tanto profesionales como amateurs, este escenario favorable para la rápida expansión de la práctica de producción.
- Finalmente, es preciso seguir investigando sobre las preferencias del uso del podcasting en los oyentes para abrir nuevos campos y ampliar las características identificadas en la presente investigación, considerando que el audio es el sector publicitario digital que está en crecimiento.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abela, J. A. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada.

Arias García, E. (2019). Los efectos sonoros en las series radiofónicas: el caso de la serie policíaca Taxi Key. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 12(2), 142-165.

Azurin, A., Ñaupas, A. y Rodríguez, K. (2021). *El proceso de creación de los podcasts narrativos como recursos periodísticos en Perulogía*. [Tesis para titulación, Pontificia Universidad Católica del Perú] Repositorio PUCP.

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/21643>

Bonnini, T. (2015). La "segunda era" del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital. *Quaderns Del Cac*. XVIII(41), 24-25.

[https://www.researchgate.net/publication/281207319\\_The\\_Second\\_Age\\_of\\_Podcasting\\_reframing\\_podcasting\\_as\\_a\\_new\\_digital\\_mass\\_medium](https://www.researchgate.net/publication/281207319_The_Second_Age_of_Podcasting_reframing_podcasting_as_a_new_digital_mass_medium)

Blanco, M. y L, A. *Evolución del conocimiento y consumo de podcasts en España e Iberoamérica*. [Tesis Doctorado, Universidad Pontificia de Salamanca]. Archivo Digital.

<https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/300780/390231>

Cajal, A. (30 de agosto de 2017). *¿Qué es el Lenguaje Auditivo?* Lifeder.

<https://www.lifeder.com/lenguaje-auditivo/>

Milito, C., & Casajús, L. (2009). La radio en internet, un breve marco teórico para la comprensión y el estudio del fenómeno\*. *Question/Cuestión*, 1(24), 2.

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/862>

Clarke, C. (2020, 04 de marzo). *Dar voz a los radiólogos: una revisión de los podcasts en radiología*. Springer Open.

[https://insightsimaging-springeropen-com.translate.google/articles/10.1186/s13244-020-0842-3?x\\_tr\\_sl=auto&x\\_tr\\_tl=es&x\\_tr\\_hl=es-419&x\\_tr\\_pto=wapp](https://insightsimaging-springeropen-com.translate.google/articles/10.1186/s13244-020-0842-3?x_tr_sl=auto&x_tr_tl=es&x_tr_hl=es-419&x_tr_pto=wapp)

Dale La Vuelta, (2022, 05 de Setiembre). *Spotify lidera el mercado como plataforma de escucha de Podcast en Hispanoamérica*.

<https://dalelavuelta.tv/spotify-lidera-el-mercado-como-plataforma-lider-de-escucha-de-podcast>

Gálvez, M. (2019). *Análisis del podcast Serial como principal exponente del podcasting narrativo*. [Tesis de titulación, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio UPC.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/650371?locale-attribute=es>

García, D. (2016). *Podcasting y Transmedia: El Transcasting*. [TFM del Máster, Universidad Nacional de Educación a Distancia]. Repositorio UNED.

<http://e-spacio.uned.es/fez/view/bibliuned:masterComEdred-Dgarcia>

Hammersley, B. (2004, 12 de febrero). *Audible revolution*. The Guardian.

<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Mc Graw Hill.

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hurtado, B, J. (2000). *Metodología de la investigación Holística* (3era ed.). FundaciónSypal.

<https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>

Marco, A. (1999). *Una aproximación a la semiótica del silencio*. [Tesis de doctorado, Universitat Central de Barcelona]. Archivo Digital.

[https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/403397/AMF\\_TESIS.pdf?sequence=1](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/403397/AMF_TESIS.pdf?sequence=1)

Hammersley, B. (2004, 12 de febrero). *Audible revolution*. The Guardian. Recuperado el 07 de Setiembre del 2022.

<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>

Mendoza, L. (2017). *Voces en Red: Una Aproximación al Podcast en el Perú*.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=u4U0DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Una+Aproximaci%C3%B3n+al+Podcast+en+el+Per%C3%BA+Luis+Enrique+Mendoza&ots=gOT8tX6o4c&sig=AANz4f1K-06p104UptsB2rjkBQg#v=onepage&q=Una%20Aproximaci%C3%B3n%20al%20Podcast%20en%20el%20Per%C3%BA%20Luis%20Enrique%20Mendoza&f=false>

Mejores plataformas de podcast y directorio iTunes (“Abismo FM”, 2021)

<https://abismofm.com/plataformas-para-podcast-y-directorio-itunes/>

López, F. (2022). *El análisis de contenido como método de investigación*. Revista de Educación, Universidad de Huelva. pp.168.

<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf>

López, R. (1998, 03 de abril). *Crítica de la Teoría de la Información Integración y fragmentación en el estudio de la comunicación*. Artículo, Universidad de Chile. Repositorio UCh.

<https://www.redalyc.org/pdf/101/10100304.pdf>

Rivadeneira, C. (2021). *Análisis de Contenido Sonoro y Transcasting*. [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú] Repositorio PUCP.

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/19827>

Rodríguez, C y Gutiérrez, I. (2010). *Haciendo historia del podcast. Referencias sobre su origen y evolución*. Artículo de la Universidad de Murcia. Cap. 02. Repositorio UM.

<https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/37469>

Roncal, A. (2019). *Implementación de la herramienta digital Podcast para facilitar el tratamiento de la noticia en el medio periodístico digital noticias responsables Trujillo*. [Tesis título, Universidad César Vallejo] Repositorio UCV.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52784>

Sánchez, G. (2022). *Análisis del podcast como herramienta periodística en el Ecuador* [Tesis título, Universidad Técnica de Babahoyo] Archivo Digital.

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11809/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000611.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, H. & Reyes, C. (1984; 2017). Metodología y diseños en la investigación científica. Business Support Aneth.

Spotify, (2022). Spotify for Podcasters. Recuperado el 18 de Setiembre del 2022.

<https://podcasters.spotify.com/>

Ortiz, B. (30 de agosto del 2020). *Los podcasts y su nuevo impulso en pandemia*. El Comercio. Recuperado el 11 de Setiembre del 2022.

<https://elcomercio.pe/tecnologia/tendencias-peru-los-podcasts-y-su-nuevo-impulso-en-pandemia-noticia/>

Piñuel, J. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Artículo, Universidad Complutense de Madrid.

[https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel\\_Raigada\\_AnalisisContenido\\_2002\\_EstudiosSociolingusticaUVigo.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingusticaUVigo.pdf)

Vilcapoma, Y. (2018). *Análisis comparativo del uso de elementos del lenguaje radiofónico y de la construcción del montaje radiofónico en informes elaborados por Convoca Radio y RPP*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625069>

# ANEXOS

## ANEXO 01

*Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en en podcast caso 63.*

| DIMENSION REFERENCIAL   |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |  |          |   |              |              |   |      |       |             |
|---|----------------------|-------------------------------|--|---|--|---------|--------|---------|------------|-----------|------|--|----------|---|--------------|--------------|---|------|-------|-------------|
| Nombre del Podcast: Caso 63   |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |  |          |   |              |              |   |      |       |             |
| Periodo de análisis: Últimos 10 hasta el mes de octubre   |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |  |          |   |              |              |   |      |       |             |
| Conductores: No posee   |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |  |          |   |              |              |   |      |       |             |
| Calificación y posible seguidores: 4.9 de 5 (41K)   |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |  |          |   |              |              |   |      |       |             |
| Descripción del podcast (presentación en spotify): Año 2022. La psiquiatra Elisa Aldunate graba las sesiones de un enigmático paciente, registrado como Caso 63, quien asegura ser un viajero en el tiempo. Lo que comienza como rutinarias sesiones terapéuticas, se transforma rápidamente en un relato que amenaza las fronteras de lo posible y de lo real. Una historia que se mueve libremente entre el futuro y el pasado de dos personajes que, quizás, tienen en sus manos el futuro de la humanidad. Protagonizada por Antonia Zegers y Néstor Cantillana. Caso 63 es un podcast original de Spotify. |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |  |          |   |              |              |   |      |       |             |
| Plataformas y canales complementarios: Youtube  |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |  |          |   |              |              |   |      |       |             |
| Nombre del Episodio   | Fecha de Publicación | Duración en min. del episodio | Tema general del episodio              | Sub temas   | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |         |            |           |      | ¿De que fuente se extrae el contenido que necesitas? |          | ¿Que historicidad presentan los contenidos y cómo se usó? |              |              | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |      |       |             |
|   |                      |                               |  |   | Familiar   | Laboral | Social | Amoroso | Espiritual | Académico | Otro | Internas   | Externas | Tiempo Corto  | Tiempo Medio | Tiempo Largo | Publicity   | Spot | Cuñas | No presenta |
| T3E1 - NUNCA ES SOLO FICCIÓN  | 17-Oct-22            | 16 min 20 seg.                | Viajeros en el tiempo                  | 1. Virus Pegaso.<br>2. Fin de la humanidad.           | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 0   | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| T3E2 - EL DERRUMBE  | 17-Oct-22            | 20 min 05 seg.                | Viajeros en el tiempo                  | 1. Fin de la humanidad.                               | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 0   | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| T3E3 - SUSURROS Y SIEMBRAS  | 17-Oct-22            | 14 min 3 seg.                 | Creación del Virus Pegaso              | 1. Cómo se crea y cuál es la cura                     | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 1   | 0            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| T3E4 - GHOSWRITER   | 17-Oct-22            | 21 min 51 seg.                | Líneas de vida                         | 1. propósito de vida                                  | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 0   | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| T3E5 - FOLIE Á DEUX   | 17-Oct-22            | 16 min 27 seg.                | Límite y locura                        | 1. Viajeros en el tiempo                              | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 0   | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| T3E6 - MANDEN A LOS PAYASOS   | 17-Oct-22            | 22 min 41 seg.                | Viajes en el tiempo                    | 1. propósito de vida                                  | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 0   | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| T3E7 - PRUEBA DE REALIDAD   | 17-Oct-22            | 18 min 16 seg.                | Límite y locura                        | 1. Viajeros en el tiempo                              | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 0   | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| T3E8 - ALGUNAS RAZONES PARA DESTRUIR AL MUNDO   | 17-Oct-22            | 12 min 28 seg.                | Destrucción del mundo                  | 1. Reinicio del universo.<br>2. Mejorar la humanidad. | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 1   | 0            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| T3E9 - EL GRAN VORTEX I   | 17-Oct-22            | 16 min 50 seg.                | Destrucción del mundo                  | 1. Reinicio del universo.<br>2. Mejorar la humanidad. | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 0   | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| T3E10 - EL GRAN VORTEX II   | 17-Oct-22            | 13 min 47 seg.                | Propósito de los Viajeros en el tiempo | 1. Posible locura                                     | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1  | 0        | 1   | 0            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |

*Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el podcast caso 63.*

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA                                |   |                  |                    |  |   |                             |  |
|--|---|------------------|--------------------|--|---|-----------------------------|--|
| Nombre del Podcast:                                  |   |                  |                    |  |   |                             |  |
| Episodio   | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |  | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |  |
|  | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?   | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?   |
|  | S/NO  | S/NO             | S/NO               |  | S/NO  | S/NO                        |  |
| <b>T3E1 - NUNCA ES SOLO FICCIÓN</b>                  | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | Explicación de quienes son los viajeros en el tiempo   |
| <b>T3E2 - EL DERRUMBE</b>                            | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | Narra lo que pasará en el futuro.  |
| <b>T3E3 - SUSURROS Y SIEMBRAS</b>                    | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | Explicación de como se crea un virus   |
| <b>T3E4 - GHOSWRITER</b>                             | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | Explicación obre la línea de tiempo de vidas paralelas                                       |
| <b>T3E5 - FOLIE Á DEUX</b>                           | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | ¿Realmente existen los viajeros en el tiempo que puedan cambiar el destino de la humanidad?  |
| <b>T3E6 - MANDEN A LOS PAYASOS</b>                   | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | Narra sobre el futuro  |
| <b>T3E7 -PRUEBA DE REALIDAD</b>                      | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | Explica como saber si una persona está fanaseando o realmente se encuentra bien mentalmente. |
| <b>T3E8 - ALGUNAS RAZONES PARA DESTRUIR AL MUNDO</b> | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | Explicación del por que acabar con a humanidad.  |
| <b>T3E9 -EL GRAN VORTEX I</b>                        | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | Explicación del por que acabar con a humanidad.  |
| <b>T3E10 -EL GRAN VORTEX II</b>                      | 1   | 0                | 1                  | La entonación, fuerza y realismo de la voz es convincente. | 0   | 1                           | ¿Realmente existen los viajeros en el tiempo o es una locura?                                |

Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el podcast caso 63.

| DIMENSIÓN ESTÉTICA                            |                  |              |              |   |                    |                    |                 |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                       |                        |                        |
|---|------------------|--------------|--------------|---|--------------------|--------------------|-----------------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|----------|---------------------------------------|------------------------|------------------------|
| Nombre del Podcast:                           |                  |              |              |   |                    |                    |                 |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                       |                        |                        |
| Episodio                                      | Uso de la Música |              |              |   | Uso de la voz      |                    |                 |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    |          | Uso del silencio                      |                        |                        |
|   | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta?  | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |                 |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    |          | ¿Cómo se presenta?                    |                        |                        |
|   |                  |              |              |   |                    | Intensidad         | Ritmo           | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No posee | El silencio como abstinencia a hablar | El silencio como pausa | El silencio como ruido |
| T3E1 - NUNCA ES SOLO FICCIÓN                  | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |
| T3E2 - EL DERRUMBE                            | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |
| T3E3 - SUSURROS Y SIEMBRAS                    | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |
| T3E4 - GHOSWRITER                             | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |
| T3E5 - FOLIE Á DEUX                           | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |
| T3E6 - MANDEN A LOS PAYASOS                   | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |
| T3E7 - PRUEBA DE REALIDAD                     | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |
| T3E8 - ALGUNAS RAZONES PARA DESTRUIR AL MUNDO | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |
| T3E9 -EL GRAN VORTEX I                        | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |
| T3E10 -EL GRAN VORTEX II                      | 1                | 0            | 1            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo durante todo el episodio y antes. | Popular            | Natural            | Natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 1                 | 1                 | 0                  | 0        | 1                                     | 1                      | 1                      |

|                       |                                 | items                           | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|---------------------------------|---------------------------------|------------|------------|
| Dimensión Referencial | Contenido                       | Familiar                        | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Laboral                         | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Social                          | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Amoroso                         | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Espiritual                      | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Académico                       | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Otro                            | 10         | 100%       |
|                       | Fuente                          | Interna                         | 10         | 100%       |
|                       |                                 | Externa                         | 0          | 0%         |
|                       | Historicidad                    | Tiempo corto                    | 3          | 30.0%      |
|                       |                                 | Tiempo medio                    | 7          | 70.0%      |
|                       |                                 | Tiempo largo                    | 0          | 0%         |
|                       | Tipo de anuncio publicitario    | Publicity                       | 0          | 0%         |
| Spot                  |                                 | 0                               | 0%         |            |
| Cuña                  |                                 | 0                               | 0%         |            |
| No presenta           |                                 | 10                              | 100%       |            |
| Dimensión Enunciativa | Estrategia Expresiva            | Lenguaje popular                | 10         | 50.0%      |
|                       |                                 | Lenguaje Emotivo                | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Lenguaje atractivo              | 10         | 50.0%      |
|                       | Tipo de difusión de información | Procedimientos de opinión       | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Procedimientos informativos     | 10         | 100.0%     |
| Dimensión Estética    | Uso de la música                | Auxiliar                        | 10         | 50.0%      |
|                       |                                 | Programática                    | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Protagonista                    | 10         | 50.0%      |
|                       | Uso de efectos                  | Función ambiental o descriptiva | 10         | 33.3%      |
|                       |                                 | Función expresiva               | 10         | 33.3%      |
|                       |                                 | Función narrativa               | 10         | 33.3%      |
|                       |                                 | Función ornamental              | 0          | 0%         |
|                       |                                 | No usa efectos                  | 0          | 0%         |
|                       | Uso del silencio                | Abstinencia del habla           | 10         | 33.3%      |
| Pausa                 |                                 | 10                              | 33.3%      |            |
| Ruido                 |                                 | 10                              | 33.3%      |            |

## ANEXO 2

Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en el podcast Cuestión de Cuestionar.

| DIMENSIÓN REFERENCIAL   |                      |  |   |   |  |         |        |          |            |            |      |           |  |              |  |              |            |   |       |             |  |
|---|----------------------|--|---|---|--|---------|--------|----------|------------|------------|------|-----------|--|--------------|--|--------------|------------|---|-------|-------------|--|
| Nombre del Podcast: Cuestión de cuestionar  |                      |  |   |   |  |         |        |          |            |            |      |           |  |              |  |              |            |   |       |             |  |
| Periodo de análisis: Últimos 10 hasta el mes de octubre                               |                      |  |   |   |  |         |        |          |            |            |      |           |  |              |  |              |            |   |       |             |  |
| Conductores: Macla Villamonte   |                      |  |   |   |  |         |        |          |            |            |      |           |  |              |  |              |            |   |       |             |  |
| N° de seguidores: 4.9 de 5 (382)  |                      |  |   |   |  |         |        |          |            |            |      |           |  |              |  |              |            |   |       |             |  |
| Descripción del podcast (presentación en spotify):                                    |                      | Cuestión de Cuestionar es un podcast que nos invita a cuestionarnos sobre esas temáticas que nos morimos de miedo de revisar. Es un espacio seguro para hablar de todos esos temas que en algún momento quisimos y por algún motivo no pudimos hablar. Aquí Macla, nuestra host, y nuestros invitados hablarán a corazón abierto acerca de todas esas experiencias que les hicieron cuestionarse quienes eran realmente. Porque para mejorar, a veces, solo es cuestión de cuestionar.<br>*Puedes seguirnos en YouTube, Instagram y TikTok @cuestiondecuestionar |   |   |  |         |        |          |            |            |      |           |  |              |  |              |            |   |       |             |  |
| Plataformas y canales complementarios: Podtail, Apple podcast, Google podcast, TikTok |                      |  |   |   |  |         |        |          |            |            |      |           |  |              |  |              |            |   |       |             |  |
| Nombre del Episodio   | Fecha de Publicación | Duración en min. del episodio  | Tema general del episodio                   | Sub temas                                 | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |          |            |            |      |           | ¿De qué fuente se extrae el contenido que presentan? |              | ¿Qué historicidad presentan los contenidos y cómo se da? |              |            | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |       |             |  |
|   |                      |  |   |   | Familia r  | Laboral | Social | Amoro so | Espiritual | Académic o | Otro | Interna s | Externas   | Tiempo Corto | Tiempo Medio   | Tiempo Largo | Publicit y | Spot  | Cuñas | No presenta |  |
| Migrar: todo lo que perdemos (y ganamos) - Nacho Redondo (Escuela de Nada) T1 - E008  | 25-Ago-22            | 53 min 33 seg  | Experiencia de migración de Nacho Redondo   | Que hacer cuando todo cambia              | 0  | 0       | 0      | 0        | 0          | 0          | 1    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |
| ¿Y que hago con los sueños que no se cumplieron? - Mafe Martínez T1 - 009             | 31-Ago-22            | 52 min 33 seg  | Experiencia de Mafe Martínez                | Ponerse nuevas metas                      | 0  | 0       | 0      | 0        | 1          | 0          | 0    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |
| Dating y Responsabilidad Afectiva - El Cholomena - T1-E010                            | 7-Set-22             | 53 min 37 seg  | Experiencia del Cholomena                   | Responsabilidad afectiva                  | 0  | 0       | 0      | 1        | 0          | 0          | 0    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |
| ¿Soy una persona altamente sensible (PAS)? - Marisel Matallana - T1 - E011            | 14-Set-22            | 42 min 27 seg  | Experiencia de Marisel Matallana            | PAS características                       | 0  | 0       | 0      | 0        | 1          | 0          | 0    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |
| Aprendiendo sobre depresión y ansiedad - Ale Carrasco y Andrea Ponce - T1 - E012      | 21-Set-22            | 49 min 50 seg  | Experiencias de Ale Carrasco y Andrea Ponce | Depresión y ansiedad                      | 0  | 0       | 0      | 0        | 1          | 0          | 0    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |
| ¿Cómo diseñar la vida que quiero? - Ricardo Chavez T1 - E013                          | 29-Set-22            | 49 min 28 seg  | Experiencia de Ricardo Chavez               | Lista de buenos hábitos                   | 0  | 0       | 0      | 0        | 0          | 0          | 1    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |
| ¿Qué es el niño interior y como puedo sanarlo? - Rocio Diestra T1 - E014              | 5-Oct-22             | 49 min 42 seg  | Experiencia de Rocio Diestra                | Sanar nuestro niño interior               | 0  | 0       | 0      | 0        | 0          | 0          | 1    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |
| ¿Qué son las emociones y que vienen a enseñarnos? - Pilar Sordo T1 - E015             | 12-Oct-22            | 31 min 10 seg  | Conversatorio con Pilar Sordo               | Diferencia entre emociones y sentimientos | 0  | 0       | 0      | 0        | 0          | 0          | 1    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |
| Miedo a la soltería...¿YD?!- Norka Gaspar - T1 - E016                                 | 19-Oct-22            | 49 min 32 seg  | Experiencia de Norka Gaspar                 | La soltería                               | 0  | 0       | 0      | 1        | 0          | 0          | 0    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |
| Perdí a quien más amaba... ¿y ahora? (duelo) - Viviana                                | 27-Oct-22            | 54 min 12 seg  | Experiencia de Viviana Ferrari              | El dolor de perder a alguien cercano      | 1  | 0       | 0      | 0        | 0          | 0          | 0    | 0         | 1  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 1     | 0           |  |

## ANEXO 2

Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el podcast *Cuestión de Cuestionar*.

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA  |   |                  |                    |   |   |                             |  |
|--|---|------------------|--------------------|---|---|-----------------------------|--|
| Nombre del Podcast: Cuestión de cuestionar   |   |                  |                    |   |   |                             |  |
| Episodio   | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |   | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |  |
|  | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?                            | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?   |
|  | SI/NO   | SI/NO            | SI/NO              |   | SI/NO   | SI/NO                       |  |
| Migrar: todo lo que perdemos (y ganamos) - Nacho Redondo (Escuela de Nada) T1 - E008 | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, y entendible.       | 1   | 0                           | En este capítulo se habla de la historia de Nacho Redondo y su experiencia con la migración, pero sobre todo se habla del duelo migratorio y todo lo que uno pierde cuando migra.                    |
| ¿Y que hago con los sueños que no se cumplieron? - Mafe Martínez T1 - 009            | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, entendible y suave  | 1   | 0                           | Explican cuantas veces hemos tenido que cambiar de rumbo porque esa gran meta o ese gran sueño que teníamos no se cumplió.   |
| Dating y Responsabilidad Afectiva - El Cholomena - T1- E010                          | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, divertida y fresca. | 1   | 0                           | El Cholomena y Macla nos cuentan acerca de sus citas, las veces que los chotearon y todo lo que han aprendido de este tedioso proceso.   |
| ¿Soy una persona altamente sensible (PAS)? - Marisel Matallana - T1 - E011           | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, suave, y serio.     | 1   | 0                           | En este episodio conoceremos a las PAS, un grupo de personas con una sensibilidad que va mucho más allá y que son distintas al resto.  |
| Aprendiendo sobre depresión y ansiedad - Ale Carrasco y Andrea Ponce - T1 - E012     | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, serio y entendible  | 1   | 0                           | En este episodio se explica ¿cómo se ve la vida de una persona con depresión? ¿Puede vivir en pareja? ¿Qué herramientas podemos usar en ataques de pánico?   |
| ¿Cómo diseñar la vida que quiero? - Ricardo Chavez T1 - E013                         | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, divertida y fresca. | 1   | 0                           | En este capítulo se habla acerca de autoconocimiento como guía para tener una visión más clara de qué queremos para nosotros.  |
| ¿Qué es el niño interior y como puedo sanarlo? - Rocio Diestra T1 - E014             | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, suave, y serio.     | 1   | 0                           | En este capítulo se habla de la importancia de sanar las heridas de la infancia y de conversar con ese niño que vivió tantas cosas con las que tuvo que lidiar sin tener las herramientas correctas. |
| ¿Qué son las emociones y que vienen a enseñarnos? - Pilar Sordo T1 - E015            | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, entendible y suave  | 1   | 0                           | En este capítulo se habla sobre las emociones, que vienen a enseñarnos algo, es por esto que no podemos catalogarlas como buenas o malas, todas son necesarias.                                      |
| Miedo a la soltería...¿Y YO?!- Norka Gaspar - T1 - E016                              | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, divertida y fresca. | 1   | 0                           | En este capítulo se habla sobre la soltería, eso que a veces nos da pánico o nos hace sentir como "solteronas" o poco merecedoras de amor.   |
| Perdí a quien más amaba... ¿y ahora? (duelo) - Viviana Ferrari - T1 - E017           | 1   | 1                | 0                  | Entonación natural, suave, y serio.     | 1   | 0                           | En este capítulo se habla sobre el duelo, y el proceso complicado que es atravesarlo y el miedo que nos da.  |

*Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el podcast Cuestión de Cuestionar*

| DIMENSIÓN ESTÉTICA   |                  |              |              |   |                    |                    |                   |               |                            |   |                   |                   |                    |                |                      |       |       |
|--|------------------|--------------|--------------|---|--------------------|--------------------|-------------------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|----------------|----------------------|-------|-------|
| Nombre del Podcast: Cuestión de cuestionar   |                  |              |              |   |                    |                    |                   |               |                            |   |                   |                   |                    |                |                      |       |       |
| Episodio   | Uso de la Música |              |              |   | Uso de la voz      |                    |                   |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    |                | Uso del silencio     |       |       |
|  | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta?                                | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |                   |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    |                | ¿Cómo se presenta?   |       |       |
|  |                  |              |              |   |                    | Intensidad         | Ritmo             | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No usa efectos | Abstención del habla | Pausa | Ruido |
| Migrar: todo lo que perdemos (y ganamos) - Nacho Redondo (Escuela de Nada) T1 - E008 | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |
| ¿Y que hago con los sueños que no se cumplieron? - Mafe Martinez T1 - 009            | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |
| Dating y Responsabilidad Afectiva - El Cholomena - T1- E010                          | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |
| ¿Soy una persona altamente sensible (PAS)? - Marisel Matallana - T1 - E011           | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |
| Aprendiendo sobre depresión y ansiedad - Ale Carrasco y Andrea Ponce - T1 - E012     | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |
| ¿Cómo diseñar la vida que quiero? - Ricardo Chavez T1 - E013                         | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |
| ¿Qué es el niño interior y como puedo sanarlo? - Rocio Diestra T1 - E014             | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |
| ¿Qué son las emociones y que vienen a enseñarnos? - Pilar Sordo T1 - E015            | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |
| Miedo a la soltería...¿YD?!- Norka Gaspar - T1 - E016                                | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |
| Perdí a quien más amaba... ¿y ahora? (duelo) - Viviana Ferrari - T1 - E017           | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido de fondo | Conversatorio      | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0              | 0                    | 0     | 0     |

|                       |                                 | items                           | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|---------------------------------|---------------------------------|------------|------------|
| Dimensión Referencial | Contenido                       | Familiar                        | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Laboral                         | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Social                          | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Amoroso                         | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Espiritual                      | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Académico                       | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Otro                            | 10         | 100%       |
|                       | Fuente                          | Interna                         | 10         | 100%       |
|                       |                                 | Externa                         | 0          | 0%         |
|                       | Historicidad                    | Tiempo corto                    | 3          | 30.0%      |
|                       |                                 | Tiempo medio                    | 7          | 70.0%      |
|                       |                                 | Tiempo largo                    | 0          | 0%         |
|                       | Tipo de anuncio publicitario    | Publicity                       | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Spot                            | 0          | 0%         |
| Cuña                  |                                 | 0                               | 0%         |            |
| No presenta           |                                 | 10                              | 100%       |            |
| Dimensión Enunciativa | Estrategia Expresiva            | Lenguaje popular                | 10         | 50.0%      |
|                       |                                 | Lenguaje Emotivo                | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Lenguaje atractivo              | 10         | 50.0%      |
|                       | Tipo de difusión de información | Procedimientos de opinión       | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Procedimientos informativos     | 10         | 100.0%     |
| Dimensión Estética    | Uso de la música                | Auxiliar                        | 10         | 50.0%      |
|                       |                                 | Programática                    | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Protagonista                    | 10         | 50.0%      |
|                       | Uso de efectos                  | Función ambiental o descriptiva | 10         | 33.3%      |
|                       |                                 | Función expresiva               | 10         | 33.3%      |
|                       |                                 | Función narrativa               | 10         | 33.3%      |
|                       |                                 | Función ornamental              | 0          | 0%         |
|                       |                                 | No usa efectos                  | 0          | 0%         |
|                       | Uso del silencio                | Abstinencia del habla           | 10         | 33.3%      |
|                       |                                 | Pausa                           | 10         | 33.3%      |
| Ruido                 |                                 | 10                              | 33.3%      |            |

### ANEXO 3

Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en el podcast Desahuévate.

| DIMENSIÓN REFERENCIAL  |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
|--|----------------------|-------------------------------|--|---|--|---------|--------|---------|------------|-----------|------|----------|--|--------------|--|--------------|-----------|---|-------|-------------|--|
| Nombre del Podcast: Desahuevate  |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Periodo de análisis: Últimos 10 hasta el mes de octubre  |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Conductores: Daniella De Lucchi  |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| N° de seguidores: 4.8 de 5 (2K)  |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Descripción del podcast (presentación en spotify): Quiero que sepas que no soy especialista en los temas que escuches aquí, no soy psicóloga ni mucho menos quiero imponer mi opinión personal; así que sólo escuchame, diviértete y desahuevate. hablemos por Instagram: @delucchidani :) |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Plataformas y canales complementarios: Apple Podcast, Spotify, RSS, Podtail, Google Podcast y Youtube  |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Nombre del Episodio  | Fecha de Publicación | Duración en min. del episodio | Tema general del episodio                    | Sub temas   | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |         |            |           |      |          | ¿De qué fuente se extrae el contenido que presentan? |              | ¿Que historicidad presentan los contenidos y cómo se da? |              |           | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |       |             |  |
|  |                      |                               |  |   | Familiar   | Laboral | Social | Amoroso | Espiritual | Académico | Otro | Internas | Externas   | Tiempo Corto | Tiempo Medio   | Tiempo Largo | Publicity | Spot  | Cuñas | No presenta |  |
| 52. NO IMPORTA LO QUE DIGA EL RESTO  | 29-Ago-22            | 19 min 4 seg.                 | No darle importancia a que hablen mal de ti  | Consejos de como afrontar el que hablen mal de ti   | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| 53. PERDÍ A ESA PERSONA Y A MI   | 1-Set-22             | 19 min 22 seg.                | Perdida de algún ser querido                 | Como superar la perdida   | 0  | 0       | 1      | 1       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| 54. EL SINDROME DEL IMPOSTOR   | 8-Set-22             | 18 min 57 seg.                | El síndrome del impostor                     | Tips para deconstruirlo este síndrome   | 0  | 0       | 1      |         | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| 55. RELACIONES A DISTANCIA   | 15-Set-22            | 18 min 45 seg.                | Relaciones a distancia                       | Tipos de amor, problemas en este tipo de relaciones y el compromiso que estos tienen  | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| 56. APEGO EVITATIVO  | 22-Set-22            | 21 min 8 seg.                 | Apego evitativo                              | Características y como trabajarlo, Intimidad en pareja  | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| 57. MERECE SER FELIZ   | 29-Set-22            | 21 min 15 seg.                | Días malos                                   | Apoyo emocional, la felicidad, el bajo autoestima   | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| 58. AUTOCOMPASIÓN  | 6-Oct-22             | 17 min 18 seg.                | Autocompasión                                | La falta del mismo  | 0  | 0       | 1      | 1       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| 59. NO TE CONFORMES  | 13-Oct-22            | 20 min 21 seg.                | El ser conformista                           | Estar atrapados en nuestra zona de confort, el conformismo, tratar de dejar de como superar las relaciones tóxicas, el proceso de superarlos y consejos | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| 60. SUPERA TU RELACIÓN TÓXICA!   | 20-Oct-22            | 26 min 44 seg.                | Superar relaciones tóxicas de cualquier tipo | Superar relaciones tóxicas, el proceso de superarlos y consejos   | 0  | 0       | 1      | 1       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| 15 MIN.1: ¿De dónde salió "DESAHUEVATE"?   | 27-Oct-22            | 15 min 06 seg                 | Explica de donde nace el podcast             | Planes a futuro del proyecto  | 0  | 1       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |

Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el podcast Desahuévate

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA                           |   |                  |                    |  |   |                             |   |
|---|---|------------------|--------------------|--|---|-----------------------------|---|
| Nombre del Podcast:                             |   |                  |                    |  |   |                             |   |
| Episodio  | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |  | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |   |
|   | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?   | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?  |
|   | SINO  | SINO             | SINO               |  | SINO  | SINO                        |   |
| <b>52. NO IMPORTA LO QUE DIGA EL RESTO</b>      | 1   | 1                | 0                  | Utiliza lenguaje coloquial y de experiencias personales.             | 1   | 0                           | Explicación de como no debemos vernos afectados por las opiniones mal intencionadas de las personas.  |
| <b>53. PERDÍ A ESA PERSONA Y A MI</b>           | 0   | 1                | 0                  | Es un discurso atractivo y emotivo.                                  | 1   | 0                           | Explicación del porque nos encaprichamos con una persona y como dejar de hacerlo  |
| <b>54. EL SINDROME DEL IMPOSTOR</b>             | 1   | 1                | 0                  | El discurso siempre apela al lado emotivo y conecta con la audiencia | 1   | 1                           | Explicación de como poder deconstruir este síndrome que muchos tienen y no lo identifican con facilidad   |
| <b>55. RELACIONES A DISTANCIA</b>               | 0   | 1                | 0                  | Es un discurso emotivo y conecta                                     | 1   | 0                           | Explica los pro y contra de las relaciones a distancia, brinda consejos de sobrellevar la distancia y monotonía   |
| <b>56. APEGO EVITATIVO</b>                      | 1   | 1                | 0                  | La seguridad al comentar del tema hace conectar con la información   | 1   | 1                           | Explica como el Apego emocional puede verse reflejado en nuestras relaciones personales o de pareja, como muchas personas confunden o justifican esta actitud con el famoso "yo soy así"      |
| <b>57. MERECE SER FELIZ</b>                     | 1   | 1                | 0                  | Narración cruda, fuerte y realista.                                  | 1   | 0                           | Explica como por diversas situaciones de la vida podemos llegar a un punto negativo, habla de como darnos cuenta en que situación estamos y como podemos mejorar de manera lenta pero segura. |
| <b>58. AUTOCOMPAÑIÓN</b>                        | 0   | 1                | 0                  | Narración sincera y honesta  | 1   | 0                           | Explica de manera asertiva como nosotros debemos aceptar que merecemos buenas cosas, que también las merecemos.   |
| <b>59. NO TE CONFORMES</b>                      | 0   | 1                | 0                  | De entonación emotivo, atractivo y divertido                         | 1   | 0                           | Explica como muchas veces preferimos quedarnos en una zona de confort conocida que tomar el riesgo de ser vulnerables a algo nuevo  |
| <b>60. SUPERA TU RELACIÓN TÓXICA!</b>           | 1   | 1                | 0                  | Discurso empático y conciso  | 1   | 0                           | Explica como superar cualquier tipo de relación tóxica: ya sea de pareja, amical o familiar. Se brinda consejos de como superar estas de una manera mentalmente saludable.                    |
| <b>15 MIN.1: ¿De dónde salió "DESAHUEVATE"?</b> | 1   | 0                | 0                  | Discurso informativo   | 1   | 0                           | Cuenta sobre su experiencia al crear el podcast, de donde surge el nombre, sus propios miedos al iniciar, habla sobre los planes a futuro de este.  |

*Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el podcast Desahuévate.*

| DIMENSIÓN ESTÉTICA                       |                  |              |              |                    |                    |                    |                   |               |                            |   |                   |                   |                    |                  |                      |       |       |
|--|------------------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|------------------|----------------------|-------|-------|
| Episodio                                 | Uso de la Música |              |              |                    | Uso de la voz      |                    |                   |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    | Uso del silencio |                      |       |       |
|  | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta? | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |                   |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    | Como se presenta |                      |       |       |
|  |                  |              |              |                    |                    | Intensidad         | Ritmo             | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No presenta      | Abstención del habla | Pausa | Ruido |
| 52. NO IMPORTA LO QUE DIGA EL RESTO      | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Conversacional     | Alta               | rápido            | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |
| 53. PERDÍ A ESA PERSONA Y A MI           | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |
| 54. EL SINDROME DEL IMPOSTOR             | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |
| 55. RELACIONES A DISTANCIA               | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |
| 56. APEGO EVITATIVO                      | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |
| 57. MERECE SER FELIZ                     | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Popular            | Baja               | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |
| 58. AUTOCOMPASIÓN                        | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |
| 59. NO TE CONFORMES                      | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |
| 60. SUPERA TU RELACIÓN TÓXICA!           | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |
| 15 MIN.1: ¿De dónde salió "DESAHUEVATE"? | 0                | 0            | 0            | No posee música    | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | Eco                        | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1                | 0                    | 0     | 0     |

|                       |  | items                           | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|--|---------------------------------|------------|------------|
| Dimensión Referencial | Contenido                                      | Familiar                        | 0          | 0%         |
|                       |  | Laboral                         | 1          | 8%         |
|                       |  | Social                          | 10         | 76.9%      |
|                       |  | Amoroso                         | 1          | 15.4%      |
|                       |  | Espiritual                      | 0          | 0%         |
|                       |  | Académico                       | 0          | 0%         |
|                       |  | Otro                            | 0          | 0.0%       |
|                       | Fuente   | Interna                         | 10         | 100.0%     |
|                       |  | Externa                         | 0          | 0.0%       |
|                       | Historicidad                                   | Tiempo corto                    | 0          | 0.0%       |
|                       |  | Tiempo medio                    | 10         | 100.0%     |
|                       |  | Tiempo largo                    | 0          | 0%         |
|                       | Tipo de anuncio publicitario                   | Publicity                       | 0          | 0%         |
| Spot                  |  | 0                               | 0%         |            |
| Cuña                  |  | 10                              | 100.0%     |            |
| No presenta           |  | 0                               | 0%         |            |
| Dimensión Enunciativa | Estrategia Expresiva                           | Lenguaje popular                | 6          | 40%        |
|                       |  | Lenguaje Emotivo                | 9          | 60%        |
|                       |  | Lengauje atractivo              | 0          | 0%         |
|                       | Tipo de estrategias de difusión de información | Procedimientos de opinión       | 10         | 83.3%      |
|                       |  | Procedimientos informativoc     | 2          | 16.7%      |
| Dimensión Estética    | Uso de la música                               | Auxiliar                        | 0          | 0%         |
|                       |  | Programática                    | 0          | 0%         |
|                       |  | Protagonista                    | 0          | 0%         |
|                       | Uso de efectos                                 | Función ambiental o descriptiva | 0          | 0%         |
|                       |  | Función expresiva               | 0          | 0%         |
|                       |  | Función narrativa               | 0          | 0%         |
|                       |  | Función ornamental              | 0          | 0%         |
|                       |  | No usa efectos                  | 10         | 100.0%     |
|                       | Uso del silencio                               | Abstinencia del habla           | 0          | 0%         |
|                       |  | Pausa                           | 0          | 0%         |
| Ruido                 |  | 0                               | 0%         |            |

## ANEXO 4

Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en el podcast Marian Rojas Estape.

| DIMENSIÓN REFERENCIAL                                       |                      |   |                                      |  |  |         |        |         |            |           |      |  |          |  |              |              |   |      |       |             |
|---|----------------------|---|--------------------------------------|--|--|---------|--------|---------|------------|-----------|------|--|----------|--|--------------|--------------|---|------|-------|-------------|
| Nombre del Podcast: El Podcast de Marian Rojas Estape       |                      |   |                                      |  |  |         |        |         |            |           |      |  |          |  |              |              |   |      |       |             |
| Periodo de análisis: Últimos 10 hasta el mes de octubre     |                      |   |                                      |  |  |         |        |         |            |           |      |  |          |  |              |              |   |      |       |             |
| Conductores: Marian Rojas Estape                            |                      |   |                                      |  |  |         |        |         |            |           |      |  |          |  |              |              |   |      |       |             |
| N° de seguidores: 4.9 de 5 (8 mil)                          |                      |   |                                      |  |  |         |        |         |            |           |      |  |          |  |              |              |   |      |       |             |
| Descripción del podcast (presentación en spotify):          |                      | Marian Rojas Estapé, médico y psiquiatra nos trae unos episodios de podcast dónde comprendernos mejor a nosotros mismos. Marian te cuenta y explica temas concretos de la mente, del comportamiento o del mundo emocional. Conoceremos la oxitocina y el cortisol. Tendremos claves para identificar a las personas vitaminas que nos rodean, Marian nos hablará de muchos temas sobre nuestra salud mental y nos enseñará a vivir con más armonía a través del conocimiento de nuestro cuerpo. El Podcast de Marian Rojas Estapé, es un podcast en exclusiva en Spotify. Créditos: Guion y locución: Marian Rojas Estapé Producción: Editorial Espasa Dirección: Sergio García Jáñez Grabación: Margot Martín Edición: Sunne de Nación Podcast |                                      |  |  |         |        |         |            |           |      |  |          |  |              |              |   |      |       |             |
| Plataformas y canales complementarios: YouTube, iVoox,      |                      |   |                                      |  |  |         |        |         |            |           |      |  |          |  |              |              |   |      |       |             |
| Nombre del Episodio   | Fecha de Publicación | Duración en min. del episodio   | Tema general del episodio            | Sub temas  | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |         |            |           |      | ¿De que fuente se extrae el contenido que presentan? |          | ¿Que historicidad presentan los contenidos y cómo se da? |              |              | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |      |       |             |
|   |                      |   |                                      |  | Familiar   | Laboral | Social | Amoroso | Espiritual | Académico | Otro | Internas   | Externas | Tiempo Corto   | Tiempo Medio | Tiempo Largo | Publicidad  | Spot | Cuñas | No presenta |
| 2x01 Objetivo: la felicidad                                 | 30-May-22            | 13 min 24 seg   | Felicidad                            | Factores nos predisponen a ser más felices       | 1  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0  | 1        | 1  | 0            | 0            | 1   | 0    | 0     | 1           |
| 2x02 El sufrimiento y el trauma                             | 12-Jun-22            | 15 min 57 seg   | Los traumas                          | La resiliencia                                   | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0  | 1        | 0  | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| 2x03 El antídoto al sufrimiento: el amor                    | 26-Jun-22            | 19 min 28 seg   | El amor                              | Tips para mejoras en las relaciones de todo tipo | 1  | 1       | 1      | 1       | 1          | 0         | 0    | 0  | 1        | 0  | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| 2x04 El Cortisol  | 10-Jul-22            | 17 min 49 seg   | ¿Qué es el cortisol?                 | Miedos, incertidumbres, amenazas                 | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 0  | 1        | 0  | 1            | 0            | 1   | 0    | 0     | 1           |
| 2x05 Vivir instalado en el pasado: la culpa y la depresión  | 24-Jul-22            | 22 min 50 seg   | Depresión y ansiedad                 | Principales culpas                               | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0  | 1        | 0  | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| 2x06 Vivir angustiado por el futuro: el miedo y la ansiedad | 7-Ago-22             | 17 min 2 seg  | El miedo y la ansiedad               | Ansiedad por el futuro                           | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0  | 1        | 0  | 1            | 0            | 1   | 0    | 0     | 1           |
| 2x07 Cómo conectar de la mejor forma con el presente        | 21-Ago-22            | 19 min 15 seg   | Vivir en el pasado                   | Barreras mentales                                | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0  | 1        | 0  | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| 2x08 Quién se traga las emociones, se ahoga                 | 4-Set-22             | 10 min 33 seg   | Emociones                            | Comunicar de manera asertiva                     | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 0  | 1        | 1  | 0            | 0            | 1   | 0    | 0     | 1           |
| 2x09 ¿Qué sube el cortisol?                                 | 2-Oct-22             | 19 min 8 seg  | Situaciones que aumentan el cortisol | Busqueda constante del control                   | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 0  | 1        | 0  | 1            | 0            | 0   | 0    | 0     | 1           |
| 2x10 ¿Qué baja el cortisol?                                 | 19-Set-22            | 15 min 4 seg  | Disminuir el cortisol                | Claves para identificar personas tóxicas         | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 1    | 0  | 1        | 0  | 1            | 0            | 1   | 0    | 0     | 1           |

*Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el podcast Marian Rojas Estape.*

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA                                       |   |                  |                    |  |   |                             |  |
|---|---|------------------|--------------------|--|---|-----------------------------|--|
| Nombre del Podcast: Psicología al desnudo                   |   |                  |                    |  |   |                             |  |
| Episodio  | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |  | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |  |
|   | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?   | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?   |
|   | SI/NO   | SI/NO            | SI/NO              |  | SI/NO   | SI/NO                       |  |
| 2x01 Objetivo: la felicidad                                 | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora del podcast nos habla de la felicidad y qué podemos hacer para conseguirla con la vida que tenemos. Esto atrae al oyente y le produce la conexión con el tema.   |
| 2x02 El sufrimiento y el trauma                             | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora nos da unos tips que nos ayudan a conseguir mejorar las relaciones interpersonales.  |
| 2x03 El antídoto al sufrimiento: el amor                    | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora nos habla sobre la resiliencia, capacidad que tiene una persona para superar circunstancias traumáticas.   |
| 2x04 El Cortisol  | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora nos habla sobre el cortisol, y como nuestro cuerpo se activa de la misma manera ante algo que sucede de forma real o ante esos miedos, esas incertidumbres, esas amenazas imaginarias que pueblan tu mente constantemente. |
| 2x05 Vivir instalado en el pasado: la culpa y la depresión  | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora nos habla de la angustia del que está viviendo preocupado por el futuro y la ansiedad que eso nos puede traer a nuestras vidas.  |
| 2x06 Vivir angustiada por el futuro: el miedo y la ansiedad | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora nos habla de la capacidad para elegir y de la importancia de elegir felicidad en vez de infelicidad conectando con el entorno y las personas que nos rodean.   |
| 2x07 Cómo conectar de la mejor forma con el presente        | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora nos hace reflexionar para que no silenciamos nuestras emociones y sepamos comunicar lo que nos pasa de una manera asertiva.  |
| 2x08 Qué se traga las emociones, se akoga                   | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora nos cuenta qué acciones y situaciones pueden hacer que nos suba el cortisol y cómo debemos cuidarnos y actuar ante ello, ya que el estrés crónico es dañino y perjudicial para el cuerpo y para la mente.                  |
| 2x09 ¿Qué sabe el cortisol?                                 | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora nos ayudará a controlar esos impulsos y poder bajar el cortisol en momentos que necesitamos luchar contra situaciones que nos incomodan.   |
| 2x10 ¿Qué baja el cortisol?                                 | 0   | 1                | 1                  | La locutora a través de un lenguaje busca atraer la atención del receptor. | 1   | 1                           | La locutora nos habla sobre vivir en el pasado, sobre la culpa y tristeza que nos puede traer esta situación.  |

*Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el podcast Marian Rojas Estape*

| DIMENSIÓN ESTÉTICA   |                  |              |              |  |                    |                    |       |               |                            |   |                   |                   |                    |                |                      |       |       |
|--|------------------|--------------|--------------|--|--------------------|--------------------|-------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|----------------|----------------------|-------|-------|
| Nombre del Podcast: Psicología al desnudo                  |                  |              |              |  |                    |                    |       |               |                            |   |                   |                   |                    |                |                      |       |       |
| Episodio   | Uso de la Música |              |              |  | Uso de la voz      |                    |       |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    |                | Uso del silencio     |       |       |
|  | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta?                         | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |       |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    |                | ¿Cómo se presenta?   |       |       |
|  |                  |              |              |  |                    | Intensidad         | Ritmo | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No usa efectos | Abstención del habla | Pausa | Ruido |
| 2x01 Objetivo: la felicidad                                | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 0     | 0     |
| 2x02 El sufrimiento y el trauma                            | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 0     | 0     |
| 2x03 El antídoto al sufrimiento: el amor                   | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 0     | 0     |
| 2x04 El Cortisol   | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 0     | 0     |
| 2x05 Vivir instalado en el pasado: la culpa y la depresión | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 1     | 0     |
| 2x06 Vivir angustiada por el feto: el miedo y la ansiedad  | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 1     | 0     |
| 2x07 Cómo conectar de la mejor forma con el presente       | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 1     | 0     |
| 2x08 Qué se traga las emociones, se ahoga                  | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 1     | 0     |
| 2x09 ¿Qué sabe el cortisol?                                | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 0     | 0     |
| 2x10 ¿Qué baja el cortisol?                                | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato. | Formal             | baja               | lento | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 1              | 0                    | 0     | 0     |

|   | <b>items</b>                    | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---|---------------------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Contenido</b>                                      | Familiar                        | 2                 | 12.5              |
|   | Laboral                         | 1                 | 6.3               |
|   | Social                          | 1                 | 6.3               |
|   | Amoroso                         | 1                 | 6.3               |
|   | Espiritual                      | 7                 | 43.8              |
|   | Académico                       | 0                 | 0                 |
|   | Otro                            | 4                 | 25                |
| <b>Fuente</b>   | Interna                         | 0                 | 0                 |
|   | Externa                         | 10                | 100               |
| <b>Historicidad</b>                                   | Tiempo corto                    | 2                 | 20                |
|   | Tiempo medio                    | 8                 | 80                |
|   | Tiempo largo                    | 0                 | 0                 |
| <b>Tipo de anuncio publicitario</b>                   | Publicity                       | 5                 | 33.3              |
|   | Spot                            | 0                 | 0                 |
|   | Cuña                            | 0                 | 0                 |
|   | No presenta                     | 10                | 66.7              |
| <b>Estrategia Expresiva</b>                           | Lenguaje popular                | 0                 | 0                 |
|   | Lenguaje Emotivo                | 10                | 50                |
|   | Lengauje atractivo              | 10                | 50                |
| <b>Tipo de estrategias de difusión de información</b> | Procedimientos de opinión       | 10                | 50                |
|   | Procedimientos informativoc     | 10                | 50                |
| <b>Uso de la música</b>                               | Auxiliar                        | 10                | 50                |
|   | Programática                    | 0                 | 0                 |
|   | Protagonista                    | 10                | 50                |
| <b>Uso de efectos</b>                                 | Función ambiental o descriptiva | 0                 | 0                 |
|   | Función expresiva               | 0                 | 0                 |
|   | Función narrativa               | 0                 | 0                 |
|   | Función ornamental              | 0                 | 0                 |
|   | No usa efectos                  | 10                | 100               |
| <b>Uso del silencio</b>                               | Abstinencia del habla           | 0                 | 0%                |
|   | Pausa                           | 4                 | 100               |
|   | Ruido                           | 0                 | 0                 |

## ANEXO 5

Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en el podcast *Estás Rica*.

| DIMENSIÓN REFERENCIAL   |                      |  |  |                  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |            |   |       |             |   |
|---|----------------------|--|--|------------------|--|---------|--------|---------|------------|-----------|------|----------|--|--------------|--|--------------|------------|---|-------|-------------|---|
| Nombre del Podcast: <i>Estas Rica</i>   |                      |  |  |                  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |            |   |       |             |   |
| Periodo de análisis: Últimos 10 hasta el mes de octubre                                     |                      |  |  |                  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |            |   |       |             |   |
| Conductores: Daniela Sayan  |                      |  |  |                  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |            |   |       |             |   |
| N° de seguidores: 4.8 de 5 (12K)  |                      |  |  |                  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |            |   |       |             |   |
| Descripción del podcast (presentación en spotify):  |                      | Además de gritarte que estas rica 24/7, Danielita se toma en serio eso de hacer que lo veas. Consejos, amor propio, relaciones, y una buena dosis de BLOQUEÁLO en modo rockstar. Te lo digo en modo "bbita date cuenta" mientras termino la carrera de psicología. Estas rica mi vida, y llegó el momento de verlo. Sígueme en Instagram mi amorcito, para contenido de la vida de Danielita @danisayan Sigue al Podcast en Instagram para reflexiones de los episodios, sneak peaks y mucho más! @estasicapodcast |  |                  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |            |   |       |             |   |
| Plataformas y canales complementarios: Apple Podcast – Instagram – iVoox – Deezer – YouTube |                      |  |  |                  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |            |   |       |             |   |
| Nombre del Episodio   | Fecha de Publicación | Duración en min. del episodio  | Tema general del episodio                            | Sub temas        | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |         |            |           |      |          | ¿De que fuente se extrae el contenido que presentan? |              | ¿Que historicidad presentan los contenidos y cómo se da? |              |            | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |       |             |   |
|   |                      |  |  |                  | Familiar   | Laboral | Social | Amoroso | Espiritual | Académico | Otro | Internas | Externas   | Tiempo Corto | Tiempo Medio   | Tiempo Largo | Publicidad | Spot  | Cuñas | No presenta |   |
| 2.19 ESTÁNDARES DE ORO P.2 FT JULI  | 30-Ago-22            | 27 min 29 seg.   | Estándares de oro                                    | Relaciones       | 0  | 0       | 1      | 1       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |
| 2.20 MANUAL PARA NO ENCAPRICHARSE   | 6-Set-22             | 26 min 57 seg.   | Manual para no encapricharse con alguien             | Relaciones       | 0  | 0       | 1      | 1       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |
| 2.21 TE TOCA SER LA MALA DEL CUENTO.  | 21-Set-22            | 20 min 16 seg.   | Respetar tus límites y empezar a vivir.              | Saber quién eres | 0  | 0       | 0      | 1       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |
| 2.22 PERSIGUE METAS NO PERSONAS   | 15-Set-22            | 15 min 42 seg.   | Ponerse metas y cumplirlas                           | La motivacion    | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |
| 2.23 NECESITAS VALIDACIÓN DE LAS PERSONAS? Break de validación                              | 27-Set-22            | 19 min 36 seg.   | Validación de las personas                           | Tomarse un break | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |
| 2.24 SER FRÍA Y SIN SENTIMIENTOS O AMAR INCONDICIONALM                                      | 4-Oct-22             | 17 min 23 seg.   | Ser fría o amar incondicionalmente                   | Amor propio      | 0  | 0       | 0      | 1       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |
| 2.25 BAJONEARSE Y MALOS DIAS "accidente de carro?"  | 11-Oct-22            | 19 min 14 seg.   | Bajones y malos días                                 | Vivir la vida    | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |
| 2.26 PERSONA CORRECTA MOMENTO INCORRECTO?   | 19-Oct-22            | 20 min 21 seg.   | Cuando la persona es un si, pero el momento es un no | Decisiones       | 0  | 0       | 0      | 1       | 0          | 0         | 1    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |
| 2.27 NO LE ESCRIBAS   | 25-Oct-22            | 14 min 39 seg.   | No escribirle  | El porqué        | 0  | 0       | 0      | 1       | 0          | 0         | 1    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |
| 2.28 "no lo puedo superar y han pasado 2 años... aguda" BICOCONSEJO                         | 27-Oct-22            | 7 min 28 seg.  | Lectura de un DM de instagram de una seguidora       | Consejos         | 0  | 0       | 0      | 1       | 0          | 0         | 0    | 0        | 1  | 1            | 0  | 0            | 0          | 0   | 0     | 1           | 0 |

## ANEXO 5

Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el podcast *Estás Rica*.

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA  |   |                  |                    |   |   |                             |  |
|--|---|------------------|--------------------|---|---|-----------------------------|--|
| Nombre del Podcast: Estas Rica                                       |   |                  |                    |   |   |                             |  |
| Episodio   | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |   | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |  |
|  | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?  | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?   |
|  | SI/NO   | SI/NO            | SI/NO              |   | SI/NO   | SI/NO                       |  |
| 2.19 ESTÁNDARES DE ORO P.2 FT JULI                                   | 0   | 1                | 1                  | Es un conversatorio atractivo, emotivo y divertido.       | 1   | 0                           | Explicación de los estándares de oro para tener una relación   |
| 2.20 MANUAL PARA NO ENCAPRICHARSE                                    | 0   | 1                | 0                  | Es un discurso atractivo y emotivo.                       | 1   | 0                           | Explicación del porque nos encaprichamos con una persona y como dejar de hacerlo   |
| 2.21 TE TOCA SER LA MALA DEL CUENTO.                                 | 0   | 1                | 0                  | Es un discurso atractivo y emotivo                        | 1   | 0                           | Explicación de respetar nuestros límites y empezar a vivir por uno mismo.  |
| 2.22 PERSIGUE METAS NO PERSONAS                                      | 0   | 1                | 0                  | Es un discurso emotivo y conecta                          | 1   | 0                           | Explicación de lo que se merece todo tu tiempo y atención: METAS.  |
| 2.23 NECESITAS VALIDACIÓN DE LAS PERSONAS? Break de validación       | 0   | 1                | 0                  | La entonación y el realismo de lo que dice es convincente | 1   | 0                           | Explica la razón por la cual tendemos a requerir de esta famosa atención/validación y diferentes motivos por los cuales es bueno tomarse un descanso |
| 2.24 SER FRÍA Y SIN SENTIMIENTOS O AMAR INCONDICIONALMENTE           | 0   | 1                | 1                  | De entonación fuerte y realista.                          | 1   | 0                           | Explica el dilema entre ser una persona fría, sin amar? o por el contrario, amar sin condiciones?  |
| 2.25 BAJONEARSE Y MALOS DIAS "accidente de carro?"                   | 0   | 1                | 1                  | De entonación fuerte, emotiva y cumple su función         | 1   | 0                           | Explica como no nos damos cuenta de lo corta que es la vida, y hay que disfrutarla.  |
| 2.26 PERSONA CORRECTA MOMENTO INCORRECTO?                            | 0   | 1                | 1                  | De entonación emotivo, atractivo y divertido              | 1   | 0                           | Explica que pasa cuando conectas con una persona de una excelente manera pero sientes que no es el momento.  |
| 2.27 NO LE ESCRIBAS  | 0   | 1                | 0                  | De entonación fuerte y amigable.                          | 1   | 0                           | Explica porque en el debate interno que tenemos, el NO volver a escribirle debe ganar.   |
| 2.28 "no lo puedo superar y has pasado 2 años... ayuda" RICOCONSEJO1 | 0   | 1                | 1                  | De entonación amigable y convincente                      | 1   | 0                           | Consejos que da a sus seguidores que le escriben sobre temas que les pasan.  |

*Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el podcast Estás Rica.*

| DIMENSIÓN ESTÉTICA   |                  |              |              |   |                    |                    |                   |               |                            |   |                   |                   |                    |                    |                      |       |       |
|--|------------------|--------------|--------------|---|--------------------|--------------------|-------------------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|----------------------|-------|-------|
| Nombre del Podcast: Estas Rica                                       |                  |              |              |   |                    |                    |                   |               |                            |   |                   |                   |                    |                    |                      |       |       |
| Episodio   | Uso de la Música |              |              |   | Uso de la voz      |                    |                   |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    | Uso del silencio   |                      |       |       |
|  | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta?  | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |                   |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    | ¿Cómo se presenta? |                      |       |       |
|  |                  |              |              |   |                    | Intensidad         | Ritmo             | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No tiene efectos   | Abstención del habla | Pausa | Ruido |
| 2.19 ESTÁNDARES DE ORO P.2 FT JULI                                   | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Conversacional     | Alta               | rápido            | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |
| 2.20 MANUAL PARA NO ENCAPRICHARSE                                    | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |
| 2.21 TE TOCA SER LA MALA DEL CUENTO.                                 | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |
| 2.22 PERSIGUE METAS NO PERSONAS                                      | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |
| 2.23 NECESITAS VALIDACIÓN DE LAS PERSONAS? Break de validación       | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |
| 2.24 SER FRÍA Y SIN SENTIMIENTOS O AMAR INCONDICIONALMENTE           | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Popular            | Baja               | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |
| 2.25 BAJONEARSE Y MALOS DIAS "accidente de carro?"                   | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |
| 2.26 PERSONA CORRECTA MOMENTO INCORRECTO?                            | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Popular            | Natural            | rápido            | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |
| 2.27 NO LE ESCRIBAS  | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Popular            | Natural            | rápido            | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |
| 2.28 "no lo puedo superar y han pasado 2 años... ayuda" RICOCONSEJO1 | 1                | 0            | 0            | Posee música de entrada y salida, sonido característico del podcast | Popular            | Natural            | Natural - hablado | buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0                  | 0                    | 0     | 0     |

|                       |  | items                           | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|--|---------------------------------|------------|------------|
| Dimensión Referencial | Contenido                                      | Familiar                        | 0          | 0%         |
|                       |  | Laboral                         | 0          | 0%         |
|                       |  | Social                          | 2          | 16.7%      |
|                       |  | Amoroso                         | 7          | 58.3%      |
|                       |  | Espiritual                      | 0          | 0%         |
|                       |  | Académico                       | 0          | 0%         |
|                       |  | Otro                            | 3          | 25.0%      |
|                       | Fuente   | Interna                         | 9          | 90.0%      |
|                       |  | Externa                         | 1          | 10.0%      |
|                       | Historicidad                                   | Tiempo corto                    | 3          | 30.0%      |
|                       |  | Tiempo medio                    | 7          | 70.0%      |
|                       |  | Tiempo largo                    | 0          | 0%         |
|                       | Tipo de anuncio publicitario                   | Publicity                       | 0          | 0%         |
| Spot                  |  | 0                               | 0%         |            |
| Cuña                  |  | 10                              | 100.0%     |            |
| No presenta           |  | 0                               | 0%         |            |
| Dimensión Enunciativa | Estrategia Expresiva                           | Lenguaje popular                | 0          | 0%         |
|                       |  | Lenguaje Emotivo                | 10         | 67%        |
|                       |  | Lenguaje atractivo              | 5          | 33%        |
|                       | Tipo de estrategias de difusión de información | Procedimientos de opinión       | 10         | 40%        |
|                       |  | Procedimientos informativos     | 0          | 0%         |
| Dimensión Estética    | Uso de la música                               | Auxiliar                        | 10         | 100%       |
|                       |  | Programática                    | 0          | 0%         |
|                       |  | Protagonista                    | 0          | 0%         |
|                       | Uso de efectos                                 | Función ambiental o descriptiva | 0          | 0%         |
|                       |  | Función expresiva               | 0          | 0%         |
|                       |  | Función narrativa               | 0          | 0%         |
|                       |  | Función ornamental              | 10         | 100%       |
|                       |  | No usa efectos                  | 0          | 0%         |
|                       | Uso del silencio                               | Abstinencia del habla           | 0          | 0%         |
|                       |  | Pausa                           | 0          | 0%         |
| Ruido                 |  | 0                               | 0%         |            |

## ANEXO 6

Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en el podcast *Hablando Huevadas*.

| DIMENSIÓN REFERENCIAL  |                          |                               |                           |             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
|--|--------------------------|-------------------------------|---------------------------|-------------|--|---------|--------|---------|------------|-----------|------|----------|--|--------------|--|--------------|-----------|---|-------|-------------|--|
| Nombre del Podcast: HABLANDO HUEVADAS  |                          |                               |                           |             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Periodo de análisis:   |                          |                               |                           |             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Conductores: 2   |                          |                               |                           |             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Calificación y posible seguidores: 4.3 de 5 (3K)   |                          |                               |                           |             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Descripción del podcast (presentación en spotify): Jorge Luna y Ricardo Mendoza hablando huevadas e improvisando con sus preguntas. huevadas no? |                          |                               |                           |             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Plataformas y canales complementarios: Youtube, Tiktok   |                          |                               |                           |             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Nombre del Episodio  | Fecha de Publicación     | Duración en min. del episodio | Tema general del episodio | Sub temas   | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |         |            |           |      |          | ¿De que fuente se extrae el contenido que presentan? |              | ¿Que historicidad presentan los contenidos y cómo se da? |              |           | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |       |             |  |
|  |                          |                               |                           |             | Familiar   | Laboral | Social | Amoroso | Espiritual | Académico | Otro | Internas | Externas   | Tiempo Corto | Tiempo Medio   | Tiempo Largo | Publicity | Spot  | Cuñas | No presenta |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 2 de agosto del 2022     | 1h. 11 min. 57 seg.           | Experiencias              | 1.Anécdotas | 1  | 0       | 1      | 1       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 1   | 0     | 0           |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 2 de agosto del 2022     | 1h. 43 min. 23 seg.           | Experiencias              | 1.Anécdotas | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 1           |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 8 de agosto del 2022     | 1h. 34 min. 13 seg.           | Experiencias              | 1.Anécdotas | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 1           |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 16 de agosto del 2022    | 1h 43 min. 27 seg.            | Experiencias              | 1.Anécdotas | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 1           |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 31 de agosto del 2022    | 1h 36 min. 38 seg.            | Experiencias              | 1.Anécdotas | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 1           |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 31 de agosto del 2022    | 1h 40 min. 16 seg.            | Experiencias              | 1.Anécdotas | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 1           |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 14 de setiembre del 2022 | 1h 25 min. 44 seg.            | Experiencias              | 1.Anécdotas | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 1           |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 1ro de octubre del 2022  | 1h 41 min. 52 seg.            | Experiencias              | 1.Anécdotas | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 1           |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 1ro de octubre del 2022  | 1h 24min. 14 seg.             | Experiencias              | 1.Anécdotas | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 1           |  |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORADA   | 3 de octubre del 2022    | 1h 29min. 12 seg.             | Experiencias              | 1.Anécdotas | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 1           |  |

*Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el podcast Hablando Huevadas.*

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA   |   |                  |                    |  |   |                             |   |
|---|---|------------------|--------------------|--|---|-----------------------------|---|
| Nombre del Podcast:   |   |                  |                    |  |   |                             |   |
| Episodio  | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |  | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |   |
|   | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?   | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?  |
|   | SI/NO   | SI/NO            | SI/NO              |  | SI/NO   | SI/NO                       |   |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [ESO SI ES TRISTE]                        | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [EL CIRCO DE HABLANDO HUEYADAS]           | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [IQUITOS - MI ABUELA MATÓ A UN COCODRILO] | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [NOS HICIMOS UN TEST DE AUTISMO]          | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [SE YENGA DE UN EX EN VIVO]               | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [RICHIVO LE VIÑO LA REGLA]                | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [JORGE Y SU NUEVA HIJA SAMAHARA]          | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [ADIVINA QUIEN ES ADOPTADO]               | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [JORGITO ES UN RESTAURANTE CARO]          | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |
| HABLANDO HUEYADAS - QUINTA TEMPORDA [FIN DE TEMPORADA -                       | 1   | 1                | 1                  | Manejan su desenvolvimiento de forma natural y sincera | 1   | 0                           | Toma en cuenta la participación de su público y sus anécdotas |

*Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el podcast Hablando Huevadas.*

| DIMENSION ESTÉTICA   |                  |              |              |   |                    |                    |                 |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                      |                        |                        |
|--|------------------|--------------|--------------|---|--------------------|--------------------|-----------------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|----------|--------------------------------------|------------------------|------------------------|
| Nombre del Podcast:  |                  |              |              |   |                    |                    |                 |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                      |                        |                        |
| Episodio   | Uso de la Música |              |              |   | Uso de la voz      |                    |                 |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    |          | Uso del silencio                     |                        |                        |
|  | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta?  | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |                 |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    |          | ¿Cómo se presenta?                   |                        |                        |
|  |                  |              |              |   |                    | Intensidad         | Ritmo           | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No posee | El Silencio como abstenerse a hablar | El silencio como pausa | El silencio como ruido |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (ESO SI ES TRISTE)                           | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (EL CIRCO DE HABLANDO HUEVADAS)              | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (QUITOS - MI ABUELA MATÓ A UN COCODRILO)     | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (NOS HICIMOS UN TEST DE AUTISMO)             | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (SE VENGA DE UN EX EN VIVO)                  | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (RICHIVO LE VINO LA REGLA)                   | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (JORGE Y SU NUEVA HIJA SAMAHARA)             | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (ADIVINA QUIEN ES ADOPTADO)                  | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (JORGITO ES UN RESTAURANTE CARO)             | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| HABLANDO HUEVADAS - QUINTA TEMPORDA (FIN DE TEMPORADA - FLUYENDO COMO UN MANATÍ) | 1                | 0            | 0            | Su sonidista reproduce musica y sonidos variados durante todo el programa | Popular            | alta               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 1                                       | 0                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |

|                       |  | items                           | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|--|---------------------------------|------------|------------|
| Dimensión Referencial | Contenido                                      | Familiar                        | 1          | 8.3%       |
|                       |  | Laboral                         | 0          | 0%         |
|                       |  | Social                          | 10         | 83.3%      |
|                       |  | Amoroso                         | 1          | 8.3%       |
|                       |  | Espiritual                      | 0          | 0%         |
|                       |  | Académico                       | 0          | 0%         |
|                       |  | Otro                            | 0          | 0%         |
|                       | Fuente   | Interna                         | 10         | 100.0%     |
|                       |  | Externa                         | 0          | 0%         |
|                       | Historicidad                                   | Tiempo corto                    | 0          | 0%         |
|                       |  | Tiempo medio                    | 0          | 0%         |
|                       |  | Tiempo largo                    | 10         | 100.0%     |
|                       | Tipo de anuncio publicitario                   | Publicity                       | 0          | 0%         |
| Spot                  |  | 1                               | 10%        |            |
| Cuña                  |  | 0                               | 0%         |            |
| No presenta           |  | 9                               | 90.0%      |            |
| Dimensión Enunciativa | Estrategia Expresiva                           | Lenguaje popular                | 10         | 33%        |
|                       |  | Lenguaje Emotivo                | 10         | 33%        |
|                       |  | Lengauje atractivo              | 10         | 33%        |
|                       | Tipo de estrategias de difusión de información | Procedimientos de opinión       | 10         | 100%       |
|                       |  | Procedimientos informativos     | 10         | 0%         |
| Dimensión Estética    | Uso de la música                               | Auxiliar                        | 10         | 100%       |
|                       |  | Programática                    | 0          | 0%         |
|                       |  | Protagonista                    | 0          | 0%         |
|                       | Uso de efectos                                 | Función ambiental o descriptiva | 10         | 50%        |
|                       |  | Función expresiva               | 0          | 0%         |
|                       |  | Función narrativa               | 0          | 0%         |
|                       |  | Función ornamental              | 10         | 50%        |
|                       |  | No usa efectos                  | 0          | 0%         |
|                       | Uso del silencio                               | Abstinencia del habla           | 0          | 0%         |
|                       |  | Pausa                           | 20         | 100%       |
| Ruido                 |  | 0                               | 0%         |            |

## ANEXO 7

### Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en el podcast Narrador de cuentos

| Periodo de análisis: Últimos 10 hasta el mes de octubre  |                      |                               |  |                             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |   |
|--|----------------------|-------------------------------|--|-----------------------------|--|---------|--------|---------|------------|-----------|------|----------|--|--------------|--|--------------|-----------|---|-------|-------------|---|
| Coaductores: 1   |                      |                               |  |                             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |   |
| Calificación y posible seguidores: 4.9 de 5 (49K)  |                      |                               |  |                             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |   |
| Descripción del podcast (presentación en spotify): En la tradición de los clásicos de la radio, aquí se cuentan las historias, relatos y leyendas que habitan las calles de México e Iberoamérica. |                      |                               |  |                             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |   |
| Plataformas y canales complementarios: Youtube, instagram, Twitter, tiktok y Facebook.   |                      |                               |  |                             |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |   |
| Nombre del Episodio  | Fecha de Publicación | Duración en min. del episodio | Tema general del episodio              | Sub temas                   | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |         |            |           |      |          | ¿De qué fuente se extrae el contenido que presentas? |              | ¿Qué historicidad presentan los contenidos y cómo se da? |              |           | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |       |             |   |
|  |                      |                               |  |                             | Familiar   | Laboral | Social | Amoroso | Espiritual | Académico | Otro | Internas | Externas   | Tiempo Corto | Tiempo Medio   | Tiempo Largo | Publicity | Spot  | Cufas | No presenta |   |
| UN CUENTO CORTO EL ÚLTIMO CUENTO- LA SOPA DE PIEDRA)   | 12-May-22            | 23 min 45 seg.                | No podía un cuento                     | contó una historia personal | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 0           | 1 |
| HANS MI ERIZO  | 12-May-22            | 23 min 12 seg.                | El desprecio de la gente por su físico | El verdadero amor           | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           | 1 |
| LOS TRES CUERVOS   | 12-May-22            | 23 min 47 seg.                | La fuerza de voluntad                  | La lealtad                  | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           | 1 |
| LA HARAPIENTA  | 12-May-22            | 23 min 48 seg.                | La cenicienta                          | amor verdadero              | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           | 1 |
| EL GIGANTE SIN CORAZÓN   | 12-May-22            | 23 min 47 seg.                | Un gigante sin corazón                 | todos tenemos corazón       | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           | 1 |
| LA VERDERA ESPOSA  | 12-May-22            | 23 min 49 seg.                | La ambición                            | El egoísmo                  | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           | 1 |
| TESEO Y MINOTAURO  | 23-May-22            | 23 min 43 seg.                | Valentía                               | amor verdadero              | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           | 0 |
| PERSEO Y LA GORGONA  | 23-May-22            | 23 min 43 seg.                | Valentía                               | justicia                    | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           | 1 |
| ORFEO Y EURIDICE   | 23-May-22            | 23 min 42 seg.                | El don                                 | amor verdadero              | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           | 1 |
| DEDALO E ÍCARO   | 23-May-22            | 23 min 42 seg.                | buscando libertad                      | valentía                    | 1  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           | 1 |

*Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el podcast Narrador de Cuentos.*

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA                                       |   |                  |                    |   |   |                             |   |
|---|---|------------------|--------------------|---|---|-----------------------------|---|
| Nombre del Podcast:   |   |                  |                    |   |   |                             |   |
| Episodio  | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |   | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |   |
|   | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?  | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?  |
|   | SI/NO   | SI/NO            | SI/NO              |   | SI/NO   | SI/NO                       |   |
| <b>UN CUENTO CORTO EL ÚLTIMO CUENTO- LA SOPA DE PIEDRA)</b> | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |
| <b>HANS MI ERIZO</b>  | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |
| <b>LOS TRES CUERVOS</b>                                     | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |
| <b>LA HARAPIENTA</b>  | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |
| <b>EL GIGANTE SIN CORAZÓN</b>                               | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |
| <b>LA VERDERA ESPOSA</b>                                    | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |
| <b>TESEO Y MINOTAURO</b>                                    | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |
| <b>PERSEO Y LA GORGONA</b>                                  | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |
| <b>ORFEO Y EURIDICE</b>                                     | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |
| <b>DEDALO E ÍCARO</b>                                       | 1   | 0                | 1                  | El estilo del narrador de cuentos es muy particular y la entonación de los personajes capta a atención. | 0   | 0                           | Son cuentos narrativos creados desde la imaginación del narrador de cuentos |

*Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el podcast Narrador de cuentos*

| DIMENSIÓN ESTÉTICA  |                  |              |              |   |                    |                    |                 |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                      |                        |                        |  |
|---|------------------|--------------|--------------|---|--------------------|--------------------|-----------------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|----------|--------------------------------------|------------------------|------------------------|--|
| Nombre del Podcast:   |                  |              |              |   |                    |                    |                 |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                      |                        |                        |  |
| Episodio  | Uso de la Música |              |              |   | Uso de la voz      |                    |                 |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    |          | Uso del silencio                     |                        |                        |  |
|   | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta?  | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |                 |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    |          | ¿Cómo se presenta?                   |                        |                        |  |
|   |                  |              |              |   |                    | Intensidad         | Ritmo           | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No Posee | El Silencio como abstenerse a hablar | El silencio como pausa | El silencio como ruido |  |
| <b>UN CUENTO CORTO EL ÚLTIMO CUENTO- LA SOPA DE PIEDRA)</b> | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación y eco        | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 0                      | 0                      |  |
| <b>HANS MI ERIZO</b>  | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación              | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 0                      | 0                      |  |
| <b>LOS TRES CUERVOS</b>                                     | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación y eco        | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 0                      | 0                      |  |
| <b>LA HARAPIENTA</b>  | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación              | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 0                      | 0                      |  |
| <b>EL GIGANTE SIN CORAZÓN</b>                               | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación y eco        | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 0                      |                        |  |
| <b>LA VERDERA ESPOSA</b>                                    | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación              | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 1                      | 0                      |  |
| <b>TESEO Y MINOTAURO</b>                                    | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación              | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 0                      | 0                      |  |
| <b>PERSEO Y LA GORGONA</b>                                  | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación y eco        | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 0                      | 0                      |  |
| <b>ORFEO Y EURIDICE</b>                                     | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación y eco        | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 1                      | 0                      |  |
| <b>DEDALO E ÍCARO</b>                                       | 0                | 0            | 1            | Presenta una música característica al comenzar y al terminar el | Popular            | Natural            | natural-hablado | buena         | Reberberación y eco        | 1                                       | 1                 | 1                 | 1                  | 0        | 1                                    | 0                      | 0                      |  |

|                       |  | items                           | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|--|---------------------------------|------------|------------|
| Dimensión Referencial | Contenido                                      | Familiar                        | 10         | 100.0%     |
|                       |  | Laboral                         | 0          | 0%         |
|                       |  | Social                          | 0          | 0%         |
|                       |  | Amoroso                         | 0          | 0%         |
|                       |  | Espiritual                      | 0          | 0%         |
|                       |  | Académico                       | 0          | 0%         |
|                       |  | Otro                            | 0          | 0%         |
|                       | Fuente   | Interna                         | 10         | 100.0%     |
|                       |  | Externa                         | 0          | 0%         |
|                       | Historicidad                                   | Tiempo corto                    | 0          | 0%         |
|                       |  | Tiempo medio                    | 10         | 100.0%     |
|                       |  | Tiempo largo                    | 0          | 0%         |
|                       | Tipo de anuncio publicitario                   | Publicity                       | 0          | 0%         |
| Spot                  |  | 0                               | 0%         |            |
| Cuñía                 |  | 0                               | 0%         |            |
| No presenta           |  | 9                               | 100.0%     |            |
| Dimensión Enunciativa | Estrategia Expresiva                           | Lenguaje popular                | 10         | 50%        |
|                       |  | Lenguaje Emotivo                | 0          | 0%         |
|                       |  | Lengauje atractivo              | 10         | 50%        |
|                       | Tipo de estrategias de difusión de información | Procedimientos de opinión       | 0          | 10%        |
|                       |  | Procedimientos informativoc     | 0          | 0%         |
| Dimensión Estética    | Uso de la música                               | Auxiliar                        | 0          | 0%         |
|                       |  | Programática                    | 0          | 0%         |
|                       |  | Protagonista                    | 10         | 100.0%     |
|                       | Uso de efectos                                 | Función ambiental o descriptiva | 10         | 25.0%      |
|                       |  | Función expresiva               | 10         | 25.0%      |
|                       |  | Función narrativa               | 10         | 25.0%      |
|                       |  | Función ornamental              | 10         | 25.0%      |
|                       |  | No usa efectos                  | 0          | 0%         |
|                       | Uso del silencio                               | Abstinencia del habla           | 10         | 83.3%      |
|                       |  | Pausa                           | 2          | 16.7%      |
| Ruido                 |  | 0                               | 0%         |            |

## ANEXO 8

Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en el podcast *Psicología al desnudo*.

| DIMENSIÓN REFERENCIAL  |                      |  |                                |  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
|--|----------------------|--|--------------------------------|--|--|---------|--------|---------|------------|-----------|------|----------|--|--------------|--|--------------|-----------|---|-------|-------------|--|
| Nombre del Podcast: <b>Psicología al desnudo</b>   |                      |  |                                |  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Periodo de análisis: <b>Últimos 10 hasta el mes de octubre</b>                               |                      |  |                                |  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Conductores: <b>Marina Mammoliti</b>   |                      |  |                                |  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| N° de seguidores: <b>4.3 de 5 (30.7mil)</b>  |                      |  |                                |  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Descripción del podcast (presentación en spotify):   |                      | En este podcast se encuentran emociones. Narra y conecta tus mecanismos internos: ¿Por qué haces lo que haces? ¿Por qué no puedes expresar ciertas emociones y otras sí? ¿Por qué te sientes mal a veces? ¿Por qué hay cosas que te angustian, que te generan miedo, nostalgia, o que te dan placer? ¿Cómo regular tus emociones para sentirte equilibrado/a? La gestión emocional es la CLAVE para vivir una vida con sentido. ¡Y está en tus manos aprenderlo! ¿La puerta de entrada a este proceso? Psicología al Desnudo. De la mano de la Psicóloga Clínica Marina Mammoliti. |                                |  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Plataformas y canales complementarios: <b>Podtail, Apple podcast, Google podcast, TikTok</b> |                      |  |                                |  |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Nombre del Episodio  | Fecha de Publicación | Duración en min. del episodio  | Tema general del episodio      | Sub temas  | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |         |            |           |      |          | ¿De qué fuente se extrae el contenido que presentas? |              | ¿Qué historicidad presentan los contenidos y cómo se da? |              |           | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |       |             |  |
|  |                      |  |                                |  | Familiar   | Laboral | Social | Amoroso | Espiritual | Académico | Otro | Internas | Externas   | Tiempo Corto | Tiempo Medio   | Tiempo Largo | Publicity | Spot  | Cañas | No presenta |  |
| E87 - Autoconocimiento para la transformación  | 25-Ago-22            | 31 min 05 seg.   | El autoconocimiento            | Síntomas de la falta de autoconocimiento   | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 1        | 1  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| E88 - ¿Por qué no somos felices?   | 01-Sep-22            | 13 min 30 seg.   | La felicidad                   | -¿Somos felices?   | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 1        | 1  | 1            | 0  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| E89 - 4 predictores de infelicidad   | 08-Sep-22            | 30 min 28 seg.   | La infelicidad                 | ¿Por qué nos cuesta ser felices?, ¿Qué nos aleja de la felicidad?, Valores           | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| E90- Cuidado con lo que crees  | 15-Sep-22            | 27 min 30 seg  | El Pensamiento                 | Infelicidad constante, El camino hacia la felicidad, La vista; un sentido confiable, | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| E91- ¡Basta de victimismo! Toma las riendas de tu vida                                       | 15-Sep-22            | 27 min 08seg   | El rol de víctima              | La decepción amorosa, El victimismo, La culpa  | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| E92- El fracaso: la clave del éxito.   | 29-Sep-22            | 28 min   | El fracazar                    | ¿Qué es el fracaso?, 5 Razones para aprender del fracaso                             | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| E93- La llave de la felicidad: relaciones sanas  | 6-Oct-22             | 18 min 6 seg   | La felicidad en las relaciones | El rompimiento, La base de las relaciones sanas, la felicidad constante.             | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| E94- El sentido de la vida: Ikigay   | 13-Oct-22            | 27 min 6 seg   | Propósito en la vida           | El sentido de la vida, propósitos, pasiones  | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 1    | 1        | 1  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| E95 Te vas a morir   | 20-Oct-22            | 29 min 56 seg  | La muerte                      | El miedo a la muerte, su relato, historia  | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 1    | 1        | 1  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |
| E96 - Merecimiento   | 27-Oct-22            | 30 min 17 seg  | Sentimiento de no merecimiento | Ejemplo, merecemos lo que conseguimos  | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1        | 1  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 1     | 0           |  |

Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el podcast *Psicología al desnudo*.

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA   |   |                  |                    |  |   |                             |   |
|---|---|------------------|--------------------|--|---|-----------------------------|---|
| Nombre del Podcast: <i>Psicología al desnudo</i>              |   |                  |                    |  |   |                             |   |
| Episodio  | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |  | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |   |
|   | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?   | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?  |
|   | SI/NO   | SI/NO            | SI/NO              |  | SI/NO   | SI/NO                       |   |
| <b>E87 – Autoconocimiento para la transformación</b>          | 0   | 1                | 0                  | La locutora a través de un lenguaje emotivo trata de empatizar con el oyente y impresionar.  | 0   | 1                           | La locutora del podcast relata historias con el fin de encontrar una reflexión al tema, Esto atrae al oyente y le produce la conexión con el tema                             |
| <b>E88 – ¿Por qué no somos felices?</b>                       | 0   | 1                | 0                  | A través de la estrategia de relatar una historia, trata de empatizar con el oyente para que le recuerde y transporte a algún hecho similar de su vida | 1   | 0                           | La locutora del podcast relata historias con el fin de encontrar una reflexión al tema, uso de refranes referentes al tema.   |
| <b>E89 – 4 predictores de Infelicidad</b>                     | 0   | 1                | 0                  | La locutora utiliza citas y conceptos para empatizar con el oyente   | 1   | 1                           | Uso de conceptos y cita de autores sobre el tema, la locutora del podcast relata historias con el fin de encontrar una reflexión al tema, uso de refranes referentes al tema. |
| <b>E90- Cuidado con lo que crees</b>                          | 0   | 1                | 0                  | Resalta las experiencias que sus pacientes experimentan.   | 1   | 1                           | Hace referencia a experiencias que han pasado con sus pacientes   |
| <b>E91- ¡Basta de victimismo! Toma las riendas de tu vida</b> | 0   | 1                | 0                  | Muestra conceptos claros y precisos sobre el tema.   | 1   | 1                           | Cita a un paciente y cuenta una experiencia amorosa de rompimiento e infelicidad. Explica conceptos sobre el victimismo.  |
| <b>E92- El fracaso: la clave del éxito.</b>                   | 0   | 1                | 0                  | Empieza el programa poniendo un ejemplo de superación al fracaso   | 1   | 1                           | Relata una anécdota de una paciente, Cita a Picasso como referencia al fracaso y nos brinda reflexiones del tema.   |
| <b>E93- La llave de la felicidad: relaciones sanas</b>        | 0   | 1                | 0                  | Capta la atención con consejos sobre la felicidad.   | 1   | 1                           | Cuenta una anécdota trágica de una película referente a la felicidad, habla sobre el apego y da consejos de felicidad.  |
| <b>E94- El sentido de la vida: Ikigay</b>                     | 0   | 1                | 0                  | La locutora utiliza citas y conceptos para empatizar con el oyente   | 1   | 1                           | Habla, sobre encontrar nuestro propósito de vida, a través de 3 ingredientes: método, disciplina y sacrificio   |
| <b>E95 - Te vas a morir</b>                                   | 0   | 1                | 0                  | La locutora usa su experiencia y usa un lenguaje emotivo   | 1   | 1                           | Habla sobre el miedo a la muerte, sobre las historias antiguas de estas   |
| <b>E96 - Merecimiento</b>                                     | 0   | 1                | 0                  | La locutora usa su experiencia y usa un lenguaje emotivo   | 1   | 1                           | este capítulo nos ayuda a entender por qué es importante hacer el proceso de creernos merecedores.  |

*Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el podcast Psicología al desnudo.*

| DIMENSIÓN ESTÉTICA                                     |                  |              |              |  |                    |                    |        |               |                            |   |                   |                   |                    |                |  |                        |                        |
|--|------------------|--------------|--------------|--|--------------------|--------------------|--------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|----------------|--|------------------------|------------------------|
| Nombre del Podcast: Psicología al desnudo              |                  |              |              |  |                    |                    |        |               |                            |   |                   |                   |                    |                |  |                        |                        |
| Episodio   | Uso de la Música |              |              |  | Uso de la voz      |                    |        |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    |                | Uso del silencio                       |                        |                        |
|  | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta?                                       | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |        |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    |                | ¿Cómo se presenta?                     |                        |                        |
|  |                  |              |              |  |                    | Intensidad         | Ritmo  | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No usa efectos | El silencio como abstinencia al hablar | El silencio como pausa | El silencio como ruido |
| E187 - Autoconocimiento para la transformación         | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato.               | Emotiva            | Baja               | normal | Buena         | Eco                        | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 0                      | 0                      |
| E88 - ¿Por qué no somos felices?                       | 0                | 0            | 0            | Pocos música en cuanto empieza el relato de la historia. | Emotiva            | Baja               | normal | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 1                      | 0                      |
| E89 - 4 predictores de Infelicidad                     | 1                | 0            | 0            | Pocos música en cuanto empieza el relato de la historia. | Emotiva            | Baja               | normal | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 0                      | 0                      |
| E90- Cuidado con lo que crees                          | 1                | 1            | 0            | Pocos música en cuanto empieza el relato de la historia. | Emotiva            | Baja               | normal | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 1                      | 0                      |
| E91- ¡Basta de victimismo! Toma las riendas de tu vida | 0                | 1            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato.               | Emotiva            | Baja               | normal | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 0                      | 0                      |
| E92- El fracaso: la clave del éxito.                   | 0                | 1            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato.               | Emotiva            | Baja               | normal | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 1                      | 0                      |
| E93- La llave de la felicidad: relaciones sanas        | 0                | 1            | 0            | Pocos música en cuanto empieza el relato de la historia. | Emotiva            | Baja               | Normal | Buena         | No tiene                   | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 1                      | 0                      |
| E94- El sentido de la vida: ikigai                     | 1                | 1            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato.               | Emotiva            | Baja               | Normal | Buena         | Eco                        | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 1                      | 0                      |
| E95 Te vas a morir                                     | 1                | 1            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato.               | Emotiva            | Baja               | Normal | Buena         | Eco                        | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 1                      | 0                      |
| E96 - Merecimiento                                     | 1                | 0            | 0            | Tiene música en ciertas partes del relato.               | Emotiva            | Baja               | Normal | Buena         | Eco                        | 0                                       | 0                 | 1                 | 0                  | 0              | 0                                      | 1                      | 0                      |

|   | items                           | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---------------------------------|------------|------------|
| <b>Contenido</b>                                      | Familiar                        | 0          | 0%         |
|   | Laboral                         | 0          | 0%         |
|   | Social                          | 0          | 0%         |
|   | Amoroso                         | 0          | 0%         |
|   | Espiritual                      | 9          | 75.0%      |
|   | Académico                       | 0          | 0%         |
|   | Otro                            | 3          | 25.0%      |
| <b>Fuente</b>   | Interna                         | 10         | 66.7%      |
|   | Externa                         | 5          | 33.3%      |
| <b>Historicidad</b>                                   | Tiempo corto                    | 1          | 10.0%      |
|   | Tiempo medio                    | 6          | 60.0%      |
|   | Tiempo largo                    | 3          | 30%        |
| <b>Tipo de anuncio publicitario</b>                   | Publicity                       | 0          | 0%         |
|   | Spot                            | 0          | 0%         |
|   | Cuña                            | 10         | 100.0%     |
|   | No presenta                     | 0          | 0%         |
| <b>Estrategia Expresiva</b>                           | Lenguaje popular                | 0          | 0%         |
|   | Lenguaje Emotivo                | 10         | 100.0%     |
|   | Lengauje atractivo              | 0          | 0%         |
| <b>Tipo de estrategias de difusión de información</b> | Procedimientos de opinión       | 9          | 50.0%      |
|   | Procedimientos informativoc     | 9          | 50.0%      |
| <b>Uso de la música</b>                               | Auxiliar                        | 6          | 50.0%      |
|   | Programática                    | 6          | 50.0%      |
|   | Protagonista                    | 0          | 0%         |
| <b>Uso de efectos</b>                                 | Función ambiental o descriptiva | 0          | 0%         |
|   | Función expresiva               | 0          | 0%         |
|   | Función narrativa               | 10         | 100.0%     |
|   | Función ornamental              | 0          | 0%         |
|   | No usa efectos                  | 0          | 0%         |
| <b>Uso del silencio</b>                               | Abstinencia del habla           | 0          | 0%         |
|   | Pausa                           | 7          | 100.0%     |
|   | Ruido                           | 0          | 0%         |

## ANEXO 9

Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en el podcast *Relatos de la noche*.

| DIMENSIÓN REFERENCIAL   |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
|---|----------------------|-------------------------------|--|---|--|---------|--------|---------|------------|-----------|------|----------|--|--------------|--|--------------|-----------|---|-------|-------------|--|
| Nombre del Podcast: <b>Relatos de la noche</b>  |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Periodo de análisis: <b>Últimos 10 hasta el mes de octubre</b>  |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Conductores: <b>1</b>   |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| N° de seguidores: <b>4.9 de 5 (49K)</b>   |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Descripción del podcast (presentación en spotify): <b>En la tradición de los clásicos de la radio, aquí se cuentan las historias, relatos y leyendas que habitan las calles de México e Iberoamérica.</b> |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Plataformas y canales complementarios: <b>Youtube, instagram, Twitter, tiktok y Facebook.</b>   |                      |                               |  |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |  |              |           |   |       |             |  |
| Nombre del Episodio   | Fecha de Publicación | Duración en min. del episodio | Tema general del episodio                  | Sub temas   | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |         |            |           |      |          | ¿De que fuente se extrae el contenido que presentan? |              | ¿Que historicidad presentan los contenidos y cómo se da? |              |           | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |       |             |  |
|   |                      |                               |  |   | Familiar   | Laboral | Social | Amoroso | Espiritual | Académico | Otro | Internas | Externas   | Tiempo Corto | Tiempo Medio   | Tiempo Largo | Publicity | Spot  | Cuñas | No presenta |  |
| La bruja de la central de los bomberos  | 3-Oct-22             | 20 min. 57 seg.               | Historias paranormales reales              | 1. El fantasma de Tequila.<br>2. La Monja de la central de los bomberos.                                | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           |  |
| Relatos de naturales. Skinwalkers y brujas que transforman en lobos.  | 7-Oct-22             | 25 min. 19 seg.               | Historias paranormales reales              | 1. El caso de la forma de animales.<br>2. Almas con orejas largas.                                      | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           |  |
| La misteriosa monja del hospital y otros relatos paranormales   | 10-Oct-22            | 26 min. 01 seg.               | Historias paranormales reales              | 1. La médium.<br>2. El niño fantasma.<br>3. El fantasma que toca los pies.<br>4. La Monja del hospital. | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           |  |
| Las leyendas más aterradoras del norte de México  | 14-Oct-22            | 42 min. 19 seg.               | Historias paranormales reales              | 1. La bruja que se lleva a los niños.<br>2. El demonio de la mina.<br>3. Extraterrestres.               | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 0           |  |
| Los niños fantasmas del kilómetro 31 y otros encuentros paranormales  | 17-Oct-22            | 19 min. 43 seg.               | Historias paranormales reales              | 1. El don.<br>2. Niños del km 31.<br>3. El animal de ojos amarillos.                                    | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 1  | 0            | 1         | 1   | 1     | 0           |  |
| El ángel sonriente del cementerio (y otros encuentros de ultratumba)  | 21-Oct-22            | 19 min. 44 seg.               | Historias paranormales reales              | 1. El ángel sonriente.<br>2. La Coreanita.<br>3. La bruja que vive después de la muerte.                | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           |  |
| Nunca ofendas a la santa muerte (y más relatos paranormales)  | 24-Oct-22            | 24 min. 03 seg.               | Historias paranormales reales              | 1. El ángel sonriente.<br>2. La Santa Muerte.<br>3. La Dama del vestido verde.                          | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           |  |
| El macabro muñeco del abuelo (y otros relatos de terror)  | 26-Oct-22            | 18 min. 25 seg.               | Historias paranormales reales              | 1. El muñeco del abuelo.<br>2. Las golondrinas.<br>3. La niña del baño de la escuela.                   | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 1  | 0            | 1         | 1   | 1     | 0           |  |
| Temporadas de brujas  | 28-Oct-22            | 26 min. 25 seg.               | Historias paranormales reales sobre brujas | 1. La bruja.<br>2. La chona.<br>3. Las bolas de fuego.  | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 1  | 0            | 0         | 0   | 0     | 0           |  |
| Especial de noche de brujas 2022  | 31-Oct-22            | 51 min. 37 seg.               |  |   | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 0        | 1  | 0            | 0  | 1            | 0         | 0   | 0     | 0           |  |

*Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el podcast Relatos de la noche.*

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA  |   |                  |                    |  |   |                             |   |
|--|---|------------------|--------------------|--|---|-----------------------------|---|
| Nombre del Podcast:  |   |                  |                    |  |   |                             |   |
| Episodio   | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |  | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |   |
|  | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?   | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?                      |
|  | SI/NO   | SI/NO            | SI/NO              |  | SI/NO   | SI/NO                       |   |
| <b>La bruja de la central de los bomberos</b>                                | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |
| <b>Relatos de nahuales, Skinwalkers y brujas que transforman en animales</b> | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |
| <b>La misteriosa monja del hospital y otros relatos paranormales</b>         | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |
| <b>Las leyendas más aterradoras del norte de México</b>                      | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |
| <b>Los niños fantasmas del kilómetro 31 y otros encuentros paranormales</b>  | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |
| <b>El ángel sonriente del cementerio (y otros cuentos de ultratumba)</b>     | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |
| <b>Nunca ofendas a la santa muerte (y más relatos paranormales)</b>          | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |
| <b>El macabro muñeco del abuelo (y otros relatos de terror)</b>              | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |
| <b>Temporadas de brujas</b>  | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |
| <b>Especial de noche de brujas 2022</b>                                      | 1   | 0                | 1                  | La lentitud, susurros e intensidad al momento de contar la historia lo vuelve interesante. | 0   | 1                           | En base a historias reales de su público. |

*Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el podcast Relatos de la noche.*

| DIMENSIÓN ESTÉTICA  |                  |              |              |   |                    |                    |       |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                      |                        |                        |  |
|---|------------------|--------------|--------------|---|--------------------|--------------------|-------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|----------|--------------------------------------|------------------------|------------------------|--|
| Nombre del Podcast:   |                  |              |              |   |                    |                    |       |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                      |                        |                        |  |
| Episodio  | Uso de la Música |              |              |   | Uso de la voz      |                    |       |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    |          | Uso del silencio                     |                        |                        |  |
|   | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta?  | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |       |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    |          | ¿Cómo se presenta?                   |                        |                        |  |
|   |                  |              |              |   |                    | Intensidad         | Ritmo | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No Posee | El Silencio como abstenerte a hablar | El silencio como pausa | El silencio como ruido |  |
| La bruja de la central de los bomberos                                | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | No tiene                   | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |
| Relatos de nahuales, Skinwalkers y brujas que transforman en animales | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | No tiene                   | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |
| La misteriosa monja del hospital y otros relatos paranormales         | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | No tiene                   | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |
| Las leyendas más aterradoras del norte de México                      | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | No tiene                   | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |
| Los niños fantasmas del kilómetro 31 y otros encuentros paranormales  | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | No tiene                   | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |
| El ángel sonriente del cementerio (y otros ecuentros de ultratumba)   | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | No tiene                   | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |
| Nunca ofendas a la santa muerte (y más relatos paranormales)          | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | Eco                        | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |
| El macabro muñeco del abuelo (y otros relatos de terror)              | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | Eco                        | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |
| Temporadas de brujas  | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | No tiene                   | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |
| Especial de noche de brujas 2022                                      | 1                | 1            | 0            | Posee diferente música de fondo en cada episodio. No posee una entrada. | Popular            | baja               | lento | buena         | No tiene                   | 0                                       | 1                 | 0                 | 1                  | 0        | 0                                    | 1                      | 1                      |  |

|   | items                           | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---------------------------------|------------|------------|
| <b>Contenido</b>                                      | Familiar                        | 0          | 0.0%       |
|   | Laboral                         | 0          | 0.0%       |
|   | Social                          | 0          | 0.0%       |
|   | Amoroso                         | 0          | 0.0%       |
|   | Espiritual                      | 10         | 100.0%     |
|   | Académico                       | 0          | 0.0%       |
|   | Otro                            | 0          | 0.0%       |
| <b>Fuente</b>   | Interna                         | 0          | 0.0%       |
|   | Externa                         | 10         | 100.0%     |
| <b>Historicidad</b>                                   | Tiempo corto                    | 0          | 0.0%       |
|   | Tiempo medio                    | 8          | 80.0%      |
|   | Tiempo largo                    | 2          | 20%        |
| <b>Tipo de anuncio publicitario</b>                   | Publicity                       | 2          | 33%        |
|   | Spot                            | 2          | 33%        |
|   | Cuña                            | 2          | 33.3%      |
|   | No presenta                     | 0          | 0%         |
| <b>Estrategia Expresiva</b>                           | Lenguaje popular                | 10         | 50.0%      |
|   | Lenguaje Emotivo                | 0          | 0%         |
|   | Lengauje atractivo              | 10         | 50.0%      |
| <b>Tipo de estrategias de difusión de información</b> | Procedimientos de opinión       | 0          | 0%         |
|   | Procedimientos informativoc     | 10         | 100.0%     |
| <b>Uso de la música</b>                               | Auxiliar                        | 10         | 50.0%      |
|   | Programática                    | 10         | 50.0%      |
|   | Protagonista                    | 0          | 0%         |
| <b>Uso de efectos</b>                                 | Función ambiental o descriptiva | 0          | 0%         |
|   | Función expresiva               | 10         | 50.0%      |
|   | Función narrativa               | 0          | 0%         |
|   | Función ornamental              | 10         | 50.0%      |
|   | No usa efectos                  | 0          | 0%         |
| <b>Uso del silencio</b>                               | Abstinencia del habla           | 0          | 0%         |
|   | Pausa                           | 10         | 50.0%      |
|   | Ruido                           | 10         | 50.0%      |

## ANEXO 10

Instrumento de recolección de datos dimensión referencial en el Seminario Fénix – Brian Tracy.

| DIMENSIÓN REFERENCIAL  |                      |                               |   |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |              |  |           |      |   |             |  |  |
|--|----------------------|-------------------------------|---|---|--|---------|--------|---------|------------|-----------|------|----------|--|--------------|--------------|--|-----------|------|---|-------------|--|--|
| Nombre del Podcast: Seminario Fénix – Brian Tracy  |                      |                               |   |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |              |  |           |      |   |             |  |  |
| Periodo de análisis:   |                      |                               |   |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |              |  |           |      |   |             |  |  |
| Conductores: 1   |                      |                               |   |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |              |  |           |      |   |             |  |  |
| Calificación y posible seguidores: 5 de 5 ( 5K)  |                      |                               |   |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |              |  |           |      |   |             |  |  |
| Descripción del podcast (presentación en spotify): Seminario Fénix por Brian Tracy. Módulos completos en Español |                      |                               |   |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |              |  |           |      |   |             |  |  |
| Plataformas y canales complementarios:   |                      |                               |   |   |  |         |        |         |            |           |      |          |  |              |              |  |           |      |   |             |  |  |
| Nombre del Episodio  | Fecha de Publicación | Duración en min. del episodio | Tema general del episodio                       | Sub temas   | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos? |         |        |         |            |           |      |          | ¿De que fuente se extrae el contenido que presentan? |              |              | ¿Que historicidad presentan los contenidos y cómo se da? |           |      | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? |             |  |  |
|  |                      |                               |   |   | Familiar   | Laboral | Social | Amoroso | Espiritual | Académico | Otro | Internas | Externas   | Tiempo Corto | Tiempo Medio | Tiempo Largo   | Publicity | Spot | Cuñas   | No presenta |  |  |
| <b>Módulo 1 - La Psicología del logro.</b>   | 24 de julio del 2022 | 15min. 16 seg.                | Claves del éxito                                | 1. Paz mental<br>2. Salud y energía<br>Relaciones amorosas<br>3. Ley del éxito    | 1  | 1       | 0      | 1       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1            | 0  | 0         | 0    | 1   | 0           |  |  |
| <b>Módulo 2 - Leyes mentales</b>   | 24 de julio del 2022 | 29 min. 42 seg.               | Ley mental                                      | 1. Ley del control<br>2. Ley del accidente<br>3. Ley de causa y efecto            | 0  | 1       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1            | 0  | 0         | 0    | 0   | 1           |  |  |
| <b>Módulo 3 - Liberando potencial</b>  | 24 de julio del 2022 | 30 min. 04 seg.               | Programación de la mente                        | 1. Conceptos de sí mismo<br>2. Poder de la 3. sugestión<br>4. Ley de la expresión | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 1         | 0    | 1        | 0  | 0            | 0            | 1  | 0         | 0    | 0   | 1           |  |  |
| <b>Módulo 4 -su cenral de fuerza subconsciente</b>   | 24 de julio del 2022 | 14 min. 46 seg.               | Autoconocpto                                    | 1. ¿Quién soy?<br>2. Sentimientos   | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 1    | 1        | 1  | 0            | 0            | 0  | 0         | 0    | 0   | 1           |  |  |
| <b>Módulo 5 - Estando a cargo de su vida</b>   | 24 de julio del 2022 | 15 min. 35 seg.               | Técnicas de aprendizaje rápido                  | 1. Miserico derecho<br>2. Definir que aprender<br>3. Deseo<br>4. Actuar           | 0  | 0       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 1            | 0            | 0  | 0         | 0    | 0   | 1           |  |  |
| <b>Módulo 6 - Eliminando emociones</b>   | 24 de julio del 2022 | 29 min. 54 seg.               | Personalidad positiva                           | 1. Actuar positivamente<br>2. Relacinarse con personas positivas<br>3. Actuar     | 0  | 0       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 1            | 1            | 0  | 0         | 0    | 0   | 1           |  |  |
| <b>Módulo 7 - Liberando sus frenos</b>   | 24 de julio del 2022 | 30 min. 00 seg.               | Razones por lo que las personas no tienen metas | 1. Brindar importancia<br>2. Temor al fracaso<br>3. Autorelajamiento              | 0  | 0       | 0      | 0       | 1          | 0         | 0    | 1        | 0  | 1            | 1            | 0  | 0         | 0    | 0   | 1           |  |  |
| <b>Módulo 8 - El destructor de preocupaciones</b>  | 24 de julio del 2022 | 15 min. 12 seg.               | Preocupaciones                                  | 2. Llegar a los hechos<br>3. Destructor de preocupaciones<br>4. Actuar con        | 0  | 1       | 1      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 1            | 0            | 0  | 0         | 0    | 0   | 1           |  |  |
| <b>Módulo 9 - Programando su mente para el éxito</b>   | 24 de julio del 2022 | 30 min. 23 seg.               | Concepto de sí mismo                            | 2. Recombatir la zona de confort<br>3. El amor<br>4. El poder de la               | 0  | 1       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 0            | 1            | 0  | 0         | 0    | 1   | 0           |  |  |
| <b>Módulo 10 - Cambiando su concepto propio</b>  | 24 de julio del 2022 | 29 min. 46 seg.               | Ingrediente para mejorar el concepto propio     | mismo<br>2. Amarse a sí mismo<br>3. Confianza en sí mismo                         | 0  | 1       | 0      | 0       | 0          | 0         | 0    | 1        | 0  | 1            | 0            | 0  | 0         | 0    | 0   | 1           |  |  |

*Instrumento de recolección de datos dimensión enunciativa en el Seminario Fénix – Brian Tracy.*

| DIMENSIÓN ENUNCIATIVA                                |   |                  |                    |   |   |                             |  |
|--|---|------------------|--------------------|---|---|-----------------------------|--|
| Nombre del Podcast:                                  |   |                  |                    |   |   |                             |  |
| Episodio   | Estrategias expresivas que presenta el episodio |                  |                    |   | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor |                             |  |
|  | Lenguaje Popular                                | Lenguaje Emotivo | Lenguaje Atractivo | ¿Cómo se da?  | Procedimientos de opinión   | Procedimientos informativos | ¿Cómo se desarrolla?                   |
|  | SINO  | SINO             | SINO               |   | SINO  | SINO                        |  |
| <b>Módulo 1 - La Psicología del logro.</b>           | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |
| <b>Módulo 2 - Leyes mentales</b>                     | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |
| <b>Módulo 3 - Liberando potencial</b>                | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |
| <b>Módulo 4 -su cenral de fuerza subconsciente</b>   | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |
| <b>Módulo 5 - Estando a cargo de su vida</b>         | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |
| <b>Módulo 6 - Eliminando emociones</b>               | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |
| <b>Módulo 7 - Liberando sus frenos</b>               | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |
| <b>Módulo 8 - El destructor de preocupaciones</b>    | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |
| <b>Módulo 9 - Programando su mente para el éxito</b> | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |
| <b>Módulo 10 - Cambiando su concepto propio</b>      | 1   | 0                | 0                  | Explica a su manera y no suele usar términos difíciles de decifrar o entender | 1   | 1                           | Se desenvuelve dando clases y consejos |

*Instrumento de recolección de datos dimensión estética en el Seminario Fénix – Brian Tracy.*

| DIMENSIÓN ESTÉTICA                                   |                  |              |              |                                  |                    |                    |                 |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                      |                        |                        |
|--|------------------|--------------|--------------|----------------------------------|--------------------|--------------------|-----------------|---------------|----------------------------|---|-------------------|-------------------|--------------------|----------|--------------------------------------|------------------------|------------------------|
| Nombre del Podcast:                                  |                  |              |              |                                  |                    |                    |                 |               |                            |   |                   |                   |                    |          |                                      |                        |                        |
| Episodio   | Uso de la Música |              |              |                                  | Uso de la voz      |                    |                 |               |                            | Uso de efectos según su tipo de función |                   |                   |                    |          | Uso del silencio                     |                        |                        |
|  | Auxiliar         | Programática | Protagonista | ¿Cómo se presenta?               | Estilo de locución | ¿Cómo se presenta? |                 |               |                            | ¿Cómo se presenta?                      |                   |                   |                    |          | ¿Cómo se presenta?                   |                        |                        |
|  |                  |              |              |                                  |                    | Intensidad         | Ritmo           | Pronunciación | Efecto de sonido en la voz | Función ambiental o descriptiva         | Función expresiva | Función narrativa | Función ornamental | No posee | El Silencio como abstenerse a hablar | El silencio como pausa | El silencio como ruido |
| <b>Módulo 1 - La Psicología del logro.</b>           | 0                | 0            | 0            |                                  | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| <b>Módulo 2 - Leyes mentales</b>                     | 0                | 0            | 0            |                                  | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| <b>Módulo 3 - Liberando potencial</b>                | 0                | 0            | 0            |                                  | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| <b>Módulo 4 -su cenral de fuerza subconsciente</b>   | 0                | 0            | 0            |                                  | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| <b>Módulo 5 - Estando a cargo de su vida</b>         | 0                | 0            | 1            | Posee una entrada característica | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| <b>Módulo 6 - Eliminando emociones</b>               | 0                | 0            | 0            |                                  | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| <b>Módulo 7 - Liberando sus frenos</b>               | 0                | 0            | 0            |                                  | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| <b>Módulo 8 - El destructor de preocupaciones</b>    | 0                | 0            | 0            |                                  | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| <b>Módulo 9 - Programando su mente para el éxito</b> | 0                | 0            | 1            | Posee una entrada característica | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |
| <b>Módulo 10 - Cambiando su concepto propio</b>      | 0                | 0            | 0            |                                  | Formal             | baja               | natural-hablado | Buena         | No posee                   | 0                                       | 0                 | 0                 | 0                  | 0        | 0                                    | 1                      | 0                      |

|                       |                                 | items                           | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|---------------------------------|---------------------------------|------------|------------|
| Dimensión Referencial | Contenido                       | Familiar                        | 1          | 7.7%       |
|                       |                                 | Laboral                         | 5          | 38.5%      |
|                       |                                 | Social                          | 2          | 15.4%      |
|                       |                                 | Amoroso                         | 1          | 7.7%       |
|                       |                                 | Espiritual                      | 2          | 15.4%      |
|                       |                                 | Académico                       | 1          | 7.7%       |
|                       |                                 | Otro                            | 1          | 7.7%       |
|                       | Fuente                          | Interna                         | 10         | 90.9%      |
|                       |                                 | Externa                         | 1          | 9.1%       |
|                       | Historicidad                    | Tiempo corto                    | 5          | 45.5%      |
|                       |                                 | Tiempo medio                    | 5          | 45.5%      |
|                       |                                 | Tiempo largo                    | 1          | 9.1%       |
|                       | Tipo de anuncio publicitario    | Publicity                       | 0          | 0%         |
| Spot                  |                                 | 0                               | 0%         |            |
| Cuña                  |                                 | 2                               | 20%        |            |
| No presenta           |                                 | 8                               | 80%        |            |
| Dimensión Enunciativa | Estrategia Expresiva            | Lenguaje popular                | 10         | 100.0%     |
|                       |                                 | Lenguaje Emotivo                | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Lengauje atractivo              | 0          | 0%         |
|                       | Tipo de difusión de información | Procedimientos de opinión       | 10         | 50%        |
|                       |                                 | Procedimientos informativoc     | 10         | 50%        |
| Dimensión Estética    | Uso de la música                | Auxiliar                        | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Programática                    | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Protagonista                    | 2          | 100.0%     |
|                       | Uso de la voz                   | Efecto de sonido en la voz      | 0          | 0%         |
|                       | Uso de efectos                  | Función ambiental o descriptiva | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Función expresiva               | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Función narrativa               | 0          | 0%         |
|                       |                                 | Función ornamental              | 0          | 0%         |
|                       |                                 | No usa efectos                  | 0          | 0%         |
|                       | Uso del silencio                | Abstinencia del habla           | 10         | 100.0%     |
| Pausa                 |                                 | 0                               | 0%         |            |
| Ruido                 |                                 | 0                               | 0%         |            |

## ANEXO 11

### Instrumento de recolección de datos ficha de observación

| FICHA DE OBSERVACIÓN DE PODCASTING PERUANO |                              |    |    |    |    |    |           |                           |              |             |           |                          |         |
|--|------------------------------|----|----|----|----|----|-----------|---------------------------|--------------|-------------|-----------|--------------------------|---------|
| PODCAST                                    | ¿SE UBICA DENTRO DEL TOP 10? |    |    |    |    |    | DURACIÓN  | CONTENIDO TEMÁTICO        | FORMATO      |             |           | TIPOS DE REPRODUCCIÓN    |         |
|  | OCTUBRE                      |    |    |    |    |    |           |                           | CONVERSACIÓN | INFORMATIVO | NARRATIVO | PARA PLATAFORMA DE AUDIO | PODCAST |
|  | 21                           | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |           |                           |              |             |           |                          |         |
| Caso 63                                    | SI                           | SI | SI | SI | SI | SI | 20 min    | Viajeros en el tiempo     | NO           | NO          | SI        | SI                       | SI      |
| Estas Rica                                 | SI                           | SI | SI | SI | SI | SI | 20 min    | Autosuperación            | NO           | SI          | NO        | SI                       | SI      |
| Psicología al Desnudo I @psi.mammoliti     | SI                           | SI | SI | SI | SI | SI | 24 min    | Emociones                 | NO           | SI          | NO        | SI                       | SI      |
| Hablando Huevadas                          | SI                           | SI | SI | SI | SI | SI | 1h 25 min | Stand up comedy           | SI           | NO          | NO        | SI                       | SI      |
| El Narrador de Cuentos (Audio Latino)      | SI                           | SI | SI | SI | SI | SI | 23 min    | Cuentos legendarios       | NO           | NO          | SI        | SI                       | NO      |
| Seminario fénix - Brian Tracy              | SI                           | SI | SI | SI | SI | SI | 30 min    | Consejos sobre superación | NO           | SI          | NO        | SI                       | NO      |
| DESAHUEVATE                                | SI                           | SI | SI | SI | SI | SI | 20 min    | Consejos de superación    | NO           | SI          | NO        | SI                       | SI      |
| Relatos de la noche                        | NO                           | NO | NO | SI | NO | SI | 25 min    | Historias de terror       | NO           | NO          | SI        | SI                       | SI      |
| Cuestión de cuestionar                     | SI                           | SI | NO | NO | NO | NO | 45 min    | Autoayuda                 | SI           | SI          | NO        | SI                       | SI      |
| El Podcast de Marian Rojas Estapé          | NO                           | NO | NO | NO | NO | SI | 20 min    | Salud mental              | NO           | SI          | NO        | SI                       | SI      |

## ANEXO 12. Fichas de validación

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN



**UPAO**

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTEÑOR ORREGO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PROGRAMA APOYO AL DESARROLLO DE LA TESIS (PADT)

#### FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

##### INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la calificación correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem, considerando en los criterios de evaluación la escala del 1 al 4.

| ÍTEM                            | COHE-<br>RENCIA   | CLARI-<br>DAD | RELE-<br>VANCIA | OBSERVACIONES |  |
|---------------------------------|---|---------------|-----------------|---------------|--|
| <b>DIMENSIÓN 1: REFERENCIAL</b> |   |               |                 |               |  |
| 1                               | Nombre del episodio   | 4             | 4               | 4             |  |
| 2                               | Fecha de publicación  | 4             | 4               | 4             |  |
| 3                               | Duración en min. del episodio   | 4             | 4               | 4             |  |
| 4                               | Tema general del episodio   | 4             | 4               | 4             |  |
| 5                               | Sub temas   | 4             | 4               | 4             |  |
| 6                               | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos?                          | 4             | 4               | 4             |  |
| 7                               | ¿De qué fuente se extrae el contenido que presentan?                                  | 4             | 4               | 4             |  |
| 8                               | ¿Qué historicidad presentan los contenidos y cómo se da?                              | 4             | 4               | 4             |  |
| 9                               | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? | 4             | 4               | 4             |  |
| ÍTEM                            | COHE-<br>RENCIA   | CLARI-<br>DAD | RELE-<br>VANCIA | OBSERVACIONES |  |
| <b>DIMENSIÓN 2: ENUNCIATIVA</b> |   |               |                 |               |  |
| 10                              | Episodio  | 4             | 4               | 4             |  |
| 11                              | Estrategias expresivas que presenta el episodio                                       | 4             | 4               | 4             |  |
| 12                              | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor                 | 4             | 4               | 4             |  |
| TOTAL                           |   |               |                 |               |  |
| <b>DIMENSIÓN 3: ESTÉTICA</b>    |   |               |                 |               |  |
| 13                              | Episodio  | 4             | 4               | 4             |  |
| 14                              | Estrategias expresivas que presenta el episodio                                       | 4             | 4               | 4             |  |
| 15                              | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor                 | 4             | 4               | 4             |  |
| TOTAL                           |   |               |                 |               |  |



# UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO  
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 PROGRAMA APOYO AL DESARROLLO DE LA TESIS (PADT)

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Nombre de juez experto:  | Carlos Roberth Quiroz Castrejón   |
| Profesión                | Docente Pregrado y Posgrado / Asesor en Gestión de Marketing e Innovación Digital   |
| Grado académico          | Magister en Administración con especialidad en Marketing                            |
| Institución donde labora | UPAO / Esfera   |
| Cargo                    | Docente / Ceo Esfera  |
| Fecha de validación      | 26 de Octubre del 2022  |
| Firma                    |  |



# UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO  
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 PROGRAMA APOYO AL DESARROLLO DE LA TESIS (PADT)

### INFORME DE LA VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo Carlos Roberth Quiroz Castrejón, identificado con DNI26717456, de profesión Docente Pregrado y Posgrado / Asesor en Gestión de Marketing e Innovación Digital; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento correspondiente a la investigación titulada: cuyo autor es el señor (ta) (ta). Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

| Criterios  | Valoración |       |         |            |
|--|------------|-------|---------|------------|
|  | Excelente  | Buena | Regular | Deficiente |
| Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.                         | x          |       |         |            |
| Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.                  | x          |       |         |            |
| Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento. | x          |       |         |            |

Por tanto, la valoración global del instrumento es (Marque con una X):

| Deficiente | Regular | Buena | Muy buena | Excelente |
|------------|---------|-------|-----------|-----------|
|            |         |       |           | x         |



## FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**INSTRUCCIONES:**

Coloque en cada casilla la calificación correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem, considerando en los criterios de evaluación la escala del 1 al 4.

| ÍTEM                            |   | COHE-<br>RENCIA | CLARI-<br>DAD | RELE-<br>VANCIA | OBSERVACIONES  |
|---------------------------------|---|-----------------|---------------|-----------------|--|
| <b>DIMENSIÓN 1: REFERENCIAL</b> |   |                 |               |                 |  |
| 1                               | Nombre del episodio   | 4               | 4             | 4               | La propuesta del autor que han utilizado (Rivadeneira, 2020), está basado en los postulados de María Cristina Mata (Análisis del discurso radiofónico), autora que incluso describe la dimensión estructural. Revisar otros autores, incluyendo la mencionada para contrastar las categorías conceptuales. Incluso pueden revisar la tesis de licenciatura de quien suscribe (Carlos Celi Arévalo, 1997). Los ítems han sido generalizados. El ítem 3 corresponde a la estructura y no al referente. |
| 2                               | Fecha de publicación  | 4               | 4             | 4               |  |
| 3                               | Duración en min. del episodio   | 1               | 1             | 1               |  |
| 4                               | Tema general del episodio   | 4               | 4             | 4               |  |
| 5                               | Sub temas   | 4               | 4             | 4               |  |
| 6                               | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos?                          | 1               | 1             | 3               |  |
| 7                               | ¿De qué fuente se extrae el contenido que presentan?                                  | 4               | 4             | 4               |  |
| 8                               | ¿Qué historicidad presentan los contenidos y cómo se da?                              | 4               | 4             | 4               |  |
| 9                               | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? | 1               | 1             | 1               |  |
| <b>TOTAL</b>                    |   | <b>27</b>       | <b>27</b>     | <b>29</b>       |  |
| <b>DIMENSIÓN 2: ENUNCIATIVA</b> |   |                 |               |                 |  |
| 10                              | Episodio  | 2               | 2             | 2               | La propuesta del autor que han utilizado (Rivadeneira, 2020), está basado en los postulados de María Cristina Mata (Análisis del discurso radiofónico). Debería especificarse los puntos 11 y 12.  |
| 11                              | Estrategias expresivas que presenta el episodio                                       | 2               | 2             | 2               |  |
| 12                              | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor                 | 2               | 2             | 2               |  |
| <b>TOTAL</b>                    |   | <b>6</b>        | <b>6</b>      | <b>6</b>        |  |
| <b>DIMENSIÓN 3: ESTÉTICA</b>    |   |                 |               |                 |  |
| 13                              | Episodio  | 2               | 2             | 2               | La propuesta del autor que han utilizado (Rivadeneira, 2020), está basado en los postulados de María Cristina Mata (Análisis del discurso radiofónico). Debería especificarse los puntos 14 y 15.  |
| 14                              | Estrategias expresivas que presenta el episodio                                       | 2               | 2             | 2               |  |
| 15                              | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor                 | 2               | 2             | 2               |  |
| <b>TOTAL</b>                    |   | <b>6</b>        | <b>6</b>      | <b>6</b>        |  |



# UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO  
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 PROGRAMA APOYO AL DESARROLLO DE LA TESIS (PADT)

Evaluado por:

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Nombre de juez experto:  | CARLOS ALBERTO CELI ARÉVALO  |
| Profesión                | COMUNICADOR SOCIAL   |
| Grado académico          | MAESTRÍA   |
| Institución donde labora | UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO   |
| Cargo                    | DOCENTE  |
| Fecha de validación      | 08/11/2022   |
| Firma                    |  |



# UPAO

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO  
 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
 PROGRAMA APOYO AL DESARROLLO DE LA TESIS (PADT)

### INFORME DE LA VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo, CARLO ALBERTO CELI ARÉVALO, identificado con DNI 18030045, de profesión COMUNICADOR SOCIAL; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento MATRIZ DE OBSERVACIÓN correspondiente a la investigación titulada: **Podcasting peruano: Análisis de contenido de los 10 primeros Podcasts de Spotify, 2022**, cuyas autoras son las señoritas Gastañadui Cruz, Lucía de los Ángeles y La Torre Moreno, Lorena Patricia. Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

| Criterios  | Valoración |       |         |            |
|--|------------|-------|---------|------------|
|  | Excelente  | Buena | Regular | Deficiente |
| Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.                         |            | X     |         |            |
| Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.                  |            | X     |         |            |
| Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento. |            | X     |         |            |

Por tanto, la valoración global del instrumento es (Marque con una X):

| Deficiente | Regular | Buena | Muy buena | Excelente |
|------------|---------|-------|-----------|-----------|
|            |         | X     |           |           |



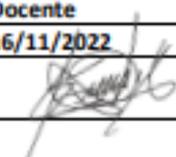
## FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla la calificación correspondiente al aspecto cualitativo que le parece que cumple cada ítem, considerando en los criterios de evaluación la escala del 1 al 4.

| ÍTEM                            | COHE-<br>RENCIA   | CLARI-<br>DAD | RELE-<br>VANCIA | OBSERVACIONES |  |
|---------------------------------|---|---------------|-----------------|---------------|--|
| <b>DIMENSIÓN 1: REFERENCIAL</b> |   |               |                 |               |  |
| 1                               | Nombre del episodio   | 4             | 4               | 4             |  |
| 2                               | Fecha de publicación  | 4             | 4               | 4             |  |
| 3                               | Duración en min. del episodio   | 4             | 4               | 4             |  |
| 4                               | Tema general del episodio   | 4             | 4               | 4             |  |
| 5                               | Sub temas   | 4             | 4               | 4             |  |
| 6                               | ¿Cómo se presentan los contenidos en los siguientes ámbitos?                          | 4             | 4               | 4             |  |
| 7                               | ¿De qué fuente se extrae el contenido que presentan?                                  | 4             | 4               | 4             |  |
| 8                               | ¿Qué historicidad presentan los contenidos y cómo se da?                              | 4             | 4               | 4             |  |
| 9                               | ¿Tipo de anuncios publicitarios que presenta (describir formato y tipo de productos)? | 4             | 4               | 4             |  |
| ÍTEM                            | COHE-<br>RENCIA   | CLARI-<br>DAD | RELE-<br>VANCIA | OBSERVACIONES |  |
| <b>DIMENSIÓN 2: ENUNCIATIVA</b> |   |               |                 |               |  |
| 10                              | Episodio  | 4             | 4               | 4             |  |
| 11                              | Estrategias expresivas que presenta el episodio                                       | 4             | 4               | 4             |  |
| 12                              | Tipo de estrategias de difusión de información que presenta el emisor                 | 4             | 4               | 4             |  |
| <b>DIMENSIÓN 3: ESTÉTICA</b>    |   |               |                 |               |  |
| 13                              | Episodio  | 4             | 3               | 3             | En la estética considerar el uso del silencio, planos de presencia, etc. |
| 14                              | Uso de música   | 4             | 3               | 3             |  |
| 15                              | Uso de la voz   | 4             | 3               | 3             |  |
| 16                              | Uso de efectos por función  | 4             | 3               | 3             |  |

### Evaluado por:

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Nombre de juez experto:  | Edgar Leonardo Vásquez Acosta   |
| Profesión                | Comunicador   |
| Grado académico          | Magister  |
| Institución donde labora | UPAO  |
| Cargo                    | Docente   |
| Fecha de validación      | 16/11/2022  |
| Firma                    |  |

## INFORME DE LA VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

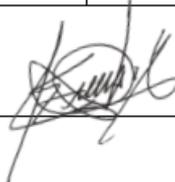
Yo, Edgar Leonardo Vásquez Acosta, identificado con DNI 42126513, de profesión Comunicador; declaro haber revisado, en condición de experto, el instrumento matriz de observación de los podcast peruanos, correspondiente a la investigación titulada: Podcasting peruano: Análisis de contenido de los 10 primeros Podcasts de Spotify, 2022, cuyas autoras son las bachilleras: Gastañadui Cruz Lucía de los Ángeles y La Torre Moreno Lorena Patricia.

Luego de revisar exhaustivamente el documento manifiesto que:

| Criterios  | Valoración |       |         |            |
|--|------------|-------|---------|------------|
|  | Excelente  | Buena | Regular | Deficiente |
| Los ítems son coherentes con la dimensión que está midiendo.                         | X          |       |         |            |
| Los ítems se han redactado con claridad y se comprenden fácilmente.                  |            | X     |         |            |
| Los ítems son relevantes para la investigación y deben mantenerse en el instrumento. | X          |       |         |            |

Por tanto, la valoración global del instrumento es (Marque con una X):

| Deficiente | Regular | Bueno | Muy bueno | Excelente |
|------------|---------|-------|-----------|-----------|
|            |         |       | X         |           |

  
 \_\_\_\_\_

## ANEXO 13:

### TABLA 1

*Categorías del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicado entre mayo a octubre del 2022.*

|                        | F  | %    |
|------------------------|----|------|
| <b>Dramatizado</b>     | 1  | 9%   |
| <b>Relaciones</b>      | 1  | 9%   |
| <b>Salud</b>           | 2  | 18%  |
| <b>Comedia</b>         | 1  | 9%   |
| <b>Cine - TV</b>       | 1  | 9%   |
| <b>Self-help</b>       | 4  | 36%  |
| <b>Entretenimiento</b> | 1  | 9%   |
| <b>TOTAL</b>           | 11 | 100% |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla n°1, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify según su categoría se encuentran en Self – Help con un 36% esto quiere decir que se tocan temas de autoayuda, en segundo lugar, se encuentra la categoría salud con un 18% donde se hablan temas sobre temas de salud mental, y con un 9% se encuentran los podcasts de entretenimiento, cine - TV, comedia, relaciones amorosas y dramatizados.

**TABLA 2**

*Frecuencia del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicado entre mayo a octubre del 2022.*

|                                 |                  | <b>F</b> | <b>%</b>   |
|---------------------------------|------------------|----------|------------|
| <b>FRECUENCIA DE PRODUCCIÓN</b> | <b>PERIÓDICA</b> | <b>4</b> | <b>40%</b> |
|                                 | <b>REGULAR</b>   | <b>6</b> | <b>60%</b> |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla n°2, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify con respecto a su frecuencia de producción es regular con un 60%, subiendo su contenido a la plataforma semanalmente, y con un 40% se encuentra su frecuencia periódica los cuales suelen subir su contenido mensualmente o anual.

**TABLA 3**

*Producción del tipo de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicado entre mayo a octubre del 2022.*

|                        |        | F             | % |     |
|------------------------|--------|---------------|---|-----|
| PRODUCCIÓN DEL PODCAST |        | NO PODCAST    | 2 | 10% |
|                        |        | REFURBISHED   | 2 | 10% |
|                        |        | HÍBRIDOS      | 7 | 33% |
|                        | NATIVO | PROFESIONALES | 7 | 33% |
|                        |        | AMATEUR       | 3 | 14% |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla n°3, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify según su tipo de producción nativo - profesionales e híbridos es de un 33%, caracterizándose el primero por presentar una estructura y/o secuencia planificada previamente y el segundo por poseer programas pre grabados. En segundo lugar, la producción nativo – amateur con un 14%, se caracteriza por que su contenido es solo por afición subiendo contenido de dramatizados pre grabados. Por último, refurbished y no podcast con un 10%, donde el primero es adaptado al podcast tales como los stands up y el segundo se refiere al contenido publicado que no posee ninguna característica de podcast como los dramatizados narrativos.

#### TABLA 4

*Tipo de formato de producción de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify.*

|                |                  | F        | %   |
|----------------|------------------|----------|-----|
| FORMATO SONORO | DRAMATIZADOS     | 2        | 18% |
|                | EXPLICATIVOS     | 6        | 55% |
|                | NOTICIAS DIARIAS | 0        | 0%  |
|                | DOCUMENTALES     | 0        | 0%  |
|                | DE CONVERSACIÓN  | SHOWCAST | 1   |
|                | GABFEST          | 2        | 18% |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify , de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla n°4, el tipo de formato de producción predominante los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify dentro de su formato sonoro, es el explicativo con un 55%, enfocándose en temas del ámbito social, resolución de conflictos, autoayuda para ser ampliados por el o los conductores. En segundo lugar, los dramatizados y los de conversación – gabfest con un 18% respectivamente, caracterizándose el primero por presentar series narrativas o cuentos previamente grabados para televisión. Y el segundo mediante conversaciones entre locutores con la participación del público y entrevistas a los invitados.

En tercer lugar, el tipo de conversación showcast con un 9% resaltado la estructuración de un show de comedia.

Finalmente, dentro de los 10 primeros podcasts no se observa el uso de los formatos documentales y noticias.

**TABLA 5**

*Contenido en la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify.*

|           |                     | F  | %      |
|-----------|---------------------|----|--------|
| CONTENIDO | HISTORIA DE FICCIÓN | 20 | 15.15% |
|           | LABORAL             | 9  | 6.82%  |
|           | SOCIAL              | 50 | 37.88% |
|           | AMOROSO             | 17 | 12.88% |
|           | SOBRENATURAL        | 13 | 9.85%  |
|           | ACADÉMICO           | 1  | 0.76%  |
|           | SALUD MENTAL        | 22 | 16.67% |

Nota: La figura tabla el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla 5, los contenidos de los 10 primeros podcasts son mayoritariamente de tipo social con un 37.88% donde se tratan problemas coyunturales o de tendencias, en segundo lugar, el contenido es sobre salud mental con un 16.67% tomando temas como ansiedad, depresión y dependencia emocional. Con un 15.15% se posiciona en un tercer lugar el tipo historia de ficción donde resaltan los dramatizados y programas adaptables para las familias. En cuarto lugar, el contenido amoroso con un 12.88% respectivamente, tratando de experiencias y consejos para relaciones amorosas. Así mismo el contenido sobrenatural obtuvo un 9.63%, caracterizándose por tocar experiencias sobrenaturales, un 6.82% obtuvo la sección laboral el cual explica sobre métodos de superación y consejos de cómo lidiar con los ambientes laborales. Por último, el contenido académico obtuvo un 0.74%, donde se mencionó formas y tips de estudio.

## TABLA 6

*Fuentes de la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.*

|                      |          | F  | %      |
|----------------------|----------|----|--------|
| FUENTE QUE SE EXTRAE | INTERNAS | 69 | 68.32% |
|                      | EXTERNAS | 32 | 31.68% |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla n°6 los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify según sus fuentes internas con un 68.32%, se caracterizan por comentarios o información personal, en segundo lugar, las fuentes externas obtuvieron un 31.68% basándose en información de diversos autores.

## TABLA 7

*Historicidad la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.*

|              |              | F  | %      |
|--------------|--------------|----|--------|
| HISTORICIDAD | TIEMPO CORTO | 16 | 15.84% |
|              | TIEMPO MEDIO | 62 | 61.39% |
|              | TIEMPO LARGO | 23 | 22.77% |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla 7, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano se caracterizan por poseer un tiempo medio de un 61.39% los cuales duran entre 15 minutos con 01 segundo hasta 30 minutos. Mientras que los podcasts de tiempo medio largo, con un 22.7% ocupan el segundo lugar caracterizándose por durar entre 30 minutos con 1 segundo a más. Por último, el tiempo corto obtuvo un 15.84% durando 0 segundos a 15 minutos.

## TABLA 8

*Tipo de anuncio publicitario en la dimensión referencial de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify.*

|                                |             | F  | %      |
|--------------------------------|-------------|----|--------|
| TIPO DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS | PUBLICITY   | 7  | 7.53%  |
|                                | SPOT        | 3  | 3.23%  |
|                                | CUÑAS       | 34 | 36.56% |
|                                | NO PRESENTA | 49 | 52.69% |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla 8 los podcasts más preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify no presentan contenido publicitario con un 52.69%, en segundo lugar, se posicionan las cuñas con un 36.56%, haciendo promoción al mismo podcast, en tercer lugar, se encuentran los contenidos publicity, con un 7.53%, que dentro del mismo podcast mencionan marcas como restaurantes y libros mencionando marcas. Finalmente se utiliza el Spot publicitario, cuenta con un 3.23% donde hacen mención a algunos productos de consumo.

## TABLA 9

*Estrategias expresivas en la dimensión enunciativa de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.*

|                      |                    | F  | %     |
|----------------------|--------------------|----|-------|
| ESTRATEGIA EXPRESIVA | LENGUAJE POPULAR   | 66 | 36.7% |
|                      | LENGUAJE EMOTIVO   | 59 | 32.8% |
|                      | LENGUAJE ATRACTIVO | 55 | 30.6% |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla 9, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano poseen un lenguaje popular dando como resultado un 36.7%, mediante la lengua informal y natural, en segundo lugar, el lenguaje emotivo con un 32.8%, a través entonación lenta y precisa, por último, en tercer lugar, se encuentra el lenguaje atractivo con un 30.6%, caracterizando su carisma.

**TABLA 10**

*Estrategias de difusión en la dimensión enunciativa de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.*

|                         |                                    | F  | %     |
|-------------------------|------------------------------------|----|-------|
| ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN | <b>PROCEDIMIENTOS DE OPINIÓN</b>   | 69 | 53.1% |
|                         | <b>PROCEDIMIENTOS INFORMATIVOS</b> | 61 | 46.9% |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla n°10, los 10 primeros podcasts preferidos por el público, en primer lugar, se posicionan las estrategias de difusión de opinión con un 53.1%, mediante anécdotas o experiencias propias, asimismo, en segundo lugar, los procedimientos informativos con un 46.9% brindando contenido importante e informativo.

**TABLA 11**

*Uso de la música en la dimensión estética de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.*

|                  |              | <b>F</b>  | <b>%</b>     |
|------------------|--------------|-----------|--------------|
| USO DE LA MÚSICA | AUXILIAR     | <b>66</b> | <b>57.9%</b> |
|                  | PROGRAMÁTICA | <b>16</b> | <b>14%</b>   |
|                  | PROTAGONISTA | <b>32</b> | <b>28.1%</b> |

Nota: La tabla muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla11, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify se caracterizan en poseer música auxiliar con un 57.9%, reproduciendo música variada de fondo, asimismo, en segundo lugar, la música protagonista con un 28.1%, usando canciones de entrada y salida. Así mismo en tercer lugar, se encuentra la música programática con un 30.6%, apareciendo en el momento exacto de la locución.

**TABLA 12**

*Uso de efectos en la dimensión estética de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.*

|                      |                    | <b>F</b>  | <b>%</b>     |
|----------------------|--------------------|-----------|--------------|
| <b>USO DE EFECTO</b> | FUNCIÓN AMBIENTAL  | <b>30</b> | <b>18.8%</b> |
|                      | FUNCIÓN EXPRESIVA  | <b>30</b> | <b>18.8%</b> |
|                      | FUNCIÓN NARRATIVA  | <b>30</b> | <b>18.8%</b> |
|                      | FUNCIÓN ORNAMENTAL | <b>50</b> | <b>31.3%</b> |
|                      | NO POSEE           | <b>20</b> | <b>12.5%</b> |

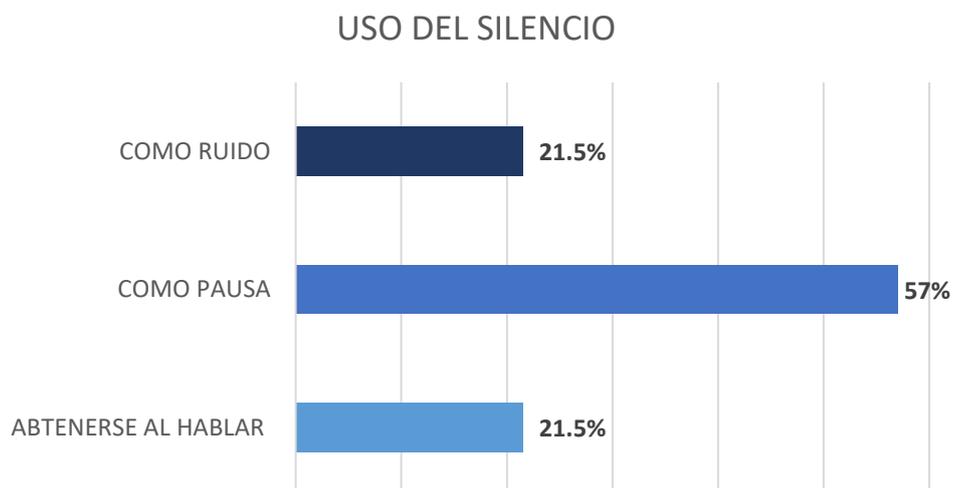
Nota: La figura tabla el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla12, los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify notoriamente poseen efectos con función ornamentales con un 31.3%, reforzando el ambiente en cada acción, asimismo, en segundo lugar, las funciones narrativas, expresivas y ambientales con un 18%, donde el primero refiere una acción determinada, el segundo a connota a una reacción afectiva como sorpresa, tristeza o emoción y el tercero forma parte de la acción. Por último, el 12.5% no posee efectos.

### TABLA Y GRÁFICO 13

*Contenido en la dimensión estética de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify, publicados entre mayo a octubre del 2022.*

|                  |                     | F  | %     |
|------------------|---------------------|----|-------|
| USO DEL SILENCIO | ABTENERSE AL HABLAR | 20 | 21.5% |
|                  | COMO PAUSA          | 53 | 57%   |
|                  | COMO RUIDO          | 20 | 21.5% |



Nota: La tabla y figura muestra el resultado de los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en Spotify, de mayo – octubre del 2022. Fuente: Elaboración propia (2022).

Como se aprecia en la tabla y figura n°13 los 10 primeros podcasts preferidos por el público peruano en la plataforma Spotify se caracterizan en caracterizar al uso del silencio como pausa en un 57%, mediante la falta de silencio natural, asimismo, en segundo lugar, la abstención al hablar y como ruido en un 21.5%.