



## Coloquio internacional : Universités Paris Cité et Université de Strasbourg, 4 y 5 de junio 2026, CERLIS, SAGE, GRER

### El podcast: ¿nuevo formato o continuidad y reinención de la radio?

El podcast es un nuevo medio surgido en la década de 2000 y que, en los últimos años, ha experimentado el mayor crecimiento entre los formatos sonoros (música y radio). En 2024, según Médiamétrie<sup>1</sup>, más de uno de cada tres franceses (38 %) afirma escuchar podcasts de radio al menos una vez al mes y el 21% escucha podcasts nativos exclusivamente digitales. El 43 % de los oyentes más jóvenes (15-24 años), escucha podcast de radio y el 44 % podcasts nativos digitales<sup>2</sup>. Este cambio en los hábitos de consumo de audio contrarresta la tendencia a la disminución del tiempo de escucha de la radio tradicional. En veinte años, el podcast, impulsado por el auge de Internet, que ha permitido la expansión del ámbito audio, la aparición de nuevas tecnologías, la democratización de los instrumentos de producción del audio y la aparición de formatos inéditos (Deleu, 2012), se fue progresivamente afirmando como un objeto cultural completo (Waldmann, 2025), actualmente integrado al vasto campo de otros bienes culturales como la música, las series de televisión y el cine. El podcast, sobre todo, junto a la radio, ocupa un lugar en el contexto mediático (Brachet, 2009) en tanto que prolongación o alternativa cuando se trata específicamente de podcast nativo digital y parece innovar por su disponibilidad y su individualización. Con relación a la radio, el podcast ha llegado a Francia como novedad (el llamado podcast nativo digital) y como prolongación de la radio (el podcast de redifusión).

En Estados Unidos, el podcast se presenta como la innovación que ha salvado a la radio, descrita como moribunda (Biewen y Dilworth, 2017), y se ha convertido en un objeto de investigación completo y autónomo (Berry, Llinares y Fox, 2018; Verma, 2024). Este coloquio propone abordar las relaciones entre este nuevo medio y la radio, sus programas y sus prácticas.

### Eje 1 Historia y evolución del podcast

Se aceptarán comunicaciones sobre los orígenes y la historia del podcast. Aunque la fecha del uso del término «podcast» puede situarse con bastante precisión (su autoría se atribuye, a menudo, al periodista del diario Guardian Ben Hammersley y remonta a 2004) [Berry, 2006; 2015; Volcler, 2018], volver a trazar todas las etapas que permitieron su aparición parece más complejo. Antes de que surgiera el término, ya era posible descargar archivos audio.

Siguiendo los derroteros establecidos por las investigaciones de Volcler (2018), resulta relevante examinar ciertas experiencias pioneras —como la saga MP3— con el fin de identificar las producciones de podcast anteriores a 2004, analizar las denominaciones adoptadas, las estructuras que las sustentaron y el público al que se dirigieron, e insertar el podcast en la historia de las nuevas tecnologías. Esto incluye el desarrollo de Internet para el público general y la democratización y

<sup>1</sup> Empresa francesa especializada en la medición y análisis de audiencias de medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales.

<sup>2</sup> Médiamétrie, Global Audio 2024 - étude menée en ligne auprès de 4 015 individus, représentatifs de la population française de 15 à 80 ans. <https://www.mediametrie.fr>

apropiación de los instrumentos de producción sonora, abordados desde una perspectiva internacional (Crook, 1999).

También será pertinente trazar la historia del podcast desde principios de los años 2000. ¿Es ya posible identificar etapas en la reciente historia del podcast, para explicar su evolución y comprender mejor las particularidades de su desarrollo?

Estas ponencias podrán abordar podcasts de todo tipo (nativos o de redifusión), ya sean de contenido mediático, académico, institucional o de marca y replantear la definición misma, ya que la noción de podcast se utiliza hoy en día incluso para describir producciones que incluyen imágenes. También se dará espacio a los retos que plantea el archivo de los podcast, ya que una de las cuestiones es saber qué pasó desde la aparición del podcast y cómo se archivan (o no) los podcasts en la actualidad (Morris, Hoyt, 2021).

## **Eje 2** Especificidades del podcast: accesibilidad, formato, narración, serialidad e intimidad

El podcast tiene la particularidad de ser un nuevo medio de comunicación y, al mismo tiempo, tener muchos puntos en común con la radio, con la cual comparte la dimensión sonora. Las ponencias podrán basarse en una perspectiva comparativa y poner de relieve cómo el podcast se distingue de la radio (y de otros modos de difusión de contenidos sonoros) y / o cómo redefine algunas de las especificidades de la radio.

Si bien ya era posible escuchar la radio de modo no lineal gracias a las cintas magnéticas (casetes) y a los aparatos de grabación, los podcasts son mucho más accesibles gracias a los nuevos soportes materiales (ordenadores, teléfonos, relojes, etc.). Del mismo modo, a menudo se atribuyen al podcast características que ya se asociaban a la radio: intimidad, fluidez (Deleu, 2006; Beccarelli, 2021).

Sin duda, esto responde a la voluntad de dar visibilidad a los contenidos, diferenciarse de la radio y reforzar su legitimidad como nuevo medio de comunicación. Sin embargo, el podcast también (re)inventa una dimensión serial y la noción de intimidad, especialmente en sus modos de dirigirse a la audiencia.

El podcast ofrece también nuevas narrativas (especialmente en el ámbito del periodismo y la ficción) y nuevos modos de investigación (Berry y Llinares, 2018). De manera similar, se percibe claramente que el podcast contribuye a ampliar el espacio público, tal como lo hiciera antes la radio (con la aparición de las radios “piratas” (no autorizadas) en la década de 1970 (Lefebvre y Poulain, 2016), al dar prioridad a determinados contenidos ausentes o menos presentes en la radio. Sin embargo, las diferentes modalidades de distribución de podcast permiten una difusión mucho más amplia que la radio, y estos contenidos escapan, en parte, a las instancias reguladoras. Por lo tanto, hoy en día, el principal reto es más la necesidad de dar a conocer los contenidos que la lucha por lograr hacerlos públicos. Estos contenidos también están influenciados por los modos de recepción, que han evolucionado, así como por las redes sociales, que también forman parte del proceso de producción. Las contribuciones podrán abordar estas características, con el fin de resaltar mejor todos los aportes del podcast.

## **Eje 3:** El ecosistema del podcast y su relación con las radios

Las cartografías existentes acerca de los actores del podcast son, ante todo, descriptivas (Hurard y Phoyu-Yedid, 2020, CosaVostra, 2024).

Las relaciones profesionales y sociales entre los autores, los estudios y los productores de medios, por un lado, y los proveedores de alojamiento (Hosting), las redes de distribución y las plataformas de escucha, por otro, comienzan a ser descritas (Thuillas y Wiart, 2023; Wiart, 2023).

Varios actores profesionales y académicos contribuyen a esta labor de exploración, proponiendo censos y cartografías, pero este proceso está lejos de haber terminado (para obtener una visión general,

véase Lesaunier (2023), Mercier, Di Sciullo y Lesaunier (2022) a través del Obcast (Observatorio del podcast) y, en el ámbito profesional, véase Podcast Magazine y La lettre pro de la radio et du podcast). De manera paralela, el Arcom<sup>3</sup> y el Ministerio de Cultura crearon en 2022 el Observatorio de los Podcasts, que se dedica a describir el ecosistema y los actores de este sector (Cartografía del ecosistema de los podcasts y sus actores, Arcom, 2024, Volumen y características de la oferta de podcasts francófonos, Arcom, 2025).

En el ámbito de la producción de podcasts en Francia, se pueden identificar cuatro actores principales. En primer lugar, se encuentran las emisoras de radio tradicionales, y Arte Radio, una radio exclusivamente digital. En segundo lugar, las grandes empresas de producción y las plataformas especializadas: Binge, Nouvelles Écoutes, Slate y Louie Media, entre otras. A esto se suma la prensa, representada por medios como *Les Echos* y *Le Monde* (Deleu, 2025). y finalmente, los periodistas *freelance* y otros profesionales independientes, como Julien Cernobori y Samia Basille, constituyen el grupo más numeroso.

El servicio público Radio France ocupa un lugar central en Francia por su inversión en este nuevo medio de comunicación

Incentivamos la presentación de ponencias que examinen las relaciones entre estos cuatro actores. ¿Cómo se estructura este nuevo ecosistema de los podcasts? ¿Cuál es su grado de integración o fragmentación? ¿Cuáles son sus relaciones de dependencia o independencia respecto a la radio como medio de comunicación clásico?

#### **Eje 4 Podcasters: origen, trayectoria, intenciones, condiciones de trabajo y relación con la radio**

A primera vista, el mundo de la producción de podcasts se presenta como un ámbito difícil de delimitar en términos estrictamente profesionales debido a la abundancia de autoras y autores quienes, en su mayoría, son no profesionales o no declarados de alguna manera a través de un estatus jurídico común o un distribuidor común. La mayoría de los podcasters son aficionados no remunerados quienes suelen tener una segunda actividad (productores o productoras de proyectos, periodistas, ingenieros de sonido, trabajadores sociales, profesores o profesoras, entrenadores, actores o actrices, asesores o asesoras, profesionales del ámbito paramédico, entre otros)

Son muy pocos los que reciben financiamiento por parte de empresas o instituciones. Según trabajen para un estudio privado independiente (Binge, Nouvelles Écoutes, etc.), para Arte Radio o para un estudio integrado en una emisora de radio (Europe 1, ICI/France Bleue) (Schmitt et al., 2025), sus vínculos con la radio varían. Esta situación es particularmente específica en Radio France, ya que los autores de podcasts son, en primer lugar, autores de programas de radio; ocupan funciones de productores o productoras, periodistas o incluso realizadores o realizadoras

La formación en periodismo y la actividad regular para un medio de comunicación estructuran la identidad profesional en torno a la figura del periodista. Por el contrario, la distancia con las instituciones mediáticas favorece la identidad subjetiva del podcaster independiente, en una proximidad que sin duda se acerca más a la del «creador» que a la del «intelectual» (Glevarec, 2001; Schmitt et al., 2025). La ausencia de un marco legal para esta profesión (Smati y Ricaud, 2017) contribuye a la inestabilidad de las identificaciones. La actividad de podcaster independiente, en tanto que profesión solitaria con una escasa objetivación del éxito y el valor, que no se ve compensada por las interacciones con el ámbito profesional de trabajo, sigue siendo un tema importante de estudio. ¿Qué sucede con la participación, según la variable de género en la producción del podcast nativo

---

<sup>3</sup> Creada el 1 de enero de 2022, la Autoridad Reguladora de la Comunicación Audiovisual y Digital (ARCOM) surge de la fusión del Consejo Superior de la Audiovisual (CSA), creado en 1989, y de la Alta Autoridad para la Difusión de Obras y la Protección de los Derechos en Internet (Hadopi), creada en 2009. Es la entidad encargada de regular y supervisar los sectores de la comunicación audiovisual y digital en Francia. Su misión incluye la gestión de los derechos de autor, la protección de las audiencias, la regulación de los contenidos y la supervisión del acceso a las plataformas digitales, como las cadenas de televisión, las emisoras de radio y los servicios de transmisión en línea

digital? ¿Es posible constatar una modificación del conocido desequilibrio de la representación de hombres y mujeres en el ámbito radiofónico tradicional (Larochelle, 2025; Bazin y Lezer, 2024)?

## Eje 5 Recepción del podcast y de los formatos radiofónicos y de audio en general

Sabemos que la radio ha experimentado un descenso en su audiencia durante los últimos veinte años debido al auge de Internet y los contenidos que ha generado: acceso a música, primero pirateada y posteriormente, en streaming, y también por el fácil, acceso a vídeos en directo y en diferido en plataformas (YouTube, Twitch) o redes sociales. La audiencia juvenil se ha ido alejando progresivamente de la radio como único medio de comunicación que ofrece música y programas «relevantes», es decir, programas que les interesan, como los programas de radio de micrófono abierto: (participación directa de los oyentes) (Glevarec, 2005). Si desde el punto de vista de la radio, esta disminución de la audiencia se considera una pérdida de oyentes, desde un punto de vista sociológico, se interpreta en el contexto de un cambio de ecosistema que ha tenido como efecto la dispersión de una audiencia y la consiguiente atención que antes estaban capturadas y monopolizadas por un medio de comunicación hegemónico (Glevarec y Pinet, 2009). El podcast forma parte de este nuevo entorno. En comparación con la radio, la escucha de podcasts se distribuye más en otros contextos: transporte público, desplazamientos y trabajo. En resumen, los podcasts se articulan en torno a los momentos (disponibles) de la vida cotidiana y se oponen a la radio, al igual que la escucha circunstancial se opone a la escucha programada, de ahí la prioridad que se da a los formatos cortos. Los podcasts se escuchan de modo solitario, desde un smartphone, con auriculares o altavoces. Las recomendaciones de familiares y amigos son el principal vector de descubrimiento, lo que tiende a inscribirlos de nuevo en el campo de la particularización <sup>4</sup> Podemos plantear una hipótesis de relevancia para el podcast y la radio: que las escuchas están motivadas por una fuerte singularización socio biográfica («lo que elijo escuchar me dice algo, me concierne por razones relacionadas con mi historia personal, etc.») (Glevarec, 2021).

¿Qué ocurre con esta individualización y fragmentación de la audiencia? ¿Quiénes son, respectivamente, los y las oyentes de podcasts? ¿Qué escuchan? ¿Cuáles son las razones de sus escuchas privilegiadas? ¿Establecen una diferencia entre podcasts y programas de radio? Con respecto al estudio de esas cuestiones las propuestas serán bienvenidas

## MODALIDADES

Las propuestas deberán presentarse en francés, inglés o español a más tardar el 19 de diciembre de 2025. La propuesta deberá incluir: un título (y subtítulo), un resumen, entre 5 y 7 palabras clave y la mención de su inclusión en uno o varios de los temas de la convocatoria. Deberá desarrollar la problemática, las hipótesis y las referencias bibliográficas en un máximo de 5000 caracteres. La información personal (nombre, apellidos, institución de pertenencia, estatus, dirección postal y electrónica, teléfono) deberá figurar al principio de la primera página. Las propuestas de comunicación se enviarán a las dos direcciones electrónicas siguientes: [christophe.deleu@unistra.fr](mailto:christophe.deleu@unistra.fr) / [herve.glevarec@cnrs.fr](mailto:herve.glevarec@cnrs.fr) / [secretariatgrer@gmail.com](mailto:secretariatgrer@gmail.com)

Se enviará un acuse de recibo a los autores de las propuestas. Los comités organizador y científico del coloquio llevarán a cabo una evaluación de los proyectos.

Durante el coloquio, las comunicaciones podrán presentarse en francés, inglés o español. Si la comunicación se realiza en inglés o español, deberá ir acompañada obligatoriamente de una presentación visual (tipo PowerPoint o similar) en francés que resuma lo esencial de su contenido.

Las respuestas (aceptaciones, rechazos, solicitudes de modificaciones) se enviarán a los autores a partir del 1 de febrero de 2026. Al finalizar el coloquio, las comunicaciones definitivas que hayan

---

<sup>4</sup> Cf. Les usages du podcast en France, enquête ACPM / CSA Novembre 2024, 18 ans et plus, 2025.

sido recibidas y presentadas serán seleccionadas para su posible publicación. Con este fin, el comité de lectura de la revista llevará a cabo una nueva selección, Todas las propuestas recibidas serán sometidas a una evaluación por pares en doble ciego de acuerdo con las normas comunes a las revistas científicas.

GRER: Página de Facebook: <https://www.facebook.com/greradio>

Cuaderno de investigación RadioGraphy: <http://radiography.hypotheses.org>

Revista RadioMorphoses: <http://www.radiomorphoses.fr>

### **Comité científico**

Lucie Alexis  
Frédéric Antoine  
Henri Assogba  
Marine Beccarelli  
Richard Berry  
Jean-Jacques Cheval  
Stacey Copeland  
Etienne Damome  
Séverine Equoy-Hutin  
Anne-Caroline Fiévet  
Pergia Gkouskou  
Isabelle Guglielmone  
Laurence Laroche  
Marie-Eva Lesaunier  
Virginia Madsen  
Denis Maréchal  
Arnaud Mercier  
Jeremy Wade Morris  
Sébastien Mort  
Natalia Osorio  
Albino Pedroia  
Marta Perrotta  
Sébastien Poulain  
Thibaut de Saint-Maurice  
Olivier Thuillas  
Pascal Ricaud  
Chloé Salles  
Nohza Smati  
John Sullivan  
Ella Waldmann  
Louis Wiat

### **Comité organizador:**

**Dirección del coloquio:** **Christophe Deleu**, Université de Strasbourg (CUEJ/SAGE), et **Hervé Glevarec**, Centre national de la recherche scientifique, CERLIS, Université Paris Cité.