

Podcast crece en América Latina, coinciden periodistas en la FIL

En el marco del XV Encuentro Internacional de Periodistas, analizan la situación del periodismo sonoro

Hacer podcast se convirtió en algo tan fácil como hacer una página web, aunque ha sido difícil que las empresas quieran anunciarse en esa publicidad, dijo el periodista Carlos Puig, Director de la plataforma de podcast “Así como suena”, durante su participación en el panel “Periodismo sonoro: lo que hay que escuchar”, del Encuentro Internacional de Periodistas (EIP).

En este encuentro, que se desarrolla en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), el periodista señaló que, a diferencia de Estados Unidos de América (EUA), donde uno por ciento de los podcasts concentra 80 por ciento de la publicidad, en México, son pocas las plataformas que han podido convertir en negocio.

Dijo que en América Latina la mayoría de las plataformas sonoras se han hecho de manera rústica y con equipos integrados por amigos, y eso ha generado un buen ambiente para que las grandes empresas quieran hacer alianzas.

“Muchos medios están volteando hacia América Latina para hacer plataformas sonoras, pero no tenemos claro cómo debe ser el modelo de negocio. La explosión del podcast en EUA y Europa tuvo que ver con la manera en que se pagan los datos. En América Latina, en México, sobre todo, la enorme cantidad de empresas están obsesionadas con cuidar sus datos”, subrayó Puig.

Puig contó que hacer este medio de comunicación surgió como una idea de un grupo de amigos periodistas de diversos medios de comunicación, que querían contar historias desde lo sonoro. El proyecto inició en 2016 y hasta ahora han generado 220 trabajos con la premisa de hacer trabajo periodístico de calidad que se someta a edición, y cuidar que cada producción sea trabajada de manera cuidadosa.

Es momento de que los países latinos sigan produciendo contenido de la mejor calidad, cuidando la sobrevivencia de los productores y esperando a ver cómo las grandes empresas van moldeando la industria, sin dejar de lado la meta de incrementar las audiencias para estos contenidos.

El Coordinador de Prensa y Comunicación de la Universidad de Guadalajara (UdeG), Víctor Ignacio Dávalos López, moderador del panel, recordó que, de acuerdo con la consultora BWC, en México el podcast ha tenido un crecimiento significativo con 18 millones de consumidores y generó caso 200 millones de pesos en inversión publicitaria en 2018.

La conductora del programa “Así las cosas” en W Radio, Gabriela Warkentin, dijo ser una gran consumidora de podcasts, pero, en general, hay poca gente escuchando este tipo de contenidos debido a

errores que cometen los medios y al desconocimiento.

El grave error que cometen algunos medios es pensar que grabar un audio y poner efectos es hacer un podcast, pero se debe de tener la preparación para crear estos productos informativos que buscan además contar historias que puedan ser interesantes para las audiencias.

“Hacer radio y subir su contenido no es un podcast, porque lo que se dice ahí muere en el momento. Tenemos que entender que hay información e historias que son efímeras y que no tienen vida más allá del momento en el que lo hiciste. La pregunta es qué llevar a una estrategia bajo demanda que tenga una vida más larga. Y creo que el podcast no es sólo subir un audio, sino que es un producto que se contiene a sí mismo, resumido, que busca desarrollar una historia periodística o entretenida, con una narrativa del momento en el que está, que me lo pueda llevar y escucharlo cuando quiera” y no pierda vigencia, enfatizó Warkentin.

Reconoció el esfuerzo de los productores de periodismo sonoro y su resistencia por mantener los proyectos, pues realizar los guiones y manejar lo técnico es un trabajo costoso y elaborado; por ello, es importante crear recursos humanos en las escuelas de periodismo que puedan desarrollar los podcast y audiencias que consuman estos productos y den viabilidad a los proyectos.

“Necesitamos crear audiencia. Una vez que lo escuchas, te enamoras del producto. Yo soy una ávida consumidora de podcasts, todo el día los oigo, porque me encanta que nos cuenten historias. A diferencia de verlas o leerlas, a mí me seduce una buena contadora o un buen contador de historias. Eso es un podcast, es casi como regresar al origen cuando se hacían radionovelas y la gente estaba pegada al aparato de radio, porque te permite hacer otras cosas mientras las estás oyendo”, declaró.

Atentamente

“Piensa y trabaja”

Guadalajara, Jalisco, 6 de diciembre de 2019

Texto: Mariana González

Fotografía: Adriana González

Etiquetas:

[Víctor Ignacio Dávalos López](#) [1]

URL Fuente: <https://comsoc.udg.mx/noticia/podcast-crece-en-america-latina-coinciden-periodistas-en-la-fil>

Links

[1] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/victor-ignacio-davalos-lopez>