UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES CON ÉNFASIS EN ESTUDIOS REGIONALES

TESIS

PODCAST Y VIDEOPODCAST COMO FORMATOS INFORMATIVOS EN MEDIOS REGIONALES: PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN E INTERACCIÓN EN ENTORNOS DIGITALES

QUE COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN CIENCIAS SOCIALES CON ÉNFASIS EN ESTUDIOS REGIONALES

PRESENTA:
ERICK JONATHAN GONZÁLEZ FLORES

DIRECTORA DE TESIS:
DRA. FRAMBEL LIZÁRRAGA SALAS

MAZATLAN SINALOA, SEPTIEMBRE DE 2026

Universidad Autónoma de Sinaloa

Dirección General de Bibliotecas

Repositorio Institucional Buelna

Restricciones de uso

Todo el material contenido en la presente tesis está protegido por la Ley Federal de Derechos de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

Queda prohibido la reproducción parcial o total de esta tesis. El uso de imágenes, tablas, gráficas, texto y demás material que sea objeto de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente correctamente mencionando al o los autores del presente estudio empírico. Cualquier uso distinto, como el lucro, reproducción, edición o modificación sin autorización expresa de quienes gozan de la propiedad intelectual, será perseguido y sancionado por el Instituto Nacional de Derechos de Autor.

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International

Dirección General de Bibliotecas
Ciudad Universitaria
Av. de las Américas y Blvd. Universitarios
C.P. 80010 Culiacán Sin. Méx.
Tel (667) 713 78 32 y (667) 712 50 57
dgbuas@uas.edu.mx

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

Hoy, al concluir este proyecto, no puedo evitar sentir una profunda gratitud por todas las personas que me han acompañado en este viaje. Cada paso que he dado ha sido respaldado por un amor incondicional, un apoyo constante y una fuerza que me ha permitido seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles.

En primer lugar, agradezco a mi familia Ugalde Rangel, que me abrió las puertas de su hogar con el corazón dispuesto a cobijarme. A Marisela Rangel, mi mamá Mary, cuyo amor y sacrificio no tienen límites. A Miguel Ugalde Palafox, mi Pacho, que siempre me brindó su confianza y aliento, mostrándome que, con esfuerzo y determinación, todo es posible. A mis hermanos, Migue Ugalde (Pollo) y Víctor Ugalde, quienes han sido mi refugio y fortaleza. A Daniel Ugalde, mi hermano que ahora descansa en el cielo, pero cuya energía sigue iluminando mi camino, recordándome siempre la importancia de vivir con pasión cada momento. A Mónica Nery (la Wuampis), quien fue mi ángel cuando me electrocuté, cuidándome y ayudándome a salir adelante en uno de los momentos más difíciles de mi vida. A Mine, mi cuñada, por su apoyo incondicional y su amor constante y a todos mis sobrinos y a los cuales amo profundamente.

Mi gratitud infinita va hacia mi segunda familia en Concordia, Sinaloa, que con su amor me adoptó como propio. A mi mamá Martha Rosa Tirado, por su dedicación incansable y por ser mi faro de esperanza, mi apoyo constante y mi guía de consejos. A mi papá Jaime Villeda, por enseñarme lo que significa la verdadera fortaleza, la humildad y el amor a la familia, y a mis hermanos Milton y Jaime Villeda. Pero en especial, quiero agradecer a mi hermano Hugo Villeda, quien siempre fue mi apoyo más firme, y quien me enseñó que nunca estamos realmente solos, aunque a veces así lo sintamos.

Mi alma llora y se llena de amor al recordar a mi Señora de las lomas, Norma Dalia Sandoval Juárez, quien partió al cielo el 1 de

noviembre de 2025, dejando un vacío profundo en mi corazón que jamás podrá ser ocupado, pero también un legado de amor incondicional y fortaleza. Ella fue mi sustento, mi pilar, mi ejemplo de lucha diaria. A Rafael Martínez (el chino), mi hermano del alma, quien siempre ha sido mi brazo fuerte y mi apoyo inquebrantable. A Olga María García, mi hermana de vida, la que más me regaña, pero se me quiere y que nunca estará sola mientras yo este con vida, ya que con el amor de mi madre Dalia, se encargó de velar por mí. A Ricardo Ramírez (el Bebé Richy), por ser mi compañero en las buenas y en las malas; a mis compadres y comadres que han estado presentes en cada momento de mi vida. Ustedes, con su amor y apoyo, han sido una bendición que me han dado fuerzas para seguir, y a mis ahijados y ahijadas, que son mi fuente de inspiración para demostrar que no importa la edad, si no las ganas de ser alguien en la vida.

A mi familia Sandoval en Mazatlán, mis primos y primas, la familia en general, quienes me han dado una segunda oportunidad en la vida y a quienes siempre agradezco por ser mi familia de corazón.

Y por supuesto, no podría dejar de mencionar a mi familia principal, que con su amor y compromiso me ha enseñado lo que significa el verdadero apoyo. A mis hermanos Francisco Salinas, Fernando González, y Moisés González, quienes han estado a mi lado en todas las circunstancias de la vida, tanto en los días de alegría como en los más oscuros, ¡GRACIAS POR ESTAR SIEMPRE ENANO! A mi amiga hermana y confidente, Paloma González, por ser mi refugio seguro, mi amiga fiel en todo momento. Y a mí madrecita chula, María Fe Flores Cortés (pero esta chamaquita jum), cuyo amor inquebrantable y fe en mí son los cimientos sobre los que he construido mi vida. Ella ha sido mi motivación constante para seguir adelante, para nunca rendirme y para ser siempre una mejor persona.

A mi padre, Ernesto González Pimentel (el Gordovez), quien partió al cielo en 2014, pero cuya esencia sigue viva en mí. Su sabiduría y amor por la vida me acompañan en cada paso que doy. A

mi tía Maura León, por su cariño, por estar siempre dispuesta a darme su consejo y su amor. A mi hermano y mejor amigo, José Carrillo, por ser mi compañero de vida, por ser mi confidente y por enseñarme que, en la vida, aunque el camino sea difícil, siempre hay una razón para seguir adelante y por supuesto que no pueden faltar mis cuñadas, la Rosalba Ortega (la negra) y Marbella Varga (la cuñis) quienes siempre me bendicen, me dan consejos y me demuestran su cariño y amor incondicional, aunque sea el cuñado más batalloso, enojón y regañón que tienen, a mis sobrinos y sobrinas que amo inmensamente, aunque piensen que no.

A todos mis compañeros de trabajo y, en especial, a la Banda La Indicada, por ser mi familia laboral y por darme su apoyo incondicional, por incomodarlos con mi mesita en el pasillo, por gritarles que me dejaran sola la sala y hacerlos que se detuvieran en el viaje por que tenía que exponer. Y a todos los Doctores del Claustro que han creído en mí, que me han guiado, enseñado y motivado a seguir luchando por mis sueños. A mis amigos de la licenciatura que se quedaron conmigo y siempre me motivan diciéndome que están orgullosos y orgullosas de mí, los amo bebes.

A todos ustedes, que con su amor, sacrificio y presencia han dejado una huella imborrable en mi vida, quiero decirles: Gracias. Gracias por enseñarme que, aunque a veces el camino sea solitario, el amor y el apoyo de las personas que realmente importan siempre estarán allí para darme fuerzas. Hoy, gracias a cada uno de ustedes, soy una persona de lucha, de fortaleza y de esperanza. Nunca me rendiré, porque ustedes me han mostrado que no importa cuán difíciles sean las circunstancias, siempre hay algo por lo que seguir adelante.

Índice

RESUMEN **11**
ABSTRACT **12**
INTRODUCCIÓN **13**
CAPITULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA **18**
1.1 Antecedentes **22**
1.2 Formulación del problema **25**
1.3 Delimitación del problema **28**
1.3.1 Delimitación temporal 29
1.3.2 Delimitación Espacial 31
1.3.3 Delimitación Conceptual 32
1.3.4 Delimitación poblacional 33
1.3.5 Delimitación Metodológica 34
1.4 Preguntas de investigación **34**
1.4.1 Pregunta general de investigación 34
1.4.2 Preguntas específicas de investigación 34
1.5 Objetivos de la investigación **35**
1.5.1 Objetivo general 35
1.5.2 Objetivos específicos 35
1.6 Estado del arte **36**
1.6.1 Definición del podcast y el videopodcast 37
1.6.2 Estudios internacionales sobre podcast informativo 38
1.6.3 Estudios en el mundo hispanohablante y América Latina 40
1.6.4 Investigaciones sobre podcast y videopodcast en México 42
1.6.5 Estudios sobre audiencias e interacción en podcast y videopodcast 44
1.6.6 Vacíos de investigación 46
1.7 Sistema de supuestos **49**
1.7.1 Supuesto General 49
1.7.2 Supuestos específicos 49
1.8 Justificación **50**

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO 52

2.1 Introducción al Marco Teórico 52

2.2 Industrias culturales y transformación del ecosistema informativo 54

2.3 Convergencia mediática y reconfiguración de los formatos informativos 57

2.4 Hipermediaciones: plataformas, interfaces e interacción digital 59

2.5 Audiencias digitales y procesos de recepción e interacción 61

2.5.1 Industrias culturales creativas, prosumidores e interacción digital 64

2.6 La adopción del podcast y videopodcast como proceso socio técnico en medios regionales 66

2.7 Economía política de la comunicación y medios informativos regionales 69

2.8 Plataformas digitales, poder y condiciones de producción y circulación 72

2.9 Articulación del marco teórico y vinculación con la investigación empírica 75

CAPITULO 3. MARCO METODOLOGICO 79

3.1 Enfoque epistemológico y metodológico 79

3.2 Diseño de investigación 81

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .. 84

3.3.1 Revisión exploratoria y análisis cualitativo complementario de contenidos informativos en podcast y videopodcast 85

3.3.2 Entrevistas semiestructuradas a productores y responsables de contenido 87

3.3.3 Observación y análisis de interacción en plataformas digitales 89

3.3.4 Cuestionario a audiencias digitales 90

3.4 Estrategia de muestreo y selección de participantes y contenidos 91

3.4.1 Selección de medios regionales 91

3.4.2 Selección de participantes para entrevistas 92

3.4.3 Selección de audiencias digitales 94
3.5 Procedimiento de recolección de datos..... 95
3.5.1 Identificación y revisión preliminar de contenidos informativos 96
3.5.2 Aplicación de entrevistas semiestructuradas 96
3.5.3 Recolección de datos de interacción digital 97
3.5.4 Aplicación del cuestionario a audiencias digitales 99
3.6 Proceso de análisis de la información 101
CAPITULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS 105
4.1 Introducción al capítulo 105
Fig. 4.1 Frecuencia semanal de consumo de podcast y videopodcast informativo por parte de las audiencias digitales participantes (n=173) . 108
Fig. 4.2 Ecosistema de plataformas digitales utilizadas para la circulación del podcast y videopodcast informativo en medios regionales analizados. 109
Fig. 4.3 Nivel de interacción visible de las audiencias mediante comentarios, reacciones y compartidos en contenidos informativos digitales. 111
Fig. 4.4 Relación entre alcance observable e interacción visible en publicaciones informativas digitales de medios regionales analizados. . 112
Fig. 4.5. Comparación del rendimiento cuantitativo de publicaciones digitales según medio y plataforma en medios regionales analizados. .. 114
Fig. 4.6. Circulación del podcast y videopodcast informativo en plataformas de audio bajo demanda 116
Fig. 4.7. Brecha entre alcance digital e interacción visible en publicaciones informativas analizadas 117
4.2 Construcción de categorías desde la teoría fundamentada 119
4.3 Las plataformas digitales determinan la producción y distribución de contenidos informativos 124
4.4 Las plataformas digitales reconfiguran los contenidos informativos 127
4.5 Las plataformas digitales permiten y condicionan la interacción con las audiencias 131
4.6 El consumo silencioso como forma de participación no visible 134

4.7 La interacción genera significados en los productores 138

4.8 Los significados de los productores influyen en la producción de contenidos informativos 142

4.9 Las ventajas refuerzan la producción y circulación de contenidos informativos 145

4.10 Los temas de interés como criterio para la construcción de contenidos informativos 148

4.11 Las desventajas limitan la interacción con las audiencias 151

4.12 Integración del modelo analítico 155

Fig.4.8 Modelo interpretativo de las plataformas digitales y la configuración de nuevas formas de interacción con las audiencias. 155

Fig.4.9 Modelo relacional del podcast y videopodcast informativo en medios regionales: producción, circulación, interacción y consumo de audiencias. 157

4.13 Cierre del capítulo..... 159

CAPITULO 5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS 162

5.1 Introducción 162

5.2 Plataformas digitales, convergencia y transformación de la producción informativa 163

5.3 Plataformas digitales, interacción y participación de las audiencias 167

5.4 El consumo silencioso y las nuevas formas de recepción informativa..... 170

5.5 Construcción de significados y decisiones de producción 174

5.6 Ventajas, limitaciones y sostenibilidad del podcast regional..... 177

5.7 Modelo relacional y articulación de categorías 180

5.8 Cierre del capítulo 185

CONCLUSIONES 188

Respuesta a la pregunta general de investigación 190

Respuesta a las preguntas específicas de investigación 192

1. Medios regionales: producción, organización editorial y distribución 192

2. Productores: significados, criterios profesionales y valoraciones 193

3. Audiencias: interacción, participación y consumo silencioso ... 194

4. Entornos digitales: circulación, visibilidad e interacción 195

Cumplimiento de objetivos 195

Cumplimiento de los objetivos específicos 196

Objetivo específico 1 196

Objetivo específico 2 196

Objetivo específico 3 197

Objetivo específico 4 197

Principales aportaciones de la investigación 198

Aportación empírica 198

Aportación metodológica 199

Aportación teórica 199

Aporte general de la investigación 201

Limitaciones de la investigación 202

Líneas futuras de investigación 203

Reflexión final 206

REFERENCIAS 208

ANEXOS. 213

Anexo 1. Guía de entrevista semiestructurada aplicada a creadores, productores y conductores de podcast y videopodcast informativos 213

Anexo 2. Cuestionario aplicado a audiencias digitales sobre consumo e interacción de podcast y videopodcast informativos 218

Anexo 3. Resultados complementarios del cuestionario aplicado a audiencias digitales sobre consumo, circulación e interacción de podcast y videopodcast informativos en la región de Sinaloa 224

RESUMEN

La presente investigación analiza el podcast y el videopodcast como formatos informativos en medios regionales del estado de Sinaloa, así como los procesos de producción, circulación e interacción que se configuran en entornos digitales. El estudio se sitúa en un contexto de transformación del ecosistema mediático caracterizado por la convergencia digital, la expansión de plataformas de *streaming* y la reconfiguración de las prácticas informativas en los medios de comunicación regionales.

Desde un enfoque interpretativo y con alcance descriptivo-analítico, la investigación adopta una metodología mixta con predominio cualitativo. El análisis se estructura a partir de tres niveles de observación: macro, meso y micro, que permiten comprender las condiciones estructurales del ecosistema digital, las prácticas organizacionales de los medios regionales y los procesos de interpretación e interacción de las audiencias. La información empírica se obtuvo mediante ocho entrevistas semiestructuradas realizadas a productores de contenido, la aplicación de 173 cuestionarios a audiencias digitales y el análisis cualitativo apoyado en Atlas.ti desde la lógica de la teoría fundamentada.

El marco teórico integra aportes de las industrias culturales creativas y de contenido, la convergencia mediática, las hipermediaciones, la economía política de la comunicación y los estudios de audiencias, los cuales orientan la interpretación de los hallazgos empíricos. La investigación se centra en cuatro medios regionales: TVP Mazatlán, ¿Qué Pasa en Mazatlán?, Los Noticieristas y Noticias Digitales Sinaloa, seleccionados por su incorporación activa de formatos de podcast y videopodcast en su oferta informativa.

Los resultados permitieron construir un modelo relacional que explica cómo las plataformas digitales configuran la producción informativa, la circulación de contenidos, las prácticas de consumo, la interacción con las audiencias y la construcción de significados en torno al podcast y al videopodcast informativo en medios regionales. Asimismo, se identifica el consumo silencioso como una modalidad de participación indirecta que amplía las concepciones tradicionales sobre interacción digital, al evidenciar que las audiencias pueden influir en las decisiones editoriales aun cuando no manifiesten formas visibles de participación dentro de las plataformas.

De esta manera, el estudio aporta evidencia empírica, metodológica y conceptual al campo de la comunicación digital y los estudios regionales, proponiendo un modelo relacional para comprender las dinámicas contemporáneas de producción, circulación, interacción y consumo informativo en el contexto del noroeste de México.

Palabras clave: podcast informativo, videopodcast, medios regionales, plataformas digitales, consumo silencioso, teoría fundamentada.

ABSTRACT

This research analyzes podcasts and videopodcasts as news formats in regional media outlets in the state of Sinaloa, as well as the production, distribution, and interaction processes that are configured within digital environments. The study is situated within a context of media ecosystem transformation characterized by digital convergence, the expansion of streaming platforms, and the reconfiguration of information practices in regional media.

From an interpretive approach with a descriptive-analytical scope, the research adopts a mixed-methods methodology with a qualitative predominance. The analysis is structured around three levels of observation: macro, meso, and micro, which allow for an understanding of the structural conditions of the digital ecosystem, the organizational practices of regional media outlets, and the interpretation and interaction processes of the audiences. Empirical data was obtained through eight semi-structured interviews with content producers, the administration of 173 survey questionnaires to digital audiences, and qualitative analysis supported by Atlas.ti, based on grounded theory.

The theoretical framework integrates contributions from the creative and content cultural industries, media convergence, hypermediations, the political economy of communication, and audience studies, which guide the interpretation of the empirical findings. The research focuses on four regional media outlets: TVP Mazatlán, ¿Qué Pasa en Mazatlán?, Los Noticieristas, and Noticias Digitales Sinaloa, selected for their active incorporation of podcast and videopodcast formats into their news offerings.

The results allowed for the construction of a relational model that explains how digital platforms shape news production, content circulation, consumption practices, audience interaction, and the construction of meaning around news podcasts and videopodcasts in regional media. Furthermore, silent consumption is identified as a form of indirect participation that expands traditional conceptions of digital interaction, demonstrating that audiences can influence editorial decisions even when they do not express visible forms of participation within the platforms.

In this way, the study contributes empirical, methodological, and conceptual evidence to the field of digital communication and regional studies, proposing a relational model that explains the contemporary dynamics of information production, circulation, interaction, and consumption in the context of northwestern Mexico.

Keywords: news podcast, videopodcast, regional media, digital platforms, silent consumption, grounded theory.

INTRODUCCIÓN

La transformación del ecosistema mediático contemporáneo ha reconfigurado de manera significativa los procesos de producción, circulación y consumo de la información. La expansión de internet, el desarrollo de plataformas digitales y la consolidación de formatos bajo demanda han modificado las formas tradicionales de comunicación, particularmente en el ámbito del periodismo informativo. En este contexto, el podcast y el videopodcast han emergido como formatos estratégicos que permiten a los medios adaptarse a nuevas dinámicas de distribución, interacción y participación de las audiencias digitales.

Estos formatos se insertan en un escenario caracterizado por la convergencia mediática, la lógica de las plataformas y la creciente centralidad de las industrias culturales, creativas y de contenido en la economía digital. La producción informativa ya no depende únicamente de los medios tradicionales, sino que se desarrolla dentro de ecosistemas digitales donde convergen plataformas, infraestructuras tecnológicas, lógicas algorítmicas, dinámicas de circulación multiplataforma y formas de participación de las audiencias que redefinen los procesos de generación, distribución y consumo de contenidos. En este sentido, el podcast y el videopodcast constituyen expresiones contemporáneas de las transformaciones que experimentan las industrias culturales en la era digital, al combinar procesos de producción simbólica, estrategias de monetización y nuevas formas de relación entre productores y usuarios.

Desde la perspectiva de la convergencia mediática, Jenkins (2006) y Scolari (2012) sostienen que la digitalización no implica únicamente la coexistencia de tecnologías, sino la integración de lenguajes, plataformas y prácticas culturales que modifican la manera en que los contenidos son producidos, distribuidos y apropiados por las audiencias. A diferencia de los

modelos lineales de comunicación propios de la radio, la televisión o la prensa escrita, el podcast y el videopodcast posibilitan narrativas flexibles, asincrónicas y conversacionales que se integran a los hábitos cotidianos de consumo mediante dispositivos móviles y plataformas de *streaming*.

Al mismo tiempo, las audiencias dejan de ocupar un papel exclusivamente receptor para participar en procesos de interpretación, circulación y resignificación de la información. Sin embargo, estas formas de participación no siempre se manifiestan mediante interacciones visibles como comentarios, reacciones o compartidos, lo que plantea la necesidad de ampliar la comprensión tradicional sobre el comportamiento de los usuarios dentro de los entornos digitales.

Aunque el desarrollo del podcast y del videopodcast ha sido ampliamente documentado en contextos internacionales y en grandes corporaciones mediáticas, especialmente en Europa y Estados Unidos, su incorporación como canal informativo en medios regionales mexicanos continúa siendo un campo poco explorado. La mayoría de las investigaciones privilegia experiencias metropolitanas o medios de alcance nacional, dejando en segundo plano las particularidades de los contextos regionales, donde las condiciones organizacionales, económicas y culturales presentan características propias.

En regiones como Sinaloa, los medios enfrentan el desafío de integrarse a un ecosistema digital altamente mediatizado por plataformas y algoritmos sin perder su identidad territorial ni su función social como actores informativos de proximidad. Esta tensión entre lo global y lo local convierte al podcast y al videopodcast en espacios privilegiados para analizar las transformaciones contemporáneas del periodismo regional y las nuevas formas de interacción con las audiencias.

En este marco, la presente investigación tiene como objetivo analizar el uso del podcast y el videopodcast como canales informativos en medios regionales, así como los procesos de interacción con las audiencias digitales, considerando el papel que desempeñan los entornos digitales de distribución en

la configuración de estas dinámicas. El estudio busca comprender cómo productores, plataformas y audiencias participan en la construcción de nuevas prácticas comunicativas dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

Metodológicamente, la investigación adopta un enfoque mixto con predominio cualitativo desde una perspectiva interpretativo-constructivista sustentada en la teoría fundamentada. La estrategia metodológica integra entrevistas semiestructuradas con productores y creadores de contenido, cuestionarios dirigidos a audiencias digitales y el análisis sistemático de los datos mediante procesos de codificación abierta, axial y selectiva. La combinación de información cualitativa y cuantitativa permite fortalecer la interpretación del fenómeno y construir un modelo analítico capaz de explicar las relaciones existentes entre plataformas digitales, producción informativa, contenidos, interacción y construcción de significados.

Más allá de describir la incorporación del podcast y el videopodcast en los medios regionales, la investigación busca construir una explicación integrada sobre las relaciones que se establecen entre plataformas digitales, productores y audiencias, identificando los procesos mediante los cuales estas dimensiones configuran nuevas formas de producción, circulación e interpretación de la información en los ecosistemas comunicativos contemporáneos.

El análisis se construye a partir de la articulación de tres niveles de observación: macro, meso y micro, los cuales permiten comprender, respectivamente, las condiciones estructurales del ecosistema digital, las prácticas organizacionales de los medios regionales y los procesos de interpretación e interacción de las audiencias. El nivel macro se relaciona con las condiciones estructurales de las plataformas digitales y del ecosistema comunicativo; el nivel meso se vincula con las prácticas organizacionales y editoriales de los medios regionales; y el nivel micro se centra en las experiencias, significados e interacciones construidas por productores y audiencias. Esta perspectiva multinivel permite comprender el fenómeno desde una visión integral y relacional.

La investigación toma como referencia cuatro medios de comunicación con presencia y cobertura informativa en el estado de Sinaloa: *TVP Mazatlán, ¿Qué Pasa en Mazatlán?, Los Noticieristas y Noticias Digitales Sinaloa,* seleccionados por su incorporación activa del podcast y videopodcast dentro de sus estrategias informativas. A partir del análisis de estos casos se busca aportar evidencia empírica que contribuya al estudio de las transformaciones comunicativas experimentadas por los medios regionales en la era digital.

Entre las aportaciones que emergen de la investigación destaca la identificación del consumo silencioso como una forma de participación que cuestiona las nociones tradicionales de interacción digital. Los resultados muestran que una parte importante de las audiencias consume, interpreta y construye significados a partir de los contenidos sin manifestar necesariamente formas visibles de participación, ampliando así la comprensión de las dinámicas de recepción y apropiación dentro de las plataformas digitales.

La presente tesis se estructura en seis capítulos que desarrollan de manera progresiva el proceso de investigación. El Capítulo 1 presenta el planteamiento del problema, las preguntas y objetivos de investigación, el estado del arte, el sistema de supuestos y la justificación del estudio. El Capítulo 2 desarrolla el marco teórico integrando los aportes de las industrias culturales, creativas y de contenido, la convergencia mediática, las hipermediaciones, las audiencias digitales, la adopción sociotécnica y la economía política de la comunicación como ejes para comprender el podcast y el videopodcast en los medios regionales.

El Capítulo 3 expone el marco metodológico desde un enfoque mixto con predominio cualitativo, describiendo el diseño de investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de información, así como los procedimientos de análisis cualitativo y cuantitativo que sustentan la construcción del modelo analítico. El Capítulo 4 presenta los resultados obtenidos mediante la teoría fundamentada y desarrolla las categorías emergentes derivadas del trabajo de campo, articulándolas en un modelo explicativo sobre las relaciones entre

plataformas digitales, producción, interacción, consumo silencioso y construcción de significados.

El Capítulo 5 desarrolla la discusión de resultados mediante el contraste entre los hallazgos obtenidos y la literatura especializada, identificando coincidencias, diferencias y aportaciones teóricas derivadas de la investigación. Finalmente, el Capítulo 6 presenta las conclusiones generales, responde las preguntas y objetivos planteados inicialmente, expone las principales aportaciones empíricas, metodológicas y teóricas del estudio, así como sus limitaciones y las líneas futuras de investigación.

En conjunto, esta investigación propone comprender el podcast y el videopodcast informativo no únicamente como innovaciones tecnológicas o nuevos formatos de distribución, sino como parte de un ecosistema comunicativo complejo donde plataformas digitales, productores y audiencias participan en procesos continuos de producción, consumo e interpretación. A partir de esta perspectiva, la tesis propone un modelo relacional explicativo que integra las relaciones entre plataformas digitales, producción informativa, contenidos, interacción, consumo silencioso y construcción de significados, incorporando este último como una dimensión que amplía las concepciones tradicionales sobre la participación en los entornos digitales contemporáneos.

CAPITULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La digitalización[1] de la comunicación ha transformado de manera profunda el ecosistema mediático contemporáneo, modificando las formas en que se produce, distribuye y consume la información. La expansión de internet, el desarrollo de plataformas digitales y la convergencia de lenguajes mediáticos han generado un entorno en el que los contenidos informativos circulan de manera fragmentada, multiplataforma y mediada por sistemas algorítmicos. En este contexto, los medios de comunicación enfrentan el reto de adaptar sus prácticas informativas a nuevas dinámicas de consumo, caracterizadas por la asincronía[2], la movilidad y la participación activa de las audiencias (Castells, 1996; Jenkins, 2006).

Dentro de este escenario, el podcast puede entenderse como un formato de distribución digital de contenidos sonoros bajo demanda, mientras que el videopodcast incorpora elementos audiovisuales que amplían las posibilidades de comunicación, circulación e interacción con las audiencias digitales (Berry, 2016; Scolari et al., 2012). Ambos formatos se distribuyen mediante plataformas como Spotify, Apple Podcasts, YouTube y Facebook, permitiendo el acceso asincrónico a contenidos informativos y favoreciendo narrativas más flexibles, conversacionales y adaptadas a los hábitos contemporáneos de consumo digital.

[1] **Digitalización:** es el proceso de convertir información analógica o física (como documentos en papel, fotos, sonidos) a un formato digital (bits y bytes) para que pueda ser procesada, almacenada y transmitida por sistemas informáticos, mejorando la eficiencia, acceso y análisis de datos, y es un paso fundamental hacia la transformación digital.

[2] **Asincronía:** es la falta de coincidencia temporal entre dos eventos que deberían ocurrir juntos, como en la interacción paciente-ventilador (desfase entre el esfuerzo del paciente y la máquina), la programación informática (tareas que no esperan respuesta inmediata), o la educación a distancia (profesor y alumno no conectados a la vez).

Diversos estudios señalan que estas características facilitan la profundización temática, la cercanía con las audiencias y nuevas formas de participación dentro de los ecosistemas mediáticos digitales (Berry, 2016; Bustamante, 2009).

En México, la investigación académica sobre el podcast y el videopodcast informativo es todavía limitada y se concentra, en su mayoría, en experiencias metropolitanas o en proyectos independientes de alcance nacional. Esta concentración ha generado un vacío de conocimiento respecto a cómo los medios regionales adoptan estos formatos y los integran a sus prácticas informativas cotidianas, particularmente en regiones fuera de los principales centros urbanos. Como señalan Bustamante (2009) y Mastrini (2009), los procesos de digitalización no se desarrollan de manera homogénea, sino que adquieren características específicas según las condiciones económicas, organizacionales y culturales de cada contexto territorial.

En este sentido, el estudio de los medios regionales permite comprender que la transformación digital no ocurre de manera homogénea, sino que responde a condiciones particulares relacionadas con sus recursos tecnológicos, trayectorias profesionales, vínculos territoriales y formas de relación con sus comunidades de audiencia. A diferencia de los grandes conglomerados mediáticos, los medios regionales desarrollan estrategias de adaptación digital condicionadas por sus propios contextos organizacionales y sociales, lo que permite observar cómo los procesos de innovación comunicativa se articulan desde escenarios locales.

En el estado de Sinaloa, los medios informativos operan bajo condiciones estructurales particulares, marcadas por recursos limitados, audiencias regionales con intereses específicos y una creciente dependencia de plataformas digitales para la circulación de contenidos. Los medios analizados mantienen presencia informativa en distintas localidades del estado, por lo que su estudio permite comprender las dinámicas del ecosistema mediático regional sinaloense más allá de un ámbito estrictamente municipal.

La adopción del podcast y del videopodcast en estos medios se produce dentro de un ecosistema dominado por plataformas de *streaming*[3] como YouTube, Apple Podcast, Spotify, Facebook, entre otras, las cuales actúan como intermediarios fundamentales en la visibilidad y circulación de la información (Gillespie, 2010). Esta situación introduce nuevas mediaciones que influyen en las decisiones editoriales, las rutinas productivas y las formas de interacción con las audiencias.

A pesar de la creciente presencia del podcast y del videopodcast en medios regionales sinaloenses, no existen estudios sistemáticos que analicen este fenómeno desde una perspectiva integral que articule las condiciones estructurales del ecosistema digital, las prácticas organizacionales de los medios y los procesos de interpretación e interacción de las audiencias digitales. La ausencia de investigaciones con este enfoque limita la comprensión de cómo estos formatos informativos se incorporan a la esfera pública regional y qué significados adquieren en contextos regionales.

El problema de investigación se sitúa, por tanto, en la falta de conocimiento académico sobre los procesos de adopción del podcast y el videopodcast como canales informativos en medios regionales de Sinaloa, así como las formas en que estos formatos son apropiados, interpretados e interactuados por las audiencias digitales. Comprender estos procesos resulta fundamental para analizar la transformación de las prácticas informativas regionales en un entorno mediático caracterizado por la convergencia digital, la plataformización[4] de la comunicación y la reconfiguración del papel de las audiencias.

[3] ***Streaming:*** es una tecnología que permite enviar y recibir contenido multimedia (audio, video, videojuegos) a través de Internet en tiempo real, sin necesidad de descargarlo completamente antes de empezar a usarlo; el contenido se reproduce mientras se va transmitiendo en pequeños paquetes de datos. Es el método que usan plataformas como Netflix, Spotify, YouTube para ver películas, series, escuchar música o eventos en vivo desde cualquier dispositivo conectado a la red (móvil, TV, PC).

[4] **Plataformización:** La plataformización se refiere a la penetración de infraestructuras, procesos económicos y marcos gubernamentales de plataformas digitales en diversos contextos. Los procesos de digitalización y plataformización han transformado el funcionamiento de las industrias culturales, cambiando la producción y consumo de contenido.

Desde un enfoque interpretativo y descriptivo – analítico, esta investigación se propone abordar este vacío mediante el análisis de cuatro medios regionales sinaloenses que han incorporado activamente el podcast y el videopodcast en su oferta informativa*: TVP Mazatlán, ¿Qué Pasa en Mazatlán?, Los Noticieristas y Noticias Digitales Sinaloa*. Aunque estos medios mantienen trayectorias organizacionales y coberturas territoriales diferenciadas, comparten su inserción dentro del ecosistema mediático regional de Sinaloa y su participación en procesos de producción y distribución informativa mediados por plataformas digitales.

Asimismo, el estudio busca comprender cómo estos medios adoptan dichos formatos, cómo circulan y se distribuyen mediante tecnologías de *streaming* en plataformas socio-digitales, principalmente transmisiones en vivo y publicaciones en redes sociales como Facebook y YouTube, así como en plataformas bajo demanda de audio como Spotify, Apple Podcast. La investigación no pretende establecer relaciones causales ni evaluar impactos, sino aportar una comprensión situada del fenómeno en el contexto regional.

En este orden de ideas, el término *streaming* se entiende como la transmisión de contenido en tiempo real a través de internet, generalmente integrada en plataformas socio-digitales como Facebook Live o YouTube Live, donde además se desarrollan dinámicas de interacción con las audiencias.

Desde esta perspectiva, la investigación se sitúa en tres niveles de análisis articulados. En un nivel macro, se consideran las plataformas digitales como espacios que condicionan las formas de circulación, visibilidad e interacción de los contenidos informativos. En un nivel meso, se analizan los medios regionales como organizaciones que adaptan sus prácticas de producción y distribución frente a dichos entornos. Finalmente, en un nivel micro, se abordan las interpretaciones de productores y las prácticas de participación de las audiencias digitales. La articulación de estos niveles permite comprender el podcast y videopodcast informativo como procesos comunicativos integrales y no únicamente como formatos tecnológicos.

1.1 Antecedentes

En la era digital, la manera en que las personas consumen información ha experimentado transformaciones significativas. El desarrollo de internet, la expansión de las plataformas digitales y el crecimiento de las redes sociales han modificado las dinámicas tradicionales de producción, distribución y acceso a los contenidos mediáticos. En este nuevo entorno comunicativo, los usuarios pueden acceder a información en cualquier momento y desde distintos dispositivos, lo que ha favorecido la aparición de formatos comunicativos más flexibles y adaptados a los hábitos de consumo contemporáneos. Entre estos formatos destaca el podcast, que ha emergido como una herramienta relevante dentro del ecosistema informativo digital, tanto a nivel global como regional.

Así, desde la perspectiva de Elhorodoy (2020), en la era digital el podcast se ha integrado progresivamente en las estrategias de comunicación de distintos medios, incluidos aquellos de ámbito local, debido a su carácter directo, accesible y relativamente económico en comparación con medios tradicionales como la radio o la televisión. En esta línea, Spinelli y Dann (2019) plantean que el podcasting constituye una transformación del ecosistema de los medios de audio al modificar las prácticas de producción, distribución y consumo, al tiempo que favorece relaciones más flexibles e interactivas entre productores y audiencias dentro de los entornos digitales.

Por otra parte, el término podcast proviene de la combinación de las palabras iPod y broadcast (emisión), denominación que comenzó a popularizarse a partir de un artículo publicado por el periodista Ben Hammersley en el periódico británico The Guardian en 2004. Actualmente, el concepto se utiliza para describir archivos de audio o video que pueden ser descargados o escuchados en línea mediante plataformas digitales especializadas. A través de aplicaciones como Spotify o Apple Podcasts, los usuarios pueden acceder a una amplia variedad de contenidos disponibles bajo este formato (Hammersley, 2004; Berry, 2016).

Para comprender el surgimiento del podcast como formato de comunicación digital, es necesario considerar los avances tecnológicos que hicieron posible su desarrollo. A principios de la década de los 2000, el programador Dave Winer impulsó la implementación del sistema de sindicación de contenidos RSS (*Really Simple Syndication*), el cual permitió distribuir automáticamente archivos de audio a través de internet mediante el uso de etiquetas *enclosure*. Este avance técnico permitió que los usuarios pudieran suscribirse a contenidos sonoros y recibirlos de manera automática en sus dispositivos, sentando las bases para el desarrollo del podcasting como formato de distribución digital de audio (Gallego Pérez, 2010; Berry, 2016).

A partir de estas herramientas tecnológicas comenzaron a surgir los primeros experimentos de distribución de audio bajo demanda. Uno de los casos más representativos fue el del periodista Christopher Lydon, quien en 2003 publicó una serie de entrevistas en formato MP3 que podían descargarse mediante RSS desde su weblog personal. Este proyecto evolucionó posteriormente hacia el programa *Radio Open Source*, considerado uno de los podcasts más antiguos que continúan produciéndose en la actualidad (Bonini, 2015).

Un momento clave para la expansión del podcasting ocurrió en 2005 cuando la empresa tecnológica Apple integró el soporte para podcasts dentro de la plataforma iTunes. Esta integración permitió que millones de usuarios pudieran suscribirse, descargar y gestionar programas de audio de forma automatizada, lo que contribuyó significativamente a la popularización del podcasting y a su consolidación como un medio de comunicación digital orientado al consumo bajo demanda (Berry, 2016; Spinelli & Dann, 2019).

A partir de esta expansión tecnológica, el podcast comenzó a consolidarse como un formato relevante dentro del ecosistema de los medios digitales. Diversos estudios han señalado que este formato permite nuevas formas de producción, distribución y consumo de contenidos sonoros, caracterizándose por su flexibilidad de acceso y por la posibilidad de escuchar contenidos bajo

demanda. Estas características transforman la relación tradicional entre emisores y audiencias en los medios sonoros (Berry, 2016; Bonini, 2015; Spinelli & Dann, 2019).

Con el paso del tiempo, el podcast dejó de ser únicamente un formato asociado al entretenimiento para convertirse también en un canal relevante para la difusión de contenidos informativos. Diversos medios de comunicación comenzaron a incorporar el podcast como parte de sus estrategias digitales, permitiendo ofrecer análisis más profundos, entrevistas especializadas y narrativas periodísticas que no siempre encuentran espacio en los formatos tradicionales de radio o televisión (Spinelli & Dann, 2019).

En el contexto latinoamericano, el crecimiento del podcast ha estado impulsado por la expansión del acceso a internet móvil, la adopción de plataformas globales de distribución y la transformación de los hábitos de consumo informativo. Diversos estudios coinciden en que México se ha posicionado como uno de los países con mayor crecimiento en la audiencia de podcast en la región latinoamericana, particularmente entre públicos jóvenes y urbanos que consumen contenidos informativos y culturales a través de dispositivos móviles (Edison Research, 2020).

Sin embargo, gran parte de la producción y visibilización del podcast informativo en México se ha concentrado en grandes centros metropolitanos, principalmente en la Ciudad de México, donde se desarrollan diversos proyectos periodísticos en formato podcast. Esta concentración geográfica evidencia que el estudio del podcast informativo en contextos regionales fuera de estos centros de producción mediática continúa siendo limitado.

En este sentido, la adopción del podcast como canal informativo en ciudades intermedias, como Mazatlán, representa un fenómeno reciente que merece ser analizado desde una perspectiva académica. Si bien su incorporación ha sido más gradual en comparación con los grandes centros urbanos, los medios regionales han comenzado a experimentar con estos formatos como

parte de sus estrategias de adaptación al entorno digital y de interacción con las audiencias locales

1.2 Formulación del problema

La transformación del ecosistema mediático en la era digital ha dado lugar a un conjunto de prácticas comunicativas que reconfiguran de manera significativa la producción, la circulación y el consumo de la información. Este proceso no se limita a la incorporación de nuevas tecnologías, sino que implica una reorganización cultural, simbólica y operativa de los medios de comunicación. En este contexto, el podcast y el videopodcast han emergido como formatos relevantes dentro de la comunicación contemporánea, debido a su flexibilidad narrativa, su capacidad de adaptación multiplataforma y su integración en entornos digitales caracterizados por la interacción con las audiencias.

A nivel global, el crecimiento del podcast ha sido interpretado como parte de una transición hacia modelos de contenido bajo demanda, asociados con la autonomía del usuario, la movilidad y la personalización de la experiencia mediática. Berry (2016) señala que el podcast representa un “renacimiento del audio”, en tanto recupera elementos de la tradición radiofónica, pero los reconfigura mediante narrativas más extensas, conversacionales y adaptadas a los ritmos de la vida cotidiana.

De forma complementaria, el videopodcast amplía estas posibilidades al incorporar el componente visual, integrando elementos performativos[5], conversacionales y multimedia que responden a los hábitos de consumo informativo contemporáneos.

Sin embargo, la relevancia del podcast y del videopodcast no puede comprenderse únicamente desde su dimensión técnica o formal. Como propone

[5] **Perfomativos:** se refiere a actos (especialmente del lenguaje) que no solo describen, sino que crean o cambian la realidad al ser realizados.

Scolari (2012) a partir del concepto de hipermediaciones[6], los contenidos digitales se inscriben en un entramado complejo de mediaciones técnicas, semióticas, culturales e institucionales. Las plataformas de *streaming* como Spotify, YouTube, Facebook y Apple Podcasts operan como intermediarios algorítmicos que condicionan la circulación, visibilidad y acceso a los contenidos informativos. En este sentido, el podcast deja de ser un simple archivo de audio para convertirse en un producto cultural cuya circulación depende de interfaces, sistemas de recomendación, métricas de interacción y lógicas de distribución global.

Así este fenómeno adquiere particular relevancia en el ámbito informativo. El podcast informativo se ha consolidado como un formato que posibilita mayor profundidad analítica, un tono conversacional y una temporalidad flexible que contrasta con la lógica de inmediatez del noticiero tradicional. Autores como Otón y Gil (2022) señalan que este tipo de productos informativos permite explicar fenómenos complejos, contextualizar temas de la agenda pública y establecer formas de comunicación más cercanas con las audiencias. Asimismo, estos contenidos se integran a un ecosistema transmedia[7] en el que migran, se fragmentan y se resignifican en distintas plataformas, tal como lo plantea Jenkins (2006) en su teoría de la convergencia cultural.

No obstante, a pesar del crecimiento del podcast y del videopodcast en América Latina, persiste un vacío significativo en el estudio de estos formatos a nivel local y regional en México. La mayor parte de las investigaciones existentes se concentran en grandes ciudades o en experiencias de medios nacionales, lo que ha dejado escasamente exploradas las dinámicas propias de los medios regionales de Sinaloa y Mazatlán. Esta ausencia resulta relevante si se considera que los procesos de digitalización no se desarrollan de manera homogénea, sino

[6] **Hipermediaciones:** Son los procesos de intercambio, producción y consumo simbólico en entornos digitales donde se interconectan múltiples medios (texto, audio, video, imágenes) a través de enlaces.

[7] **Transmedia:** es una estrategia narrativa donde una historia se expande a través de múltiples plataformas y medios (películas, series, videojuegos, redes sociales, cómics, etc.), cada uno aportando una pieza única y coherente al universo total, en lugar de solo repetir la misma historia.

que adquieren características específicas según las condiciones económicas, organizacionales y socioculturales de cada territorio.

En esta secuencia de ideas, Sinaloa constituye un caso especialmente pertinente para analizar esta problemática. Como región con un ecosistema comunicativo en transformación, en el que conviven medios tradicionales, plataformas digitales y productores independientes, diversos medios informativos han comenzado a incorporar el podcast y el videopodcast como parte de sus estrategias de adaptación al entorno digital. Medios como *TVP Mazatlán, ¿Qué Pasa en Mazatlán?, Los Noticieristas y Noticias Digitales Sinaloa* han integrado estos formatos a su oferta informativa; sin embargo, no existen estudios que analicen de manera sistemática cómo se produce esta adopción, cómo se integran estos formatos a sus rutinas mediáticas ni cómo se articulan con las dinámicas regionales de comunicación.

En particular, se carece de conocimiento académico sobre los procesos mediante los cuales los medios regionales adoptan el podcast y el videopodcast, el papel que desempeñan las plataformas de *streaming* en la circulación y visibilidad de sus contenidos, y las formas en que las audiencias locales interpretan e interactúan con esta oferta informativa. Desde una perspectiva socio comunicativa, esta dimensión resulta central, tal y como lo señala Hall (1980), la recepción es un proceso activo en el que los sujetos interpretan, negocian y resignifican los mensajes. En entornos digitales donde los usuarios pueden comentar, compartir y reaccionar públicamente a los contenidos, la relación entre medios y audiencias se reconfigura de manera significativa.

De esta manera, la complejidad del problema se profundiza al considerar el papel de los algoritmos en la circulación informativa. Gillespie (2010), advierte que las plataformas digitales no son espacios neutrales, sino sistemas regulados por criterios algorítmicos que influyen en la visibilidad de los contenidos. Para los medios regionales, cuyas capacidades técnicas y económicas suelen ser limitadas, estas condiciones representan un desafío estructural, ya que la

circulación del contenido no depende únicamente de las decisiones editoriales, sino también de las lógicas de intermediación propias de las plataformas.

A partir de estas consideraciones, el problema central de esta investigación se define como la necesidad de analizar cómo los medios regionales de Sinaloa adoptan el podcast y el videopodcast como canales informativos en plataformas de streaming, y cómo esta adopción se articula con las prácticas organizacionales de los medios y con los procesos de interacción e interpretación de las audiencias digitales. Este problema se sitúa en la intersección entre las estructuras del ecosistema digital (nivel macro), las prácticas de producción y circulación de los medios regionales (nivel meso) y los procesos de significación desarrollados por las audiencias (nivel micro).

En este sentido, la investigación busca contribuir al campo de los estudios de comunicación digital en México mediante una aproximación que articula el análisis teórico de los formatos informativos digitales, el estudio empírico de medios regionales de Sinaloa y la comprensión sociocultural de las prácticas de audiencia. De esta manera, se subraya la pertinencia de generar conocimiento situado sobre cómo los medios regionales, que navegan su tránsito hacia modelos de comunicación digital basados en formatos de audio y video bajo demanda, dentro de un entorno mediático condicionado por plataformas y dinámicas algorítmicas.

1.3 Delimitación del problema

En un contexto mediático caracterizado por transformaciones aceleradas, donde los formatos informativos migran hacia plataformas digitales y los hábitos de consumo se reconfiguran de manera constante, resulta indispensable establecer con claridad los márgenes temporales, espaciales, conceptuales y poblacionales desde los cuales se analizará el fenómeno. En este sentido, la delimitación permite situar el objeto de estudio, la adopción del podcast y el

videopodcast como canales informativos en medios regionales de Sinaloa y su relación con las audiencias digitales dentro de un marco analítico específico que reconoce tanto las condiciones históricas que dieron origen a estos formatos como las dinámicas contemporáneas que estructuran su producción, distribución y consumo.

Asimismo, esta delimitación responde a la necesidad de comprender el fenómeno desde una perspectiva contextualizada. Los medios regionales no operan en un vacío, sino en un ecosistema atravesado por plataformas de streaming, algoritmos, rutinas periodísticas, lógicas económicas y prácticas socioculturales que influyen en la manera en que adoptan e integran nuevos formatos informativos.

Por ello, definir el periodo de observación, el territorio que se entiende como “regional”, los tipos de contenidos analizados, las plataformas consideradas, y las poblaciones involucradas, permite no solo acotar el análisis, sino también dotarlo de pertinencia sociológica y rigor metodológico. La delimitación, por tanto, no solo marca un conjunto de límites, sino que establece las condiciones bajo las cuales el fenómeno adquiere sentido dentro de la presente investigación.

1.3.1 Delimitación temporal

El estudio abarca dos dimensiones temporales:

1. La etapa de aparición, consolidación y adopción del podcast y videopodcast en Sinaloa.
2. El periodo contemporáneo en el que estos formatos se integran plenamente a las prácticas informativas regionales.

1.3.1.1 Periodo histórico de referencia

Aunque el fenómeno del podcast surge internacionalmente desde principios de los años 2000, en Sinaloa su adopción por parte de medios informativos comienza a observarse con mayor claridad a partir de 2018, coincidiendo con:

- la expansión del uso de plataformas como Spotify, Apple Podcast, YouTube, Facebook, entre otras
- la transformación de los modelos informativos locales
- el aumento del consumo móvil entre las audiencias adultas y jóvenes
- y la necesidad de los medios regionales de adaptarse a entornos digitales

Este periodo histórico se toma como referente contextual, ya que explica las condiciones socio técnicas que propiciaron que medios tradicionales y nativos digitales comenzaran a incorporar contenidos sonoros y audiovisuales bajo demanda.

1.3.1.2 Periodo de análisis central

Para el análisis específico, la investigación delimita el periodo 2022–2025, por las siguientes razones:

1. Los medios seleccionados intensificaron la producción y publicación de podcasts y videopodcast informativos.
2. Las plataformas digitales comenzaron a proveer métricas accesibles y sistematizables sobre interacción, alcance y consumo.
3. Se consolidó un ecosistema regional donde las audiencias sinaloenses y otros lugares consumen noticias de forma preferente en redes sociales, transmisiones en vivo y contenidos sonoros o audiovisuales asincrónicos.
4. La actualidad exige comprender cómo estos formatos se integran a las prácticas informativas contemporáneas, especialmente en un contexto de sobreabundancia informativa.

No obstante, si bien el análisis se centra en este periodo reciente, la investigación contempla la evolución previa del fenómeno para interpretar la adopción actual como parte de un proceso más amplio de transformación mediática.

1.3.2 Delimitación Espacial

La investigación se desarrolla en el contexto de medios regionales ubicados en el estado de Sinaloa. Este espacio geográfico se selecciona debido a la creciente adopción de formatos digitales como el podcast y el videopodcast por parte de medios regionales, lo que permite analizar cómo estos actores incorporan nuevas dinámicas de producción informativa y de interacción con sus audiencias dentro de un entorno regional específico.

- *TVP Mazatlán*
- *¿Qué Pasa en Mazatlán?*
- *Los Noticieristas*
- *Noticias Digitales Sinaloa*

Aunque la investigación examina los contenidos producidos desde distintas regiones, la delimitación espacial se amplía al estado de Sinaloa como unidad regional de análisis, ya que:

- los cuatro medios seleccionados tienen alcance estatal o regional
- las audiencias que consumen sus contenidos no se circunscriben exclusivamente locales
- la producción informativa en formato podcast y videopodcast circula en plataformas de streaming donde la recepción sobrepasa las fronteras regionales o locales
- las prácticas de adopción tecnológica siguen lógicas comunes dentro del sistema mediático sinaloense.

Por este motivo, la noción de “medios regionales” utilizada en este estudio se entiende como medios regionales sinaloenses con presencia significativa en Sinaloa, pero cuyo ecosistema informativo y circulación digital se extiende a todo el estado e incluso fuera de.

La investigación, por tanto, se sitúa en un espacio regional, no únicamente municipal o local, lo que permite analizar:

- la identidad informativa que se construye desde Sinaloa
- las audiencias digitales distribuidas en múltiples lugares
- y la manera en que los medios adaptan su contenido para usuarios dispersos geográficamente

Esta delimitación es crucial para no reducir el fenómeno a un ámbito estrictamente local, sino para comprenderlo dentro de un ecosistema mediático regional.

1.3.3 Delimitación Conceptual

El estudio se enfoca exclusivamente en podcasts y videopodcast como canales informativos difundidos mediante plataformas de streaming.

- **Podcast y videopodcast como categorías analíticas, se delimita su análisis a:**
  - contenidos con finalidad informativa
  - temáticas vinculadas a actualidad, política, seguridad, sociedad, cultura regional o local o análisis de coyuntura
  - formatos producidos por medios reconocidos y no por creadores independientes.
- **Quedan fuera:**
  - podcasts de entretenimiento, comedia, bienestar, espiritualidad o ficción
  - programas televisivos que no se adaptan formalmente a formato bajo demanda
  - videopodcast sin estructura informativa o sin producción mediática institucional.
- **Plataformas de streaming como espacio de circulación, se delimita el análisis a cuatro plataformas:**
  - Spotify (audio)
  - YouTube (video y audio)
  - Facebook Video (transmisiones y clips)

- Apple Podcasts (audio)

No se consideran plataformas secundarias (Deezer, Amazon Music, TuneIn) debido a su bajo uso regional. La investigación contempla la plataforma no como un repositorio tecnológico, sino como un actor estructurante, un espacio donde:

- operan algoritmos de recomendación
- se generan métricas de consumo
- se crean comunidades digitales
- se desarrolla la interacción

1.3.4 Delimitación poblacional

La delimitación poblacional de esta investigación se centra en los actores que participan directamente en la producción y difusión de contenidos informativos mediante podcast y videopodcast dentro de medios regionales de Mazatlán. En este sentido, se consideran como sujetos de análisis a los reporteros, productores, conductores y participantes involucrados en la elaboración de estos formatos digitales, ya que son quienes diseñan las estrategias de producción, distribución y presentación de los contenidos informativos. Asimismo, estos actores mantienen una relación constante con las audiencias a través de distintas plataformas digitales, por lo que también se analiza de qué manera identifican a sus públicos, qué mecanismos utilizan para interactuar con ellos y cómo responden a las dinámicas de participación que se generan en los entornos digitales.

La población de estudio se integra por dos grupos de actores: productores de contenido vinculados a los medios analizados y audiencias digitales consumidoras de podcast y videopodcast informativo. Los productores son abordados mediante entrevistas semiestructuradas, mientras que las audiencias son analizadas a través de cuestionarios y del examen de sus dinámicas de interacción dentro de plataformas digitales.

1.3.5 Delimitación Metodológica

La investigación adopta un enfoque mixto de predominancia cualitativa, donde:

- el componente cualitativo comprende entrevistas y análisis de contenido
- el componente cuantitativo se limita a métricas descriptivas derivadas de plataformas digitales y los cuestionarios aplicados a audiencias.

No se emplearon diseños experimentales, correlacionales avanzados, ni análisis estadísticos inferenciales. La combinación de estos métodos permite comprender la adopción del podcast desde su dimensión humana (productores), técnica (plataformas) y social (audiencias).

1.4 Preguntas de investigación

1.4.1 Pregunta general de investigación

¿Cómo utilizan los medios regionales el podcast y el videopodcast como canales informativos dentro de los entornos digitales de distribución, y de qué manera estos entornos configuran los procesos de interacción con las audiencias digitales?

1.4.2 Preguntas específicas de investigación

P1. Medios (nivel meso)

¿Qué prácticas de producción, organización editorial y distribución desarrollan los medios regionales en el uso del podcast y el videopodcast como canales informativos?

P2. Productores (nivel micro)

¿Qué significados, criterios profesionales y valoraciones atribuyen los productores de contenido al podcast y al videopodcast dentro de las rutinas informativas de los medios regionales?

P3. Audiencias

¿Qué formas de interacción y participación de las audiencias digitales se generan en torno a los contenidos informativos en formato podcast y videopodcast producidos por medios regionales?

P4. Entornos digitales (nivel macro)

¿Qué papel desempeñan los entornos digitales de distribución en la circulación, visibilidad y formas de interacción de los contenidos informativos en formato podcast y videopodcast?

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo general

Analizar el uso del podcast y el videopodcast como canales informativos en medios regionales, así como los procesos de interacción con las audiencias digitales, considerando el papel de los entornos digitales de distribución en la configuración de estas dinámicas.

1.5.2 Objetivos específicos

OE1

Examinar las prácticas de producción, organización editorial y distribución asociadas al uso del podcast y el videopodcast en medios regionales.

OE2

Identificar los significados, criterios profesionales y valoraciones que los productores de contenido atribuyen al podcast y al videopodcast como formatos informativos.

OE3

Analizar las formas de interacción y participación que se generan entre los medios regionales y las audiencias digitales en torno a los contenidos informativos en formato podcast y videopodcast.

OE4

Analizar las condiciones del entorno digital que influyen en la circulación, visibilidad e interacción de los contenidos informativos en formato podcast y videopodcast.

1.6 Estado del arte

El podcast y el videopodcast se han consolidado en los últimos años como formatos relevantes dentro del ecosistema mediático digital, particularmente en el ámbito informativo. Su expansión se vincula con transformaciones más amplias en los modos de producción, circulación y consumo de contenidos, así como con la reconfiguración de las relaciones entre medios y audiencias en entornos digitales. La literatura académica ha comenzado a abordar estos formatos desde diversas perspectivas, incluyendo el audio bajo demanda, la convergencia mediática, la economía cultural y los estudios de recepción.

No obstante, el desarrollo de la investigación sobre podcast y videopodcast no ha sido homogéneo. Predominan los estudios centrados en contextos internacionales, en medios de gran escala o en experiencias nacionales, mientras que los análisis situados en contextos regionales, particularmente en México continúan siendo escasos. Asimismo, aunque el

podcast sonoro ha recibido mayor atención académica, el videopodcast como formato informativo emerge de manera más reciente en la literatura y aún presenta vacíos conceptuales y empíricos.

En este sentido, el presente estado del arte tiene como objetivo revisar de manera sistemática los principales aportes académicos sobre el podcast y el videopodcast informativo, organizando la literatura en función de enfoques geográficos y temáticos, con el fin de identificar avances, consensos y limitaciones. Esta revisión permite ubicar la investigación dentro del campo de los estudios de comunicación digital y justificar la pertinencia de analizar estos formatos como canales informativos en medios regionales de Sinaloa y su interacción con las audiencias.

1.6.1 Definición del podcast y el videopodcast

Diversos autores coinciden en señalar que el podcast no representa únicamente una innovación tecnológica, sino una transformación en las prácticas comunicativas asociadas al audio digital. Berry (2016) define el podcast como una forma de audio bajo demanda que reorganiza la experiencia de escucha a partir de la portabilidad, la personalización y la flexibilidad temporal, permitiendo a las audiencias acceder a contenidos sonoros en cualquier momento y lugar.

Desde esta perspectiva, el podcast se distingue de la radio convencional por su carácter asincrónico y por la posibilidad de que los usuarios seleccionen los contenidos de acuerdo con sus intereses, tiempos de consumo y contextos de escucha. Esta característica ha permitido el desarrollo de formatos narrativos más extensos y especializados, así como nuevas formas de relación entre productores y audiencias dentro del ecosistema mediático digital (Berry, 2016; Bonini, 2015).

El crecimiento del podcast se intensificó a partir de la década de 2010 con la expansión de dispositivos móviles y la consolidación de plataformas de distribución digital. Aplicaciones como Apple Podcasts y plataformas de *streaming* como Spotify ampliaron significativamente la visibilidad del formato y

facilitaron su acceso a audiencias globales, lo que contribuyó a su integración dentro de las estrategias de producción y distribución de diversos medios de comunicación (UNESCO, 2020).

En paralelo al desarrollo del podcast sonoro, comenzó a consolidarse el videopodcast como una extensión audiovisual del formato. A diferencia del podcast sonoro, el videopodcast incorpora elementos de visualidad, performatividad e interacción en tiempo real que complejizan las formas de producción y recepción de los contenidos informativos, aspecto que aún ha sido escasamente abordado en la literatura especializada. Este formato se vincula estrechamente con plataformas audiovisuales como YouTube y Facebook, donde la visualidad y la participación adquieren un papel central en la circulación del contenido (Scolari, 2012; Gillespie, 2010).

Desde el punto de vista informativo, tanto el podcast como el videopodcast han sido adoptados por diversos medios como formatos que permiten ampliar el análisis de los acontecimientos, contextualizar fenómenos de actualidad y desarrollar estilos narrativos más conversacionales. En este sentido, la literatura señala que estos formatos favorecen una relación más cercana con las audiencias y posibilitan una mayor profundidad temática en comparación con productos informativos tradicionales caracterizados por la inmediatez (Martínez Otón et al, 2022).

1.6.2 Estudios internacionales sobre podcast informativo

En el ámbito internacional, el podcast ha sido abordado principalmente como un fenómeno asociado a la transformación del audio en la era digital y al desplazamiento de los modelos de consumo lineal hacia esquemas bajo demanda. Una parte significativa de la literatura se concentra en analizar el podcast como una evolución del medio radiofónico, destacando su capacidad para reorganizar las prácticas de producción y recepción informativa a partir de la flexibilidad temporal, la portabilidad y la personalización del consumo.

Entre los autores más citados, Berry (2016), propone entender el podcast como una forma de “renacimiento del audio”, en la que la experiencia de escucha se redefine a través de una relación más íntima entre productor y audiencia. Desde esta perspectiva, el podcast informativo se caracteriza por favorecer narrativas explicativas, estilos conversacionales y una continuidad temática que contrasta con la fragmentación propia del noticiero tradicional. Este enfoque ha sido retomado por diversos estudios europeos y norteamericanos que analizan la consolidación del podcast como formato periodístico con identidad propia.

Otra línea relevante dentro de la investigación internacional se centra en el proceso de profesionalización del podcast. Autores como McClung y Johnson (2010) documentan el tránsito de producciones amateurs hacia modelos institucionales, en los que intervienen rutinas editoriales más estructuradas, mayores niveles de edición y una clara orientación hacia la construcción de marca mediática. En este sentido, el podcast informativo es analizado como un producto cultural que adquiere legitimidad periodística a partir de la serialidad, la especialización temática y la continuidad con otras prácticas informativas de los medios.

De manera paralela, un conjunto de estudios aborda la dimensión tecnológica y de plataforma como un elemento central para comprender la circulación del podcast informativo. Desde la perspectiva de la intermediación algorítmica, se señala que la visibilidad y el alcance de los contenidos ya no dependen exclusivamente de las decisiones editoriales, sino de sistemas de recomendación, métricas de interacción y arquitecturas de plataforma que condicionan el acceso de las audiencias (Gillespie, 2010). En este contexto, el podcast se concibe como un formato distribuido en entornos donde la lógica algorítmica influye directamente en la jerarquización de la información.

En cuanto al videopodcast, la literatura internacional es más reciente y todavía limitada. Los estudios existentes suelen abordarlo como una extensión audiovisual del podcast sonoro, asociada principalmente a plataformas de video como YouTube. Desde esta óptica, el videopodcast se analiza como un formato

híbrido que combina narrativas conversacionales con elementos visuales y performativos, lo que amplía las posibilidades de interacción y participación de las audiencias (Scolari et al, 2012). No obstante, la mayoría de estas investigaciones se concentra en experiencias de gran escala o en creadores con alto nivel de visibilidad, dejando de lado el análisis de su uso informativo en contextos no metropolitanos.

En síntesis, la investigación internacional sobre podcast y videopodcast informativo aporta tres consensos principales:

1. El podcast se consolida como un formato informativo orientado a la explicación y el contexto (autores que se enfocan en esto).
2. Su profesionalización incide en la construcción de credibilidad y legitimidad periodística (autores que se enfocan en estas ideas).
3. Su circulación está mediada por plataformas digitales y sistemas algorítmicos que influyen en la relación con las audiencias (autores que se centran en esto).

Sin embargo, estos estudios presentan limitaciones relevantes para la presente investigación, ya que se centran mayoritariamente en medios nacionales, experiencias globales o mercados consolidados, sin atender de manera específica las dinámicas informativas y de interacción que se desarrollan en medios regionales.

1.6.3 Estudios en el mundo hispanohablante y América Latina

En el mundo hispanohablante, la investigación sobre podcast informativo ha tenido un desarrollo importante, especialmente en España, donde los estudios suelen vincular el fenómeno con la transición de la radio hacia modelos de audio bajo demanda y con la reorganización de rutinas productivas en escenarios de convergencia digital. En este contexto, el podcast se analiza como parte de una reconfiguración institucional: medios tradicionales adaptan su producción a formatos más flexibles, de escucha asincrónica y con mayor capacidad de segmentación temática, lo que implica cambios en la lógica editorial, en la distribución multiplataforma y en la relación con los públicos.

Por otra parte, Bonini (2015), sostiene que el podcast ha sido incorporado por organizaciones mediáticas como una estrategia que amplía el ciclo de vida de los contenidos y permite construir audiencias más estables mediante suscripciones, serialidad y continuidad narrativa. De manera complementaria, Terol et al. (2021), documentan cómo el audio a la carta desplaza parcialmente la centralidad de la programación lineal y obliga a redefinir competencias profesionales, procesos de producción y formas de circulación, particularmente cuando los contenidos informativos buscan sostener profundidad explicativa y cercanía discursiva.

En América Latina, la investigación se ha concentrado en explicar el crecimiento del consumo y la expansión del formato en relación con factores socio técnicos como la penetración de teléfonos inteligentes, la movilidad, la disponibilidad de plataformas globales y la diversificación de géneros. Otón y Gil (2022) señalan que, en el ámbito informativo, el podcast se vuelve relevante porque permite contextualizar fenómenos complejos y ofrecer explicaciones que exceden los límites temporales del noticiero tradicional. Este tipo de contenidos resulta atractivo en entornos caracterizados por la sobreabundancia informativa, donde las audiencias buscan interpretaciones más elaboradas y formatos menos rígidos.

Asimismo, una línea frecuente en estudios latinoamericanos ha sido situar al podcast dentro de dinámicas de convergencia cultural y circulación transmedia. Desde la perspectiva de la convergencia cultural propuesta por Jenkins (2006), permite comprender cómo los contenidos migran entre plataformas, se fragmentan en piezas breves y se redistribuyen, lo cual es particularmente relevante cuando se observa que muchos productos informativos en audio o video se “extienden” en redes sociales a través de clips, extractos, *reels* o segmentos. Sin embargo, en buena parte de la literatura regional estos planteamientos operan como marcos generales y no siempre se traducen en análisis empíricos detallados sobre medios concretos, rutinas institucionales o ecosistemas comunicativos específicos.

Respecto al videopodcast, el campo latinoamericano presenta una limitación similar a la literatura internacional: se reconoce su crecimiento y su asociación con plataformas audiovisuales dominantes, principalmente YouTube, Facebook y redes socio digitales, pero todavía existen pocos estudios que lo aborden como objeto informativo particular con rutinas, estilos de producción, lógicas de interacción y efectos específicos en la relación medio–audiencia. En consecuencia, aunque se han desarrollado aportes relevantes para comprender el podcast como innovación periodística y cultural, persiste una brecha en investigaciones que analicen de manera situada el videopodcast informativo en escenarios regionales fuera de los grandes centros mediáticos.

En síntesis, la producción académica del mundo hispanohablante y América Latina aporta una comprensión sólida del podcast informativo como formato asociado a la transformación del ecosistema mediático, la convergencia y el consumo bajo demanda. No obstante, mantiene dos limitaciones centrales que justifican esta investigación:

1. La escasez de estudios sobre videopodcast informativo como formato específico.
2. La falta de investigaciones situadas sobre prácticas regionales y dinámicas locales de interacción entre medios y audiencias.

1.6.4 Investigaciones sobre podcast y videopodcast en México

En el contexto mexicano, la producción y el consumo de podcast han experimentado un crecimiento sostenido durante la última década (IAB México, 2022), impulsado por la expansión del acceso a internet, el uso generalizado de dispositivos móviles y la presencia de plataformas globales de distribución de contenidos. No obstante, el desarrollo de la investigación académica sobre este fenómeno no ha avanzado al mismo ritmo que su consolidación mediática.

Los estudios disponibles en México se concentran principalmente en analizar el podcast como parte de procesos generales de transformación digital de los medios, así como en su potencial para diversificar la oferta informativa y

conectar con audiencias jóvenes. Informes como *The Infinite Dial México* (Edison Research, 2020), documentan el crecimiento del consumo de podcast en el país y destacan que una proporción significativa de usuarios ha incorporado este formato a sus prácticas informativas cotidianas, particularmente en contextos urbanos. Sin embargo, estos estudios tienen un carácter descriptivo y se enfocan en patrones de consumo más que en dinámicas de producción o interacción.

En el ámbito académico, diversos estudios han examinado la incorporación del podcast dentro de las estrategias de adaptación digital de los medios informativos. En particular, Pedrero Esteban et al. (2023) señalan que este formato ha ampliado las posibilidades de distribución, segmentación temática y vinculación con las audiencias dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos, estos trabajos señalan que los medios mexicanos han comenzado a incorporar el podcast como una extensión de sus productos periodísticos tradicionales, especialmente en temas de política, economía y cultura. No obstante, el énfasis suele recaer en medios de alcance nacional o en organizaciones consolidadas, lo que refuerza un enfoque centralista dentro del campo de estudio.

Asimismo, Abellán Pérez (2021) identifica que, en México y otros países de habla hispana, el podcast ha sido integrado progresivamente a estrategias de distribución digital mediante plataformas de streaming, donde se combina con redes sociales para ampliar su alcance. Sin embargo, estos análisis tienden a privilegiar la dimensión tecnológica y de circulación, sin profundizar en las prácticas organizacionales de los medios ni en la forma en que las audiencias interactúan con los contenidos informativos producidos a escala regional.

En lo que respecta al videopodcast, la literatura mexicana es todavía incipiente. Aunque se reconoce el crecimiento de contenidos informativos audiovisuales en plataformas como YouTube y Facebook (autores y año), existen pocos estudios que conceptualicen el videopodcast como un formato informativo específico, con rutinas de producción diferenciadas y dinámicas propias de interacción. La mayoría de las referencias lo abordan de manera tangencial,

como parte de estrategias audiovisuales más amplias o como derivaciones de programas televisivos y transmisiones en vivo (autores), sin un análisis sistemático de su función informativa.

1.6.5 Estudios sobre audiencias e interacción en podcast y videopodcast

La investigación sobre audiencias en entornos digitales parte de un supuesto ampliamente consolidado: la recepción no constituye un acto pasivo, sino un proceso activo de interpretación donde los públicos negocian sentidos, resignifican mensajes y los integran a su experiencia sociocultural. Este planteamiento se sostiene en marcos clásicos como el modelo de codificación/decodificación de Hall (1980), el cual resulta especialmente pertinente para analizar contenidos informativos en plataformas digitales, donde el significado no está cerrado por el emisor, sino abierto a la lectura situada del receptor.

En este contexto, la literatura contemporánea ha vinculado la recepción activa con prácticas de participación propias del ecosistema digital, particularmente en entornos de convergencia cultural. Jenkins (2006), propone que los públicos ya no solo consumen, sino que también circulan y amplifican contenidos; es decir, participan como agentes que distribuyen, recombinan y resignifican mensajes. En formatos como el podcast y el videopodcast, estas dinámicas se expresan mediante formas diversas de interacción: comentarios, compartidos, reacciones, creación de clips, fragmentación para redes sociales o discusión en comunidades digitales.

En el caso del podcast, parte de la literatura enfatiza que el formato favorece un vínculo particular con la audiencia debido a las condiciones de escucha. Berry (2016) señala que el audio bajo demanda se asocia a una experiencia de consumo móvil e íntima, que puede fortalecer la percepción de cercanía entre quien produce y quien escucha. En términos informativos, este rasgo se ha interpretado como una ventaja del podcast para sostener audiencias fieles: la continuidad de escucha, el tono conversacional y la posibilidad de

consumir contenido en tiempos flexibles contribuyen a la construcción de hábitos recurrentes, así como a la percepción de acompañamiento y confianza hacia el comunicador.

En contraste, el videopodcast incorpora una dimensión adicional: la visualidad. La presencia corporal, la gestualidad, el entorno escénico y los recursos audiovisuales modifican la relación medio–audiencia, al introducir elementos performativos que inciden en la interpretación. Desde la perspectiva de las hipermediaciones, Scolari (2012), sostiene que la experiencia digital está mediada por interfaces y arquitecturas de plataforma que condicionan la manera en que el usuario accede al contenido y participa en él. En el videopodcast, la plataforma audiovisual (especialmente YouTube y Facebook) habilita interacciones visibles y públicas (comentarios, chats, reacciones), lo que puede intensificar la dimensión comunitaria de la recepción y hacer más observable la participación.

Asimismo, una línea relevante de la literatura advierte que la interacción en plataformas no es neutral. Gillespie (2010), plantea que los algoritmos organizan la visibilidad mediante criterios que privilegian determinadas señales de participación (por ejemplo, retención, comentarios, compartidos o tiempo de visualización). Esto implica que la interacción no solo constituye un fenómeno comunicativo entre medio y audiencia, sino también una condición técnica que afecta la circulación del contenido.

No obstante, aunque existe literatura sobre audiencias digitales y participación, se identifican dos limitaciones frecuentes: primero, muchos estudios reducen la interacción a indicadores de *engagement* sin profundizar en sus significados culturales; segundo, la mayoría de la evidencia empírica proviene de contextos urbanos centrales o de audiencias generalizadas, por lo que es escasa la investigación sobre audiencias regionales situadas. En consecuencia, persiste una brecha relevante en torno a cómo audiencias locales interpretan, negocian y participan en contenidos informativos producidos por

medios regionales, así como en torno a cómo esas prácticas se articulan con las condiciones técnicas de la plataforma.

Desde esta perspectiva, analizar la interacción de audiencias regionales con podcast y videopodcast informativo permite avanzar más allá de una lectura cuantitativa de reacciones o comentarios, para comprender cómo se construyen sentidos, vínculos de confianza, formas de proximidad narrativa y disputas interpretativas en torno a información de interés local y regional.

1.6.6 Vacíos de investigación

La revisión sistemática de la literatura sobre podcast y videopodcast informativo permite identificar una serie de vacíos que justifican la pertinencia del presente estudio. Si bien el campo ha avanzado en la comprensión de estos formatos como parte de la transformación del ecosistema mediático digital, persisten limitaciones teóricas, empíricas y metodológicas que se acentúan cuando el análisis se sitúa en contextos regionales.

1.6.6.1 Vacío geográfico (enfoque regional)

Uno de los principales vacíos identificados es de carácter geográfico. La mayoría de los estudios revisados se concentran en experiencias de medios nacionales, grandes organizaciones mediáticas o capitales comunicativas. Son escasas las investigaciones que analizan el podcast y el videopodcast informativo producido por medios regionales en México, particularmente fuera de los principales centros urbanos. Esta ausencia limita la comprensión de cómo estos formatos se adaptan, resignifican y operan en ecosistemas comunicativos locales y regionales.

1.6.6.2 Vacío sobre el videopodcast como formato informativo

Aunque el videopodcast ha experimentado un crecimiento notable en plataformas audiovisuales, su abordaje académico continúa siendo incipiente. La literatura suele tratarlo como una extensión del podcast sonoro o como una derivación de contenidos audiovisuales tradicionales, sin analizarlo de manera específica como formato informativo con rutinas productivas, estilos narrativos y

dinámicas de interacción propias. Este vacío resulta particularmente relevante cuando se consideran medios regionales que incorporan el videopodcast como estrategia informativa emergente.

1.6.6.3 Vacío meso: prácticas organizacionales de los medios

Diversos estudios han documentado los procesos de convergencia y adaptación de los medios de comunicación al entorno digital, destacando las transformaciones tecnológicas y los cambios en las dinámicas de producción y circulación de contenidos (Jenkins, 2006; Scolari, 2008; Castells, 1996). Sin embargo, existe una menor atención hacia los procesos organizacionales que hacen posible dicha adaptación. Algunos autores han analizado cómo la digitalización modifica las rutinas profesionales, la organización de las redacciones y las formas de trabajo periodístico (Singer, 2004; Salaverría & Negredo, 2008), pero estos estudios se han concentrado principalmente en grandes medios nacionales o contextos internacionales.

En consecuencia, persiste un vacío de conocimiento respecto a la manera en que los medios regionales reorganizan sus rutinas productivas, roles profesionales, decisiones editoriales y estrategias de distribución al incorporar el podcast y el videopodcast como canales informativos. Esta ausencia limita la comprensión de los procesos internos que sostienen la producción de estos formatos dentro del ecosistema digital contemporáneo.

1.6.6.4 Vacío micro: significados e interpretaciones de productores y audiencias

La investigación sobre audiencias digitales ha avanzado en señalar la naturaleza activa de la recepción; sin embargo, son limitados los estudios que exploran los significados que productores y audiencias atribuyen al podcast y al videopodcast informativo en contextos regionales. Existe una falta de análisis sobre cómo se construyen percepciones de credibilidad, cercanía narrativa y relevancia informativa, así como sobre las formas en que las audiencias interpretan y participan en contenidos de interés local.

1.6.6.5 Vacío macro: plataformas y condiciones de visibilidad

Aunque se reconoce el papel central de las plataformas digitales y los algoritmos en la circulación de contenidos informativos, la literatura aplicada a medios regionales es escasa. Se carece de investigaciones que analicen cómo las condiciones técnicas de las plataformas influyen en la visibilidad, el alcance y la interacción de podcasts y videopodcasts informativos producidos a escala regional, especialmente en contextos donde los recursos mediáticos son limitados.

1.6.6.6 Vacío metodológico: integración de niveles de análisis

La literatura especializada ha abordado el fenómeno digital desde perspectivas parciales. Algunos estudios se han concentrado en el análisis de los contenidos y las narrativas transmedia, destacando los procesos de convergencia mediática y circulación de mensajes en entornos digitales (Jenkins, 2006; Scolari et al, 2012). Otros trabajos han privilegiado el estudio de las métricas de interacción y participación en plataformas digitales, enfatizando indicadores como alcance, *engagement* y visibilidad algorítmica (Van Dijck, 2013; Papacharissi, 2010). Asimismo, existe una amplia producción académica orientada al análisis de las audiencias, sus procesos de recepción, apropiación e interpretación de los mensajes mediáticos (Hall, 1980; Orozco Gómez, 2001).

Sin embargo, son menos frecuentes las investigaciones que articulan simultáneamente los niveles macro, meso y micro dentro de un mismo modelo analítico. En particular, existe una limitada integración entre el estudio de las plataformas digitales como estructuras tecnológicas y económicas (nivel macro), las prácticas organizacionales de los medios (nivel meso) y las experiencias de productores y audiencias (nivel micro). Esta fragmentación dificulta la comprensión integral de los procesos que intervienen en la producción, circulación y consumo de contenidos informativos dentro del ecosistema digital contemporáneo.

1.7 Sistema de supuestos

1.7.1 Supuesto General

La incorporación del podcast y videopodcast informativo en medios regionales representa un proceso de adaptación del ecosistema comunicativo digital, en el cual las plataformas digitales modifican las prácticas de producción, circulación e interacción con las audiencias, generando nuevas formas de relación entre productores, contenidos y públicos.

1.7.2 Supuestos específicos

Supuesto 1

Los medios regionales incorporan el podcast y videopodcast informativo como parte de procesos de adaptación digital que implican transformaciones en sus prácticas de producción, selección temática, formatos narrativos y estrategias de distribución.

Supuesto 2

Los medios regionales incorporan el podcast y videopodcast informativo como parte de procesos de adaptación digital que implican transformaciones en sus prácticas de producción, selección temática, formatos narrativos y estrategias de distribución.

Supuesto 3

Las audiencias digitales establecen distintas formas de relación con los contenidos informativos, las cuales pueden observarse mediante indicadores visibles de interacción y mediante prácticas de consumo cuya expresión pública puede variar dentro de las plataformas digitales.

1.8 Justificación

La presente investigación se justifica por la creciente relevancia que han adquirido el podcast y el videopodcast como formatos informativos dentro del ecosistema mediático digital y contemporáneo. En un contexto caracterizado por la convergencia tecnológica, la expansión de las plataformas digitales y la transformación de los hábitos de consumo informativo, estos formatos se han incorporado de manera progresiva a las prácticas comunicativas de los medios de comunicación, particularmente en el ámbito regional.

En el caso de los medios regionales de Sinaloa, el uso del podcast y del videopodcast representa una estrategia emergente para diversificar los canales informativos, ampliar su presencia en entornos digitales y establecer nuevas formas de interacción con las audiencias. Sin embargo, esta incorporación no ha sido analizada de manera sistemática desde una perspectiva académica, se busca comprender los procesos mediante los cuales los medios regionales incorporan, adaptan y resignifican el podcast y videopodcast informativo dentro de los ecosistemas digitales, considerando las transformaciones en las prácticas de producción, circulación e interacción con las audiencias especialmente en contextos regionales fuera de los grandes centros metropolitanos del país.

En este sentido, el análisis de los medios regionales permite ampliar la comprensión del fenómeno más allá de los escenarios dominados por grandes conglomerados mediáticos. La ausencia de estudios que examinen estos procesos en medios regionales, evidencia un vacío de investigación que resulta pertinente atender desde las ciencias sociales.

Desde el punto de vista académico, la investigación contribuye al campo de los estudios de la comunicación digital al analizar el podcast y el videopodcast no solo como formatos tecnológicos, sino como canales informativos insertos en un entramado de mediaciones culturales, organizacionales y digitales. El estudio dialoga con enfoques teóricos como la convergencia mediática, las hipermediaciones y las teorías de audiencias, permitiendo comprender cómo se

configuran las prácticas informativas y las dinámicas de interacción entre medios y públicos en entornos digitales.

Asimismo, la justificación adquiere relevancia social y regional al centrarse en medios que forman parte de la esfera pública sinaloense. El análisis de estos formatos permite comprender cómo se producen y circulan los contenidos informativos de interés local, así como las formas en que las audiencias digitales interactúan, interpretan y participan en torno a ellos. En un contexto marcado por la sobreabundancia informativa y la transformación de la confianza en los medios, resulta pertinente estudiar cómo los formatos conversacionales y audiovisuales contribuyen a la construcción de relaciones comunicativas entre los medios regionales y sus audiencias.

Desde una perspectiva metodológica, la investigación se justifica por la adopción de un enfoque mixto con predominio cualitativo, que permite articular el análisis de prácticas profesionales, contenidos informativos y patrones de interacción digital. Esta aproximación posibilita una comprensión integral del fenómeno, sin reducirlo a mediciones de impacto, sino atendiendo a los procesos, significados y dinámicas que caracterizan el uso del podcast y el videopodcast en medios regionales.

Finalmente, el estudio aporta evidencia empírica situada sobre un proceso en expansión dentro del periodismo regional, ofreciendo elementos que pueden ser útiles tanto para la reflexión académica como para la comprensión de los procesos de transformación mediática en contextos regionales. Por ello, la investigación resulta pertinente, oportuna y relevante para el análisis de la comunicación digital y el periodismo informativo en el estado de Sinaloa.

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción al Marco Teórico

El análisis del podcast y el videopodcast como canales informativos en medios regionales requiere un marco teórico capaz de articular, de manera integrada, las transformaciones culturales, comunicativas y estructurales que atraviesan el ecosistema mediático digital contemporáneo. Estos formatos emergen en un contexto caracterizado por la convergencia tecnológica, la expansión de plataformas digitales y la reconfiguración de las prácticas de producción, circulación y consumo de información, lo que demanda un abordaje que trascienda aproximaciones exclusivamente técnicas o descriptivas.

Desde una perspectiva metodológica, el presente marco teórico se construye en coherencia con un enfoque interpretativo y constructivista, propio de la teoría fundamentada, en el cual los conceptos teóricos no se aplican como esquemas rígidos de análisis, sino que funcionan como referentes analíticos sensibilizadores. En este sentido, el marco teórico orienta la observación y la interpretación del fenómeno sin imponer categorías cerradas, permitiendo que las dimensiones analíticas se construyan progresivamente a partir del diálogo entre los datos empíricos y los aportes conceptuales.

Con base en esta lógica, el capítulo se organiza a partir de dos ejes teóricos centrales que permiten abordar el fenómeno desde distintos niveles de análisis. El primer eje corresponde a la perspectiva de las industrias culturales, que posibilita comprender al podcast y al videopodcast como bienes simbólicos insertos en procesos de producción cultural, circulación digital e interacción con

las audiencias. Desde este eje se integran enfoques complementarios como la convergencia mediática, las hipermediaciones[8], los estudios de audiencias y la adopción tecnológica, los cuales aportan herramientas conceptuales específicas para analizar las prácticas informativas en entornos digitales.

El segundo eje corresponde a la economía política de la comunicación, desde la cual se examinan las condiciones estructurales que organizan la producción, distribución y visibilidad del contenido informativo en plataformas digitales. Este enfoque resulta fundamental para comprender las relaciones de poder, las dinámicas de mercado y la dependencia de infraestructuras corporativas que influyen en la circulación del podcast y el videopodcast, particularmente en el caso de los medios regionales.

En este contexto, la investigación aborda el análisis del podcast y del videopodcast informativo a partir de tres dimensiones analíticas que permiten comprender su funcionamiento dentro del ecosistema mediático digital: **la producción, la circulación y la interacción en entornos digitales.** La producción se refiere a las prácticas profesionales y organizacionales mediante las cuales los medios regionales desarrollan contenidos informativos en formato podcast y videopodcast, incluyendo decisiones editoriales, rutinas de trabajo y estrategias narrativas. La circulación alude a los procesos mediante los cuales estos contenidos se distribuyen y adquieren visibilidad en plataformas digitales como YouTube, Spotify o redes sociales, dentro de dinámicas propias de la convergencia mediática y la distribución multiplataforma. Finalmente, la interacción se relaciona con las formas de participación y respuesta de las audiencias digitales frente a estos contenidos, a través de comentarios, reacciones, compartidos u otras formas de participación que forman parte de las dinámicas comunicativas del entorno digital.

[8] **Hipermediaciones:** son los complejos procesos de comunicación en el entorno digital donde medios, lenguajes y usuarios interactúan de forma reticular y no lineal, creando tramas de intercambio y producción simbólica que van más allá de los medios tradicionales, permitiendo la navegación multimedia y la participación activa del usuario a través de enlaces y contenidos interconectados. (fuente)

En el ecosistema mediático digital contemporáneo, los contenidos informativos producidos en formato podcast y videopodcast no circulan a través de un único medio, sino que se distribuyen en múltiples plataformas digitales como Spotify, Apple Podcasts, YouTube o Facebook. Esta circulación multiplataforma responde a los procesos de convergencia mediática característicos de la comunicación digital actual, donde un mismo contenido informativo puede adaptarse a distintos entornos de producción, distribución y consumo (Jenkins, 2006; Scolari, 2008). En el caso de los medios regionales, esta dinámica permite ampliar el alcance de los contenidos informativos y generar nuevas formas de interacción con las audiencias digitales, configurando un ecosistema comunicativo donde producción, circulación e interacción se encuentran estrechamente articuladas.

La articulación de ambos ejes permite analizar el fenómeno en tres niveles interrelacionados: el nivel macro, asociado a las plataformas, algoritmos y estructuras económicas del ecosistema digital; el nivel meso, vinculado a las rutinas, estrategias y decisiones organizacionales de los medios regionales; y el nivel micro, centrado en las prácticas de interacción, interpretación y significación de productores y audiencias. Esta estructura conceptual proporciona una base sólida para el análisis empírico posterior y para la comprensión integral del uso del podcast y el videopodcast como canales informativos en el contexto regional.

2.2 Industrias culturales y transformación del ecosistema informativo

El concepto de industrias culturales tiene su origen en la tradición crítica de la Escuela de Frankfurt, particularmente en los planteamientos de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, quienes lo desarrollan en su análisis sobre la producción cultural en el capitalismo avanzado. En Dialéctica de la Ilustración, los autores sostienen que la cultura, al integrarse a procesos industriales, tiende

a la estandarización de los contenidos y a la subordinación de la creación simbólica a lógicas de mercado, lo que afecta la autonomía crítica de los sujetos y la función social de los medios de comunicación (Horkheimer & Adorno, 2002)

Aunque este planteamiento surge en el contexto de los medios masivos tradicionales, sus aportes continúan siendo pertinentes para analizar las dinámicas contemporáneas de producción informativa en entornos digitales. En el caso del podcast y el videopodcast, la lógica industrial señalada por Adorno y Horkheimer se reconfigura a través de plataformas digitales que, si bien amplían las posibilidades de producción, circulación y acceso a los contenidos, también mantienen mecanismos de estandarización, jerarquización y control de la visibilidad informativa. Desde esta perspectiva, el enfoque de las industrias culturales permite problematizar las tensiones entre diversidad informativa, innovación narrativa y dependencia de infraestructuras mediáticas dominantes.

La perspectiva de las industrias culturales ofrece, por tanto, un marco analítico útil para comprender la transformación del ecosistema informativo en el contexto digital. Desde este enfoque, los productos mediáticos —incluidos el podcast y el videopodcast— no se conciben únicamente como formatos tecnológicos, sino como bienes culturales cuya producción, circulación y consumo se inscriben en dinámicas económicas, simbólicas y sociales específicas.

En este sentido, Bustamante (2009) señala que las industrias culturales contemporáneas se caracterizan por procesos de digitalización, convergencia tecnológica y reconfiguración de los modelos de producción y distribución. En este nuevo escenario, los contenidos informativos dejan de circular exclusivamente a través de medios tradicionales para insertarse en plataformas digitales que amplían su alcance, pero que también introducen nuevas formas de mediación y dependencia tecnológica. Dentro de estas dinámicas, el podcast y el videopodcast emergen como formatos especialmente adaptados al entorno digital debido a su flexibilidad narrativa, su relativa accesibilidad técnica y su capacidad de circulación multiplataforma.

Desde esta perspectiva, los medios regionales forman parte de un entramado cultural en el que la producción local de contenidos se articula con circuitos globales de distribución digital. Aunque la digitalización ha reducido ciertas barreras de entrada para la producción informativa, la visibilidad y el alcance del contenido dependen en gran medida de plataformas que concentran el control de la circulación. Esta tensión entre producción descentralizada y distribución recentralizada constituye uno de los rasgos centrales de las industrias culturales digitales y resulta clave para comprender la posición que ocupan los medios regionales dentro del ecosistema informativo contemporáneo.

Asimismo, este enfoque permite analizar cómo los cambios tecnológicos influyen en las prácticas profesionales y en la organización del trabajo mediático. La incorporación del podcast y del videopodcast implica transformaciones en las rutinas productivas, en los criterios editoriales y en las estrategias de relación con las audiencias. Estas transformaciones no responden únicamente a innovaciones técnicas, sino a procesos culturales más amplios que redefinen la función social de los medios y sus modos de interacción con los públicos.

En el contexto regional, esta perspectiva adquiere especial relevancia, ya que permite situar el análisis del podcast y del videopodcast dentro de las condiciones específicas de producción cultural local. Los medios regionales operan con recursos limitados, audiencias territorialmente situadas y agendas informativas propias, lo que condiciona la manera en que integran estos formatos y los adaptan a sus necesidades comunicativas. De este modo, las industrias culturales constituyen el primer eje teórico desde el cual se analizan las prácticas informativas digitales en esta investigación, estableciendo la base para abordar posteriormente los procesos de convergencia mediática, hipermediaciones, adopción tecnológica e interacción con las audiencias.

2.3 Convergencia mediática y reconfiguración de los formatos informativos

En el marco de las industrias culturales digitales, la convergencia mediática constituye un proceso central para comprender la transformación de los formatos informativos contemporáneos. Henry Jenkins (2006) define la convergencia no como una simple integración tecnológica de medios, sino como un proceso cultural, económico y social en el que los contenidos circulan a través de múltiples plataformas, los lenguajes mediáticos se combinan y las audiencias participan activamente en la producción y resignificación de los mensajes.

Desde esta perspectiva, el podcast y el videopodcast informativo pueden entenderse como productos convergentes diseñados para desplazarse entre distintos entornos digitales y adaptarse a diversas lógicas de consumo. Un mismo contenido informativo puede circular como episodio sonoro en plataformas de streaming, como video completo en plataformas audiovisuales, como fragmentos breves en redes sociales o como insumo para publicaciones informativas derivadas. Este flujo constante de contenidos refleja una reorganización profunda del ecosistema informativo, donde la linealidad del modelo mediático tradicional es sustituida por dinámicas de circulación múltiple, fragmentada y multiplataforma.

La convergencia también implica una transformación significativa en las rutinas profesionales y en los criterios de producción informativa. Jenkins (2006) señala que los medios deben operar simultáneamente en diferentes lenguajes y plataformas, lo que exige una reorganización del trabajo comunicativo. En el caso del podcast y el videopodcast, esta transformación se manifiesta en la adopción de narrativas más conversacionales, en la flexibilización de las duraciones y en la producción de contenidos diseñados para ser reutilizados y redistribuidos en diversos formatos digitales. Para los medios regionales, estas prácticas representan una estrategia para mantener presencia y relevancia dentro de un entorno mediático cada vez más competitivo y dinámico.

Asimismo, la convergencia mediática se vincula estrechamente con la noción de cultura participativa. Según Jenkins (2006), la cultura participativa describe un entorno mediático en el que las audiencias no se limitan a consumir contenidos, sino que también los interpretan, los comentan, los comparten y, en muchos casos, contribuyen a su circulación y resignificación. En plataformas digitales, la recepción deja de ser un acto privado para convertirse en una práctica visible y colectiva, donde los usuarios interactúan públicamente con los contenidos y con otros miembros de la comunidad.

En este contexto, el podcast y el videopodcast informativo funcionan como espacios de interacción en los que se articulan dinámicas comunicativas entre medios y audiencias. A través de comentarios, reacciones, compartidos y debates públicos, las audiencias participan en la construcción del significado social de los contenidos informativos. Estas prácticas resultan particularmente relevantes en contextos regionales, donde la proximidad territorial y cultural puede fortalecer el vínculo entre los medios regionales y sus audiencias.

Desde un enfoque interpretativo, la convergencia mediática no se asume como un modelo cerrado, sino como un proceso dinámico que adquiere características específicas según el contexto en el que se desarrolla. En regiones como Mazatlán y, en general, en el estado de Sinaloa, la convergencia mediática se manifiesta de manera situada, condicionada por las capacidades organizacionales de los medios regionales, por las características de las audiencias locales y por las lógicas de funcionamiento de las plataformas digitales. Este enfoque permite comprender la convergencia mediática como una dimensión clave para analizar el uso del podcast y del videopodcast como canales informativos dentro del ecosistema mediático regional.

2.4 Hipermediaciones: plataformas, interfaces e interacción digital

Complementariamente al enfoque de la convergencia mediática, la noción de hipermediaciones, desarrollada por Carlos A. Scolari, ofrece una herramienta conceptual fundamental para analizar la comunicación digital contemporánea. Desde esta perspectiva, los procesos comunicativos no pueden entenderse como relaciones lineales entre emisor y receptor, sino como sistemas complejos en los que intervienen múltiples mediaciones técnicas, semióticas, institucionales y sociales que participan simultáneamente en la producción, circulación y recepción del contenido (Scolari, 2008)

El concepto de hipermediaciones permite comprender que los medios digitales funcionan dentro de redes de interacción donde tecnologías, plataformas, interfaces y prácticas sociales se encuentran interconectadas. En estos entornos, la comunicación no se organiza únicamente a partir del contenido emitido por los medios, sino también a partir de las formas en que las plataformas estructuran la experiencia de los usuarios y condicionan las dinámicas de interacción.

En el ecosistema digital contemporáneo, el podcast y el videopodcast informativo pueden entenderse como productos hipermediados cuya visibilidad, circulación e interpretación dependen no solo de su contenido informativo, sino también del entramado de plataformas, interfaces y algoritmos que los alojan y distribuyen. En este sentido, el análisis del podcast y del videopodcast informativo requiere superar una comprensión centrada exclusivamente en el formato como innovación comunicativa. Si bien estos formatos representan nuevas posibilidades narrativas y productivas para los medios regionales, su funcionamiento depende de un ecosistema de plataformas digitales que interviene en las condiciones de producción, distribución, visibilidad e interacción. Por ello, esta investigación entiende que la transformación comunicativa asociada a estos formatos no proviene únicamente de la incorporación del

podcast o videopodcast, sino de la relación entre actores productores, infraestructuras digitales y prácticas de consumo dentro del entorno digital.

Las plataformas digitales actúan como mediadores activos que organizan la experiencia informativa mediante criterios de recomendación, diseño de interfaz y métricas de interacción. De este modo, la circulación del contenido se encuentra influida por sistemas algorítmicos que jerarquizan la visibilidad en función de patrones de consumo y participación de los usuarios.

En este sentido, Scolari (2008) señala que las interfaces constituyen una forma central de mediación dentro de los sistemas comunicativos digitales. Las interfaces organizan la manera en que los usuarios acceden a los contenidos, interactúan con ellos y participan en las dinámicas comunicativas de las plataformas. Elementos como la disposición de los comentarios, la visibilidad de las reacciones, la reproducción automática o los sistemas de recomendación influyen directamente en la manera en que las audiencias interactúan con los contenidos informativos.

En plataformas como YouTube, Spotify o redes sociales digitales, estas mediaciones condicionan tanto la experiencia del usuario como las decisiones productivas de los medios. Los productores de contenido suelen adaptar formatos, duraciones y estilos narrativos con el objetivo de responder a las lógicas de funcionamiento de cada plataforma. De esta manera, las características técnicas y algorítmicas del entorno digital influyen directamente en las prácticas de producción informativa.

Dentro de este contexto de transformación digital también emerge el videopodcast como una evolución del podcast tradicional. A diferencia del podcast exclusivamente sonoro, el videopodcast integra simultáneamente elementos de audio y video, lo que permite su distribución a través de plataformas audiovisuales como YouTube, así como en servicios de streaming o redes sociales. Este formato amplía las posibilidades narrativas y de interacción con las audiencias al combinar las características del lenguaje audiovisual con la lógica de consumo bajo demanda propia del podcast (Spinelli & Dann, 2019).

Desde una perspectiva interpretativa, las hipermediaciones permiten comprender que la interacción entre medios y audiencias no se limita al acto de consumo informativo, sino que incluye procesos de construcción de sentido. Las audiencias digitales participan activamente mediante comentarios, reacciones, compartidos y debates públicos, generando nuevas capas de significado que se integran a la circulación del contenido informativo. En este sentido, la recepción se convierte en una práctica social observable que es visible tanto para los productores como para otros usuarios dentro del ecosistema digital.

En el caso de los medios regionales, las hipermediaciones adquieren una relevancia particular, ya que la visibilidad del contenido informativo local depende en gran medida de su inserción dentro de plataformas globales. La adopción del podcast y del videopodcast implica, por tanto, aprender a operar dentro de sistemas de mediación algorítmica que condicionan el alcance del contenido, al mismo tiempo que abren nuevas oportunidades para establecer relaciones más cercanas y participativas con las audiencias locales.

En coherencia con el enfoque interpretativo de la teoría fundamentada, el concepto de hipermediaciones se utiliza en esta investigación como un concepto sensibilizador, es decir, como una herramienta analítica que orienta la observación de los procesos comunicativos sin imponer categorías rígidas de análisis. Este enfoque permite analizar cómo las mediaciones digitales se manifiestan de manera situada en los procesos de producción, circulación e interacción del podcast y del videopodcast informativo en medios regionales.

2.5 Audiencias digitales y procesos de recepción e interacción

En el ecosistema mediático digital contemporáneo, las audiencias no pueden comprenderse como sujetos pasivos que reciben información de manera lineal. La digitalización, la convergencia mediática y la expansión de plataformas

interactivas han transformado profundamente las prácticas de consumo, interpretación y participación en torno a los contenidos informativos. En este contexto, el podcast y el videopodcast se insertan como formatos que favorecen dinámicas de recepción activa, diálogo público e interacción visible entre medios y audiencias.

Uno de los referentes teóricos fundamentales para analizar estos procesos es el modelo de codificación y decodificación propuesto por Stuart Hall (1980). Desde esta perspectiva, los mensajes mediáticos no poseen un significado único ni fijo, sino que son interpretados por las audiencias a partir de sus contextos socioculturales, experiencias y marcos de referencia. Hall plantea que los receptores pueden adoptar distintas posiciones frente a los mensajes mediáticos, que van desde una lectura dominante hasta interpretaciones negociadas u oposicionales. Este enfoque permite comprender que la recepción informativa implica procesos activos de interpretación y construcción de sentido.

En el entorno digital, estos procesos de decodificación adquieren una dimensión pública y visible. A diferencia de los medios tradicionales, donde la recepción del contenido suele ser una práctica privada, las plataformas digitales permiten que las interpretaciones de las audiencias se expresen a través de comentarios, reacciones, compartidos y debates públicos. En plataformas como YouTube, Facebook o Spotify, los espacios de interacción asociados a los contenidos informativos se convierten en lugares donde los usuarios negocian significados, expresan posicionamientos y participan en discusiones públicas sobre temas de interés social (Papacharissi, 2010).

Los estudios de audiencias también han destacado la importancia de analizar los procesos de recepción a partir de las mediaciones socioculturales que influyen en la relación entre los medios y sus públicos. En este sentido, Orozco Gómez (1997) propone comprender la recepción mediática como un proceso mediado por factores culturales, institucionales y situacionales que influyen en la manera en que las audiencias interpretan y utilizan los contenidos mediáticos. Desde esta perspectiva, el análisis de las audiencias debe considerar

las condiciones sociales, territoriales y culturales que configuran las experiencias de consumo informativo.

Este enfoque resulta especialmente pertinente para el estudio de audiencias en contextos regionales. En espacios como Mazatlán y, en general, en el estado de Sinaloa, las audiencias interpretan los contenidos informativos a partir de realidades territoriales concretas, atravesadas por problemáticas locales, identidades comunitarias y experiencias cotidianas que influyen en su relación con los medios de comunicación. En este sentido, la recepción informativa se encuentra estrechamente vinculada con el contexto sociocultural en el que se produce.

Asimismo, en el entorno digital contemporáneo, las audiencias no solo consumen contenidos, sino que también participan activamente en su circulación y resignificación. Este fenómeno puede analizarse a partir del concepto de prosumo, que describe la convergencia entre prácticas de producción y consumo mediático por parte de los usuarios (Toffler, 1980). En el ámbito de la cultura participativa, estas prácticas se amplían mediante dinámicas en las que las audiencias reinterpretan contenidos, generan fragmentos derivados, comparten episodios y promueven debates públicos en torno a los temas abordados por los medios (Jenkins, 2006).En el caso del podcast y del videopodcast informativo, estas dinámicas se manifiestan en la creación de clips, la viralización de segmentos específicos, la generación de discusiones en redes sociales o la apropiación del contenido para fines informativos, críticos o expresivos. Estas prácticas refuerzan la idea de que las audiencias digitales desempeñan un papel activo en la construcción y circulación del significado informativo dentro del ecosistema mediático digital.

Desde la perspectiva metodológica de la teoría fundamentada con enfoque constructivista, el análisis de las audiencias en esta investigación no parte de categorías previamente definidas de interacción o participación. En cambio, se busca que las formas de interpretación, interacción y participación emerjan del análisis empírico de los datos obtenidos durante el trabajo de campo.

Este enfoque permite comprender cómo las audiencias digitales regionales interactúan con el podcast y el videopodcast informativo, qué significados atribuyen a estos formatos y cómo estas prácticas influyen en la relación comunicativa entre los medios regionales y sus públicos.

2.5.1 Industrias culturales creativas, prosumidores e interacción digital

La transformación del ecosistema mediático digital permite ampliar la discusión clásica sobre las industrias culturales hacia el enfoque de las industrias culturales creativas. Mientras la perspectiva de Horkheimer y Adorno (2002) permite comprender la producción simbólica dentro de lógicas industriales y de consumo masivo, los enfoques contemporáneos sobre industrias creativas permiten analizar escenarios donde la producción cultural se articula con tecnologías digitales, plataformas interactivas, participación de audiencias y nuevas formas de circulación de contenidos (Hartley, 2005).

En este sentido, Hartley (2005) plantea que las industrias creativas permiten comprender la convergencia entre producción cultural, tecnologías digitales y participación de los usuarios. Esta perspectiva resulta pertinente para analizar el podcast y el videopodcast, ya que estos formatos no se limitan a la producción centralizada de contenidos, sino que dependen también de la interacción, circulación, apropiación y resignificación realizada por las audiencias digitales.

Asimismo, las industrias creativas y de contenidos permiten comprender que la producción cultural contemporánea ya no se limita únicamente a modelos tradicionales de comunicación masiva, sino que incorpora dinámicas de creatividad digital, circulación multiplataforma y producción flexible de contenidos. De acuerdo con Aspillaga (2014), estas industrias integran sectores vinculados con medios audiovisuales, plataformas digitales, diseño, software interactivo y contenidos distribuidos mediante tecnologías digitales.

En este contexto, el podcast y el videopodcast pueden entenderse como formatos que operan dentro de las industrias de contenidos contemporáneas, caracterizadas por procesos de convergencia tecnológica, circulación transmedia e interacción permanente entre productores y audiencias digitales.

Desde esta perspectiva, las industrias de contenidos no solo transforman las formas de distribución informativa, sino también las dinámicas de consumo y participación de las audiencias. Como señalan Garfias Frías y Cuenca Orozco (2020), los entornos digitales favorecen formas de circulación donde los contenidos se expanden mediante múltiples plataformas y donde las audiencias participan activamente en la reinterpretación y resignificación de los mensajes mediáticos.

Bajo esta mirada, las audiencias dejan de entenderse únicamente como receptoras pasivas y se ubican dentro de procesos más complejos de participación. Por otra parte, el concepto de prosumidor, originalmente desarrollado por Toffler (1980) y actualizado en el contexto digital por Ertz et al. (2025), permite analizar cómo los usuarios consumen, comparten, comentan, recomiendan y resignifican contenidos dentro de plataformas digitales. Asimismo, Jenkins (2006) señala que las dinámicas de convergencia mediática favorecen escenarios donde las audiencias participan activamente en la circulación y expansión de contenidos digitales.

Así en los entornos digitales contemporáneos, el concepto de prosumidor adquiere nuevas dimensiones relacionadas con la creación de valor, la circulación colaborativa y la participación distribuida dentro de plataformas digitales. De acuerdo con Ertz et al. (2025), los prosumidores pueden entenderse como actores que generan valor tanto para sí mismos como para otros usuarios, organizaciones o comunidades digitales mediante prácticas de interacción, recomendación, difusión y apropiación de contenidos.

Estas dinámicas resultan especialmente relevantes en formatos como el podcast y el videopodcast informativo, donde las audiencias participan no solo mediante consumo informativo, sino también a través de la circulación de

episodios, fragmentación de clips, recomendaciones y distintas formas de interacción digital. No obstante, las formas de participación contemporánea no siempre son visibles públicamente dentro de las plataformas digitales, situación que permite problematizar las formas tradicionales de comprender la interacción y participación de las audiencias en entornos digitales.

Sin embargo, en el caso de esta investigación, los hallazgos también permiten observar formas de participación menos visibles, como el consumo silencioso, en el que las audiencias consumen contenidos informativos sin generar necesariamente comentarios, reacciones o participación pública. Esta situación permite problematizar las formas tradicionales de comprender la interacción digital, ya que no toda participación es visible dentro de las plataformas.

Por ello, el enfoque de industrias culturales creativas permite complementar la perspectiva crítica de las industrias culturales clásicas, al considerar que la producción informativa digital no depende únicamente de los medios, sino también de plataformas, algoritmos, audiencias y dinámicas de interacción (Hesmondhalgh, 2018). En el caso de los medios regionales, esta perspectiva permite comprender cómo el podcast y el videopodcast se insertan en un ecosistema donde la creatividad, la circulación digital y la participación de las audiencias forman parte de las nuevas condiciones de producción cultural.

2.6 La adopción del podcast y videopodcast como proceso socio técnico en medios regionales

La incorporación del podcast y del videopodcast por parte de los medios regionales no puede entenderse únicamente como una decisión técnica o instrumental. Se trata de un proceso sociotécnico que involucra transformaciones organizacionales, culturales y profesionales dentro de las redacciones, así como la adaptación a entornos digitales mediados por plataformas. Desde esta

perspectiva, la adopción de estos formatos se concibe como un proceso gradual mediante el cual los medios integran nuevas herramientas tecnológicas dentro de sus prácticas informativas existentes.

Los estudios sobre difusión y adopción de innovaciones, particularmente los aportes de Everett Rogers, ofrecen un marco conceptual útil para comprender cómo las innovaciones tecnológicas se incorporan a distintos sistemas sociales y organizacionales. Así, Rogers (2003) define la difusión de innovaciones como el proceso mediante el cual una innovación se comunica a través de determinados canales a lo largo del tiempo entre los miembros de un sistema social. En el caso de las organizaciones mediáticas, este proceso implica la evaluación, adaptación e integración de nuevas tecnologías dentro de las rutinas productivas y las estrategias informativas.

No obstante, en esta investigación los aportes de Rogers se utilizan como una herramienta analítica orientadora y no como un modelo determinista de explicación. La adopción del podcast y del videopodcast se analiza en función de las condiciones específicas de los medios regionales, sus recursos disponibles, sus rutinas profesionales y las características de sus audiencias. De esta manera, la adopción tecnológica se entiende como un proceso situado que depende de factores organizacionales, culturales y contextuales propios de cada medio (Rogers, 2003).

Desde el enfoque de las industrias culturales, la adopción del podcast y del videopodcast también se relaciona con la necesidad de los medios de diversificar sus canales informativos, ampliar su presencia en entornos digitales y mantener relevancia dentro de un ecosistema mediático cada vez más competitivo. La transición hacia formatos bajo demanda responde tanto a cambios en los hábitos de consumo informativo de las audiencias como a la presión por adaptarse a las lógicas de circulación de las plataformas digitales (Bustamante, 2009).

Este proceso de adopción implica una reconfiguración de las rutinas productivas dentro de los medios informativos. La incorporación del podcast y del

videopodcast requiere el desarrollo de nuevas competencias profesionales, la reorganización de los tiempos de producción y la adaptación de los contenidos a formatos conversacionales y audiovisuales que difieren de las estructuras tradicionales del periodismo radiofónico o televisivo. Asimismo, la adopción de estos formatos suele estar condicionada por factores como la disponibilidad de recursos técnicos, la formación del personal, la cultura organizacional de las redacciones y las posibilidades de inserción en plataformas digitales.

En el caso de los medios regionales, estas condiciones adquieren una relevancia particular. A diferencia de los grandes conglomerados mediáticos, los medios regionales suelen operar con recursos limitados y estructuras organizativas más reducidas, lo que influye en la manera en que integran nuevas tecnologías y formatos informativos. En este sentido, la adopción del podcast y del videopodcast no responde únicamente a tendencias globales de digitalización, sino también a estrategias específicas mediante las cuales los medios regionales buscan fortalecer su presencia informativa en el entorno digital.

Desde una perspectiva interpretativa, la adopción del podcast y del videopodcast también transforma la relación entre los medios y sus audiencias. Estos formatos favorecen estilos comunicativos más cercanos, conversacionales y flexibles, que pueden facilitar formas de interacción más directas entre periodistas, productores y públicos. En contextos regionales, esta dimensión resulta especialmente relevante, ya que permite fortalecer vínculos comunitarios y generar espacios de discusión pública en torno a temas de interés local.

En coherencia con el enfoque constructivista de la teoría fundamentada, la adopción del podcast y del videopodcast se aborda en esta investigación como una categoría analítica que se construye a partir del análisis empírico de las prácticas mediáticas y de las percepciones de los actores involucrados. Este enfoque permite comprender la adopción de estos formatos no como un proceso lineal o predeterminado, sino como una dinámica compleja y situada, influida por

múltiples factores socioculturales, organizacionales y tecnológicos que configuran las prácticas informativas en los medios regionales.

2.7 Economía política de la comunicación y medios informativos regionales

La economía política de la comunicación constituye el segundo eje teórico central de esta investigación, ya que permite analizar las condiciones estructurales que organizan la producción, distribución y circulación de los contenidos informativos en el ecosistema digital contemporáneo. Desde este enfoque, los medios de comunicación no se conciben únicamente como espacios de expresión simbólica, sino como organizaciones insertas en relaciones de poder, propiedad y control que influyen tanto en sus prácticas productivas como en su capacidad para alcanzar a las audiencias.

Vincent Mosco (2009) define la economía política de la comunicación como el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que configuran la producción, distribución y consumo de los recursos comunicativos. Desde esta perspectiva, el análisis de los medios debe considerar procesos como la mercantilización, la especialización y la estructuración, conceptos que permiten comprender cómo los contenidos mediáticos se integran en dinámicas económicas más amplias y cómo estas influyen en las prácticas comunicativas.

Aplicado al entorno digital contemporáneo, este enfoque permite analizar cómo los procesos de digitalización y globalización han transformado las estructuras tradicionales del sistema mediático. Aunque las tecnologías digitales han ampliado las posibilidades de producción y circulación de contenidos, también han generado nuevas formas de concentración del poder comunicativo en manos de grandes corporaciones tecnológicas que controlan infraestructuras de distribución y plataformas de acceso a la información (Mosco, 2009).

Desde esta perspectiva, el podcast y el videopodcast informativo no pueden analizarse de manera aislada de las condiciones económicas y organizacionales que los hacen posibles. Aunque estos formatos suelen asociarse con ideas de democratización de la producción mediática y accesibilidad tecnológica, su circulación se encuentra fuertemente mediada por plataformas digitales que funcionan como intermediarios centrales en la distribución del contenido.

Diversos autores han señalado que la digitalización ha generado una aparente descentralización en la producción de contenidos, pero al mismo tiempo ha producido una recentralización en la distribución, concentrada en un número limitado de plataformas globales (Becerra & Mastrini, 2010). Estas plataformas operan como intermediarios que organizan los flujos informativos mediante sistemas de recomendación, métricas de interacción y modelos de negocio basados en la economía de la atención.

En este contexto, los medios regionales enfrentan condiciones estructurales particulares dentro del sistema mediático. A diferencia de los grandes conglomerados mediáticos, los medios regionales suelen operar con recursos económicos limitados, estructuras organizacionales reducidas y audiencias territorialmente situadas. Estas condiciones influyen en las estrategias mediante las cuales los medios regionales adoptan nuevos formatos informativos y buscan posicionarse dentro del entorno digital.

Autores como Becerra y Mastrini (2010) han señalado que las transformaciones del sistema mediático contemporáneo deben analizarse a partir de las condiciones estructurales que organizan la producción, circulación y acceso a la información. Aunque la digitalización y la convergencia tecnológica han ampliado las posibilidades de producción y distribución de contenidos, persisten procesos de concentración de la propiedad, centralización de la producción informativa y desigualdades en el acceso a recursos comunicativos, lo que genera condiciones diferenciadas para medios regionales y grandes corporaciones mediáticas. Desde esta perspectiva, el análisis de los medios

requiere considerar las relaciones de poder que atraviesan el ecosistema comunicativo y las formas en que estas condicionan la diversidad y pluralidad informativa (Becerra & Mastrini, 2010; Martín Barbero, 2010)

Desde esta perspectiva, el análisis del podcast y del videopodcast informativo en medios regionales permite observar cómo estos actores se insertan dentro de un sistema mediático caracterizado por tensiones entre descentralización productiva y concentración de la distribución. La adopción de estos formatos puede entenderse como una estrategia mediante la cual los medios regionales buscan ampliar sus canales de circulación informativa y fortalecer su presencia en el ecosistema digital.

En coherencia con el enfoque interpretativo de esta investigación, la economía política de la comunicación no se utiliza como un esquema determinista que explique de manera causal las prácticas mediáticas. Más bien, se emplea como un marco analítico que permite contextualizar las condiciones estructurales dentro de las cuales operan los medios regionales. Este enfoque facilita articular el análisis del nivel macro, relacionado con las estructuras económicas y tecnológicas del sistema mediático, con el nivel meso, vinculado a las decisiones organizacionales y productivas de los medios regionales.

De este modo, la economía política de la comunicación aporta herramientas conceptuales fundamentales para comprender cómo las relaciones de poder, las dinámicas de mercado y la concentración de infraestructuras digitales influyen en la producción y circulación del podcast y del videopodcast informativo en el contexto regional.

2.8 Plataformas digitales, poder y condiciones de producción y circulación

En el ecosistema digital contemporáneo, las plataformas digitales se han consolidado como actores centrales en la organización de la comunicación pública. Empresas como YouTube, Spotify, Facebook y otras plataformas de streaming no solo funcionan como canales de distribución de contenidos, sino también como infraestructuras tecnológicas que regulan la visibilidad, el acceso y la circulación de la información mediante sistemas algorítmicos y modelos de negocio propios.

Desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, estas plataformas pueden entenderse como espacios de concentración del poder comunicativo. Mosco (2009) señala que la digitalización no elimina las relaciones de control dentro del sistema mediático, sino que las reconfigura, trasladando parte del poder de intermediación hacia infraestructuras tecnológicas privadas que organizan el acceso a la información. En este contexto, los medios informativos producen contenidos que circulan dentro de entornos digitales cuya lógica responde a intereses comerciales globales.

Diversos estudios han señalado que la digitalización ha facilitado la producción descentralizada de contenidos, pero al mismo tiempo ha generado procesos de recentralización en la distribución, concentrados en un número reducido de plataformas que controlan los flujos informativos (Mastrini & Becerra, 2009). Estas plataformas organizan la circulación del contenido mediante sistemas de recomendación, métricas de interacción y algoritmos que priorizan determinados contenidos en función de patrones de consumo y *engagement* de los usuarios.

En este escenario, la visibilidad de los contenidos informativos producidos por medios regionales depende en gran medida de su inserción dentro de estas infraestructuras digitales. La circulación del podcast y del videopodcast no

responde únicamente a decisiones editoriales de los medios, sino también a dinámicas algorítmicas que influyen en la recomendación, posicionamiento y alcance de los contenidos dentro de las plataformas.

Estas condiciones influyen directamente en las estrategias de producción informativa. Los medios suelen adaptar características de sus contenidos, como la duración, la estructura narrativa, la periodicidad de publicación o el formato audiovisual, en función de las lógicas de funcionamiento de las plataformas digitales. En el caso del videopodcast, por ejemplo, la visibilidad dentro de plataformas como YouTube se encuentra estrechamente vinculada con métricas como la retención de audiencia, el tiempo de visualización o la interacción de los usuarios.

Para los medios regionales, estas dinámicas generan una tensión constante entre la lógica informativa y la lógica algorítmica. Por un lado, los medios buscan cumplir una función social relacionada con la producción de información de interés público; por otro, deben adaptarse a criterios de visibilidad que priorizan la interacción y la permanencia del usuario dentro de la plataforma. Esta tensión influye en las decisiones editoriales y en las formas en que los contenidos informativos son producidos, presentados y distribuidos en entornos digitales.

Desde una perspectiva interpretativa, el análisis de estas condiciones no se plantea como una explicación causal de las prácticas mediáticas, sino como una comprensión situada de los marcos estructurales que influyen en la producción y circulación del contenido informativo. La economía política de la comunicación permite así contextualizar las decisiones observadas en los medios regionales, articulando las dimensiones económicas, tecnológicas y organizacionales que atraviesan la producción del podcast y del videopodcast informativo.

En este sentido, el estudio de las plataformas digitales resulta fundamental para comprender cómo se configuran las condiciones de circulación de los contenidos informativos en el ecosistema digital contemporáneo, así como las

estrategias mediante las cuales los medios regionales buscan posicionar sus producciones dentro de un entorno mediático caracterizado por la competencia por la visibilidad y la atención de las audiencias.

Desde la economía política de la comunicación, el análisis de las plataformas digitales también permite problematizar las condiciones de monetización y sostenibilidad de los contenidos informativos. En el caso del podcast y el videopodcast, la visibilidad no depende únicamente de la calidad del contenido o de las decisiones editoriales de los productores, sino también de lógicas algorítmicas que organizan la recomendación, el alcance y la permanencia de los usuarios dentro de las plataformas (Mosco, 2009).

Estas dinámicas se relacionan con la economía de la atención, ya que las plataformas tienden a privilegiar contenidos capaces de generar tiempo de visualización, interacción, retención y circulación constante. En este escenario, los medios regionales enfrentan el desafío de producir contenidos informativos que respondan a sus objetivos periodísticos, pero que al mismo tiempo logren adaptarse a las condiciones de visibilidad, distribución y sostenibilidad impuestas por las plataformas digitales (Mastrini & Becerra, 2010; Becerra & Mastrini, 2010; Martín-Barbero, 2010).

En este escenario, las plataformas digitales no operan únicamente como espacios técnicos de distribución, sino como estructuras que reorganizan las dinámicas contemporáneas de producción cultural, circulación informativa e interacción con las audiencias. En el caso del podcast y del videopodcast informativo regional, estas plataformas funcionan simultáneamente como canales de difusión, espacios de interacción y entornos condicionados por lógicas algorítmicas y de monetización, lo que influye directamente en las estrategias productivas y narrativas desarrolladas por los medios regionales.

Desde esta perspectiva, las plataformas digitales adquieren una relevancia metodológica dentro de esta investigación, ya que durante el proceso de análisis empírico emergieron como una dimensión explicativa fundamental para comprender las transformaciones observadas en los medios regionales. La

codificación abierta y axial permitió identificar que el podcast y el videopodcast no pueden analizarse como formatos aislados, sino como prácticas comunicativas insertas en sistemas digitales donde las decisiones de producción, circulación e interacción se encuentran condicionadas por las características de las plataformas utilizadas.

Esta comprensión permitió ampliar la mirada del estudio hacia los actores involucrados en la creación y producción de contenidos digitales, incorporando perspectivas complementarias de productores y creadores que permitieron profundizar en las estrategias mediante las cuales los contenidos informativos son diseñados, adaptados y distribuidos dentro del ecosistema digital.

2.9 Articulación del marco teórico y vinculación con la investigación empírica

El marco teórico desarrollado en este capítulo se construye a partir de la integración de dos enfoques centrales: la teoría de las industrias culturales y la economía política de la comunicación. Esta articulación permite comprender el fenómeno del podcast y del videopodcast informativo en medios regionales no como un hecho aislado o meramente tecnológico, sino como un proceso complejo que involucra dimensiones culturales, organizacionales, tecnológicas y económicas dentro del ecosistema mediático digital contemporáneo.

Desde el nivel macro, los aportes de la economía política de la comunicación permiten analizar las condiciones estructurales del sistema mediático digital. Autores como Mosco (2009), Mastrini y Becerra (2009) destacan cómo la digitalización ha transformado las formas de producción, distribución y circulación de los contenidos mediáticos, al mismo tiempo que ha concentrado el control de las infraestructuras comunicativas en grandes plataformas tecnológicas. En este nivel, el podcast y el videopodcast informativo se comprenden como productos culturales que circulan dentro de un entorno

digital globalizado, donde las plataformas, los algoritmos y las métricas de interacción influyen en la visibilidad y alcance de los contenidos informativos.

En el nivel meso, el marco teórico permite analizar las transformaciones organizacionales que experimentan los medios regionales al incorporar nuevos formatos informativos. La convergencia mediática propuesta por Jenkins (2006) y el concepto de hipermediaciones desarrollado por Scolari (2008) ofrecen herramientas conceptuales para comprender cómo los medios reorganizan sus rutinas productivas, adaptan narrativas y distribuyen contenidos en entornos multiplataforma. Desde esta perspectiva, la adopción del podcast y del videopodcast puede entenderse como un proceso sociotécnico mediante el cual los medios regionales integran nuevos formatos dentro de sus estrategias informativas y de posicionamiento digital.

En el nivel micro, los estudios de audiencias permiten analizar los procesos de interpretación, participación e interacción que se generan en torno a los contenidos informativos digitales. El modelo de codificación y decodificación de Hall (1980) y el enfoque de mediaciones propuesto por Orozco Gómez (1997) permiten comprender cómo las audiencias interpretan, negocian y resignifican los contenidos informativos en función de sus contextos socioculturales. En el entorno digital, estas dinámicas se expresan a través de prácticas de interacción como comentarios, reacciones, compartidos o debates públicos que forman parte de la circulación social del contenido informativo.

La integración de estos tres niveles —macro, meso y micro— constituye una estrategia analítica que permite abordar el fenómeno del podcast y del videopodcast informativo desde una perspectiva multidimensional. Este enfoque evita interpretaciones reduccionistas centradas exclusivamente en los aspectos tecnológicos y permite analizar simultáneamente las estructuras del sistema mediático, las prácticas organizacionales de los medios y las experiencias de interacción de las audiencias.

En coherencia con el enfoque constructivista de la teoría fundamentada, el marco teórico no se utiliza en esta investigación como un esquema rígido de

verificación de hipótesis, sino como un conjunto de conceptos sensibilizadores que orientan la interpretación del fenómeno estudiado. Estos conceptos permiten establecer un diálogo entre los aportes teóricos y los datos empíricos obtenidos durante el trabajo de campo, favoreciendo la construcción progresiva de categorías analíticas a partir del análisis de las prácticas mediáticas observadas.

Esta articulación teórica se vincula directamente con los objetivos y preguntas de investigación planteados en el capítulo anterior, ya que proporciona un andamiaje conceptual que permite analizar:

a. Cómo los medios regionales adoptan el podcast y el videopodcast como canales informativos
b. Cómo estos formatos circulan dentro de plataformas digitales y redes sociales
c. Cómo las audiencias interactúan, interpretan y participan en torno a estos contenidos
d. Qué significados adquiere esta adopción dentro del contexto sociocultural regional

En síntesis, el marco teórico establece las bases conceptuales necesarias para el desarrollo del capítulo metodológico y del análisis empírico posterior. La integración de los enfoques de industrias culturales, convergencia mediática, hipermediaciones, estudios de audiencias, adopción tecnológica y economía política de la comunicación permite comprender de manera integral el fenómeno del podcast y del videopodcast informativo en medios regionales.

A partir de esta articulación conceptual, el podcast y el videopodcast informativo se entienden como fenómenos comunicativos complejos cuya producción, circulación e interacción son resultado de relaciones dinámicas entre medios regionales, plataformas digitales y audiencias, constituyendo el punto de partida para el análisis empírico desarrollado en los capítulos posteriores. Bajo esta perspectiva, los actores vinculados con la producción de contenidos digitales adquieren relevancia analítica, ya que permiten comprender cómo las transformaciones del ecosistema mediático son experimentadas, interpretadas y

apropiadas desde las prácticas concretas de quienes producen información en entornos regionales.

CAPITULO 3. MARCO METODOLOGICO

3.1 Enfoque epistemológico y metodológico

La presente investigación se inscribe dentro del paradigma interpretativo–constructivista, el cual concibe la realidad social como una construcción intersubjetiva producida a través de prácticas simbólicas, interacciones sociales y contextos históricos específicos. Desde esta perspectiva, el conocimiento no se entiende como una representación objetiva y neutral de la realidad, sino como el resultado de procesos de interpretación situados, donde investigador y participantes que construyen significados (Guba & Lincoln, 2000).

Este enfoque resulta pertinente para el estudio del podcast y el videopodcast como canales informativos en medios regionales, ya que el interés central de la investigación no radica en medir impactos cuantificables o establecer relaciones causales, sino en comprender cómo estos formatos son adoptados, utilizados e interpretados por los medios y sus audiencias dentro de un ecosistema comunicativo específico. En este sentido, el análisis se orienta a explorar significados, prácticas, narrativas y formas de interacción que emergen en el entorno digital regional.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación adopta un enfoque mixto con predominio cualitativo con apoyo de componentes cuantitativos descriptivos, lo que permite articular una mirada comprensiva del fenómeno sin reducirlo a indicadores numéricos. De acuerdo con Rodríguez y Pérez (2017), los métodos cualitativos son especialmente adecuados cuando el objetivo es interpretar procesos sociales complejos, prácticas comunicativas y dinámicas

culturales que no pueden ser explicadas únicamente mediante mediciones estadísticas.

En este diseño metodológico, los componentes cuantitativos y cualitativos cumplen funciones diferenciadas pero complementarias. Mientras que los datos cuantitativos obtenidos mediante los cuestionarios permiten describir patrones generales de consumo, plataformas utilizadas y niveles de interacción de las audiencias digitales, los datos cualitativos provenientes de las entrevistas, el análisis de contenidos y el proceso de codificación mediante teoría fundamentada posibilitan comprender los significados, prácticas y relaciones que subyacen a dichos comportamientos. La integración de ambas perspectivas fortalece la interpretación del fenómeno mediante un proceso de triangulación metodológica que no busca validar un enfoque con el otro, sino construir una comprensión más amplia e integral del podcast y el videopodcast como canales informativos en medios regionales.

Asimismo, el estudio se fundamenta en una lógica de razonamiento inductivo–deductiva. Por un lado, el razonamiento inductivo permite que las categorías analíticas emerjan del contacto directo con los datos empíricos, entrevistas, contenidos informativos y prácticas de interacción digital, en proporción con los principios de la teoría fundamentada constructivista (Charmaz, 2006).

Por otro lado, el razonamiento deductivo se manifiesta en el diálogo constante con los marcos teóricos previamente construidos, particularmente los vinculados a la convergencia digital, las hipermediaciones, las industrias culturales y las teorías de audiencias, los cuales orientan la interpretación del fenómeno.

Desde este contexto, la investigación se sitúa como un estudio interpretativo, descriptivo–analítico, cuyo propósito es generar comprensión teórica situada sobre la adopción del podcast y el videopodcast en medios regionales, sin pretender generalizaciones universales, sino explicaciones contextualizadas y transferibles (Guba & Lincoln, 2000).

3.2 Diseño de investigación

El diseño de la investigación corresponde a un diseño mixto con predominio cualitativo de carácter flexible, adecuado para el análisis de fenómenos comunicativos contemporáneos en contextos específicos. Este tipo de diseño permite adaptarse a las dinámicas cambiantes del campo de estudio y responder a la naturaleza procesual del objeto de investigación (LaRossa, 2005).

El estudio no se plantea como un estudio de caso clásico, sino como una investigación basada en teoría fundamentada de orientación constructivista, cuyo objetivo es desarrollar interpretaciones teóricas a partir de los datos empíricos, reconociendo el papel activo del investigador en la construcción del conocimiento (Charmaz, 2006).

Desde esta lógica, la investigación toma como referencia principal cuatro medios regionales de Sinaloa:

- *TVP Mazatlán*
- *¿Qué Pasa en Mazatlán?*
- *Los Noticieristas*
- *Noticias Digitales Sinaloa*

Estos medios fueron seleccionados como espacios principales de observación del fenómeno estudiado, debido a su participación en la producción, circulación y distribución de contenidos informativos digitales dentro del contexto regional.

De manera complementaria, la investigación incorporó entrevistas con productores y creadores vinculados con otros proyectos informativos regionales mediante un proceso de muestreo teórico, privilegiando su capacidad para aportar información relevante sobre los procesos de producción, circulación e interacción asociados al podcast y videopodcast informativo.

Esta incorporación respondió a la naturaleza flexible y emergente del enfoque de teoría fundamentada constructivista. Durante el desarrollo del trabajo de campo y los procesos de codificación abierta y axial, se identificó que la transformación del ecosistema informativo digital no podía comprenderse únicamente desde la incorporación del podcast y videopodcast como formatos, sino desde las relaciones entre plataformas digitales, prácticas de producción, estrategias de circulación y formas de interacción con las audiencias.

Por ello, se incorporaron como informantes complementarios mediante muestreo teórico productores y creadores vinculados con *El Contrapeso Informativo y En la Banca.* Estos proyectos no fueron considerados como unidades principales de análisis ni como casos equivalentes a los cuatro medios seleccionados inicialmente, sino como fuentes complementarias orientadas a ampliar la comprensión del fenómeno desde la perspectiva de actores involucrados directamente en la creación, producción y distribución de contenidos digitales.

La incorporación de estos informantes permitió contrastar experiencias de producción informativa digital y fortalecer la construcción de categorías emergentes relacionadas con las plataformas digitales, las transformaciones de las rutinas productivas y las nuevas formas de relación entre productores y audiencias. En consecuencia, las conclusiones del estudio se construyen principalmente a partir del análisis de los cuatro medios definidos como núcleo empírico, mientras que los proyectos complementarios funcionan como evidencia adicional dentro del proceso de triangulación metodológica.

El diseño contempla la articulación de tres niveles analíticos que estructuran la investigación:

1. **Nivel macro**, orientado al análisis de las condiciones estructurales del ecosistema digital, incluyendo plataformas de streaming, lógicas algorítmicas y procesos de convergencia mediática.

2. **Nivel meso**, centrado en las prácticas organizacionales y rutinas productivas de los medios regionales en la adopción del podcast y el videopodcast como canales informativos.
3. **Nivel micro**, enfocado en los procesos de interacción, interpretación y resignificación que realizan las audiencias digitales frente a los contenidos informativos.

Esta estructura multinivel permite comprender el fenómeno de manera integral, evitando reduccionismos técnicos o determinismos tecnológicos, y atendiendo tanto a las dimensiones institucionales como a las experiencias subjetivas de los actores involucrados (Ritzer, 1993).

El alcance del estudio es descriptivo–analítico, ya que busca describir las características del uso del podcast y el videopodcast en medios regionales y, al mismo tiempo, analizar las dinámicas de interacción que se generan con las audiencias digitales. No se persigue la comprobación de hipótesis en sentido positivista, sino la construcción de explicaciones interpretativas basadas en la triangulación de datos cualitativos y cuantitativos descriptivos.

Finalmente, el diseño metodológico se apoya en la revisión exploratoria y análisis cualitativo complementario de contenidos, entrevistas semiestructuradas, cuestionarios aplicados a audiencias digitales y análisis de métricas públicas de interacción, integrados de manera coherente dentro de un enfoque mixto con predominio cualitativo. Esta articulación permite captar tanto las prácticas discursivas y productivas de los actores involucrados como los patrones de consumo y participación observables en las plataformas digitales, fortaleciendo la validez interpretativa del estudio (Elo & Kyngäs, 2008).

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La presente investigación empleó una estrategia de recolección de datos múltiple, coherente con el enfoque interpretativo–constructivista y con el diseño mixto de predominio cualitativo. La combinación de técnicas permitió aproximarse al fenómeno desde tres dimensiones complementarias: la producción informativa, las características de los contenidos digitales y las prácticas de consumo e interacción desarrolladas por las audiencias.

Para ello se utilizaron cuatro técnicas principales:

1. **Entrevistas semiestructuradas a productores y responsables de contenidos**, orientadas a comprender las experiencias, significados y decisiones relacionadas con la producción del podcast y videopodcast informativo.
2. **Análisis cualitativo complementario de contenidos informativos**, utilizado para identificar características narrativas, formatos de presentación, estrategias de circulación y elementos de interacción presentes en los contenidos seleccionados.
3. **Observación y registro de interacción en plataformas digitales**, enfocada en identificar formas visibles de participación mediante métricas públicas como visualizaciones, comentarios, reacciones y compartidos.
4. **Cuestionario estructurado aplicado a audiencias digitales**, destinado a describir patrones de consumo informativo, plataformas utilizadas, niveles de interacción y percepción sobre los contenidos digitales.

La integración de estas técnicas permitió desarrollar un proceso de triangulación metodológica, donde los discursos de los productores, las características observables de los contenidos, las métricas públicas de interacción y las prácticas reportadas por las audiencias fueron contrastados para construir una comprensión integral del fenómeno estudiado.

De acuerdo con Elo y Kyngäs (2008), la utilización de múltiples fuentes de datos contribuye a una comprensión más profunda del fenómeno y permite contrastar prácticas, discursos y patrones de interacción, evitando lecturas parciales o reduccionistas.

3.3.1 Revisión exploratoria y análisis cualitativo complementario de contenidos informativos en podcast y videopodcast

Como parte del proceso de interpretación del fenómeno estudiado, la investigación incorporó una revisión exploratoria y un análisis cualitativo complementario de contenidos informativos en formato podcast y videopodcast producidos por los medios regionales seleccionados. Esta estrategia no se planteó como un estudio autónomo ni como un análisis exhaustivo de contenido en sentido clásico, sino como una herramienta orientada a contextualizar y contrastar los discursos obtenidos mediante las entrevistas semiestructuradas, las prácticas de circulación digital observadas y las formas de interacción visibles de las audiencias.

El análisis de contenidos se desarrolló desde una perspectiva cualitativa e interpretativa, con el propósito de identificar características generales de los productos informativos digitales, sus formas narrativas, estrategias de distribución y mecanismos de vinculación con las audiencias. En este sentido, los contenidos observados fueron considerados como expresiones situadas dentro de un ecosistema mediático digital en transformación, donde interactúan las rutinas profesionales de los medios, las posibilidades técnicas de las plataformas y las prácticas de consumo de los usuarios.

Para este proceso se utilizaron matrices de observación que permitieron sistematizar los elementos identificados en los contenidos seleccionados. Estas matrices contemplaron dimensiones relacionadas con: identificación del medio y contenido analizado, plataforma de circulación, tipo de formato (podcast, videopodcast, reel, transmisión en vivo o fragmento audiovisual), temática principal, duración aproximada, recursos narrativos utilizados, presencia de elementos conversacionales, llamados explícitos a la participación de la

audiencia e indicadores visibles de interacción digital como visualizaciones, reacciones, comentarios y compartidos.

Los criterios de selección de los contenidos observados respondieron a su relevancia temática, presencia dentro de las plataformas digitales de los medios analizados y disponibilidad de indicadores públicos de circulación e interacción. Por ello, la revisión consideró contenidos publicados dentro del periodo delimitado (2022–2025), privilegiando aquellos que permitían observar las estrategias mediante las cuales los medios producen, distribuyen y presentan información en entornos digitales.

Estas matrices fueron utilizadas como apoyo para la comparación entre los contenidos analizados, los discursos obtenidos mediante las entrevistas semiestructuradas y los registros de interacción disponibles en las plataformas digitales. De esta manera, el análisis cualitativo complementario se integró al proceso general de triangulación metodológica, permitiendo contrastar las características de los productos informativos, las prácticas declaradas por los productores y las formas visibles y no visibles de apropiación de los contenidos por parte de las audiencias.

Desde esta perspectiva, el análisis no tuvo como finalidad realizar una medición cuantitativa de frecuencias ni establecer generalizaciones estadísticas sobre el conjunto de publicaciones digitales existentes. Su propósito fue construir una comprensión interpretativa sobre cómo el podcast y el videopodcast funcionan como formatos informativos dentro del ecosistema mediático regional y cómo se articulan con las lógicas de circulación, interacción y consumo desarrolladas en las plataformas digitales.

El procedimiento analítico se apoyó en principios del análisis cualitativo de contenido, particularmente en las fases de lectura comprensiva, identificación de unidades de significado y organización de elementos interpretativos, los cuales dialogaron de manera constante con los datos obtenidos mediante entrevistas semiestructuradas y cuestionarios aplicados a las audiencias. Este proceso permitió integrar diferentes fuentes de evidencia dentro de la lógica inductiva y

comparativa de la teoría fundamentada de orientación constructivista (Charmaz, 2006).

De este modo, la revisión exploratoria y análisis cualitativo complementario de contenidos informativos cumplió una función de triangulación interpretativa, fortaleciendo la coherencia interna del estudio al permitir contrastar tres dimensiones del fenómeno: los contenidos producidos por los medios regionales, las experiencias y decisiones expresadas por los productores, y las formas de consumo e interacción desarrolladas por las audiencias digitales. La matriz de observación utilizada durante este proceso se incorpora como anexo metodológico con el propósito de transparentar las dimensiones consideradas en el análisis.

3.3.2 Entrevistas semiestructuradas a productores y responsables de contenido

Como técnica complementaria, se realizaron entrevistas semiestructuradas a actores clave involucrados en la producción de podcast y videopodcast informativo regional. Las entrevistas permiten acceder a las percepciones, decisiones, criterios profesionales y significados que los productores atribuyen a estos formatos dentro de sus rutinas informativas.

- Las entrevistas se orientaron a explorar aspectos como:
- motivaciones para adoptar el podcast y el videopodcast
- transformaciones en las rutinas periodísticas
- criterios editoriales y narrativos
- relación con las plataformas digitales
- lectura e interpretación de la interacción de las audiencias
- tensiones entre lógica informativa y lógica algorítmica.

Se realizaron ocho entrevistas semiestructuradas a actores vinculados con la producción de podcast y videopodcast informativo regional en el estado de Sinaloa. La selección de participantes se realizó mediante un muestreo intencional, considerando criterios como experiencia profesional, participación

activa en la producción de contenidos digitales informativos y trayectoria dentro de medios regionales.

Los participantes fueron:

- Milton Rojo (*Los Noticieristas*), periodista, docente, conductor y creador de podcast.
- Marco Aceves (*Los Noticieristas*), periodista, docente y conductor de podcast.
- María Luisa Guerrero (*Los Noticieristas*), periodista, locutora de radio, conductora y creadora de videopodcast.
- José Luis Guízar “Pepe Guízar” (*El Contrapeso Informativo*), conductor, director y creador de videopodcast.
- Francisco Arce (*TVP Mazatlán*), director y productor.
- Daniel Guzmán (*Noticias Digitales Sinaloa*), periodista, locutor de radio, creador y director de videopodcast.
- Dr. Sergio Miguel Hernández Medina (*En la Banca*), productor, conductor y director de videopodcast.
- Fabián Maldonado (*¿Qué Pasa en Mazatlán?*), productor de videopodcast.

Las entrevistas abordaron temas relacionados con procesos de producción, estrategias de distribución, uso de plataformas digitales, interacción con audiencias, métricas de desempeño y percepción sobre las formas de participación de los usuarios.

Desde la perspectiva de la teoría fundamentada constructivista, las entrevistas no se conciben como instrumentos para verificar hipótesis, sino como espacios de producción de sentido donde los discursos de los participantes contribuyen a la construcción analítica del fenómeno (Charmaz, 2006; LaRossa, 2005). El guion de entrevista mantuvo un carácter flexible que permitió profundizar en temas emergentes durante el proceso de investigación, en concordancia con los principios de la teoría fundamentada constructivista (Charmaz, 2006).

3.3.3 Observación y análisis de interacción en plataformas digitales

De manera complementaria, la investigación incorporó la observación y el análisis de interacción en las plataformas digitales utilizadas para la distribución y circulación de podcast y videopodcast informativo regional. Esta técnica permitió identificar las formas visibles de participación de las audiencias, así como las dinámicas de circulación y apropiación de los contenidos dentro de los entornos digitales.

El análisis consideró plataformas como YouTube, Facebook, Spotify, Apple Podcasts, TikTok e Instagram, debido a su relevancia en la circulación de contenidos informativos en formato sonoro, audiovisual y fragmentado. En el caso de TikTok e Instagram, la observación se centró principalmente en *reels*, clips y fragmentos derivados de podcast y videopodcast, ya que estos formatos funcionan como estrategias de promoción, redistribución y ampliación del alcance de los contenidos originales.

La observación incluyó indicadores descriptivos como número de reproducciones o visualizaciones, comentarios, reacciones, compartidos y participación durante transmisiones en vivo, cuando esta información se encontraba disponible públicamente. Estos datos no fueron analizados con fines estadísticos inferenciales, sino como evidencia descriptiva para comprender las formas en que las audiencias interactúan, circulan o permanecen como consumidoras silenciosas frente a los contenidos informativos.

Asimismo, los comentarios y respuestas de las audiencias fueron considerados como textos sociales que permiten observar formas de participación, interpretación, acuerdo, desacuerdo y resignificación de los contenidos. Desde esta perspectiva, la interacción digital no se entiende únicamente como una métrica de alcance, sino como una práctica comunicativa que permite identificar relaciones entre productores, audiencias y plataformas digitales.

La información obtenida mediante esta observación fue integrada al análisis cualitativo general y contrastada con los datos provenientes de entrevistas y cuestionarios. De esta manera, la observación de plataformas digitales contribuyó a la triangulación metodológica del estudio, permitiendo relacionar las formas visibles de interacción con otras prácticas menos observables de consumo informativo, particularmente aquellas vinculadas con la categoría emergente de consumo silencioso.

3.3.4 Cuestionario a audiencias digitales

Finalmente, se aplicó un cuestionario estructurado a usuarios digitales mayores de 18 años que consumen contenidos informativos en formato podcast y videopodcast. Este instrumento obtuvo un total de 173 cuestionarios válidos, permitiendo identificar patrones de consumo, plataformas utilizadas, frecuencia de interacción y hábitos de participación digital entre las audiencias.

La información obtenida permitió generar una aproximación cuantitativa descriptiva a las prácticas de consumo mediático y contrastar los hallazgos emergentes de las entrevistas con las experiencias reportadas por las audiencias.

El cuestionario permitió recabar información sobre hábitos de consumo informativo, plataformas preferidas, frecuencia de interacción, percepción de cercanía y credibilidad, así como formas de participación digital.

Este instrumento cumplió una función exploratoria y descriptiva, complementando los datos cualitativos obtenidos mediante entrevistas, análisis de contenido y observación de plataformas digitales. Su inclusión respondió a la lógica de la metodología mixta, donde los datos cuantitativos descriptivos contribuyen a enriquecer la comprensión del fenómeno sin desplazar el énfasis interpretativo del estudio (Rodríguez, 2017).

Los resultados del cuestionario no tuvieron como propósito realizar inferencias estadísticas sobre la población de estudio, sino aportar evidencia descriptiva sobre las prácticas de consumo e interacción de las audiencias

digitales. Esta información permitió contextualizar y contrastar las categorías emergentes derivadas del análisis cualitativo, fortaleciendo la interpretación del fenómeno mediante triangulación metodológica.

Las variables analizadas mediante el cuestionario fueron organizadas en cuatro dimensiones: características generales del consumo informativo digital, plataformas utilizadas, prácticas de interacción y percepción sobre credibilidad y cercanía de los contenidos informativos.

3.4 Estrategia de muestreo y selección de participantes y contenidos

La estrategia de muestreo de esta investigación responde a un muestreo intencional y teórico, acorde con el enfoque cualitativo y con la orientación de la teoría fundamentada constructivista. Este tipo de muestreo no busca representatividad estadística, sino relevancia analítica, es decir, la selección de unidades de análisis que permitan comprender de manera profunda el fenómeno estudiado (Charmaz, 2006).

El muestreo se estructura en función de las tres unidades analíticas que articulan la investigación: medios regionales, contenidos informativos y audiencias digitales.

3.4.1 Selección de medios regionales

Los medios incluidos en el estudio fueron seleccionados mediante un muestreo intencional, atendiendo a su relevancia dentro del ecosistema mediático regional de Sinaloa y a su participación activa en la producción y circulación de contenidos informativos en formato podcast y videopodcast.

Los criterios de selección fueron los siguientes:

- Producción informativa de alcance regional.

- Presencia sostenida en plataformas digitales y de *streaming*.
- Uso identificable de formatos conversacionales sonoros y/o audiovisuales.
- Interacción observable con audiencias digitales.

Representatividad de distintos modelos organizacionales (medio tradicional, medio nativo digital, híbrido).

Con base en estos criterios, se seleccionaron los siguientes medios:

- *TVP Mazatlán*
- *¿Qué Pasa en Mazatlán?*
- *Los Noticieristas*
- *Noticias Digitales Sinaloa*

Estos medios no se abordan como “casos cerrados”, sino como espacios empíricos que permiten observar prácticas compartidas y variaciones en la adopción del podcast y el videopodcast como canales informativos.

3.4.2 Selección de participantes para entrevistas

Para las entrevistas semiestructuradas se empleó un muestreo intencional por roles, complementado con criterios de muestreo teórico, en concordancia con los principios de la teoría fundamentada constructivista. La selección de participantes no buscó representatividad estadística, sino relevancia analítica, privilegiando la experiencia directa de los entrevistados en la producción, conducción, dirección o gestión de contenidos informativos en formato podcast y videopodcast (Charmaz, 2006).

Inicialmente, la investigación estableció como núcleo empírico del estudio los cuatro medios regionales definidos como espacios principales de observación: ***TVP Mazatlán, ¿Qué Pasa en Mazatlán?, Los Noticieristas y Noticias Digitales Sinaloa***. Sin embargo, debido a la naturaleza flexible y emergente del enfoque de teoría fundamentada constructivista, el proceso de trabajo de campo y la codificación abierta y axial permitieron identificar categorías

que requerían ampliar la mirada hacia productores y creadores involucrados en procesos diferenciados de producción y circulación de contenidos digitales.

En este proceso emergió que la transformación del ecosistema informativo regional no podía comprenderse únicamente desde la incorporación del podcast y videopodcast como formatos, sino desde la relación entre plataformas digitales, prácticas de producción, estrategias de circulación e interacción con las audiencias. Por ello, se incorporaron como informantes complementarios productores y creadores vinculados con ***El Contrapeso Informativo y En la Banca***, debido a su experiencia directa en la creación, producción y distribución de contenidos digitales.

Estos proyectos no fueron considerados como unidades equivalentes a los cuatro medios principales, sino como fuentes complementarias destinadas a enriquecer la comprensión del fenómeno y fortalecer la construcción de categorías emergentes.

En total, se realizaron ocho entrevistas semiestructuradas a actores vinculados con la producción de podcast y videopodcast informativo regional en Sinaloa. Los participantes fueron:

No.	Informante	Medio o proyecto vinculado	Rol dentro del proyecto	Tipo de participación en la investigación	Fecha
1	Milton Rojo	*Los Noticieristas*	Periodista, docente, conductor y creador de podcast	Informante del núcleo central	15 mayo 2026
2	Marco Aceves	*Los Noticieristas*	Periodista, docente y conductor de podcast	Informante del núcleo central	1 de mayo 2026
3	María Luisa Guerrero	*Los Noticieristas*	Periodista, locutora, conductora y creadora de videopodcast	Informante del núcleo central	2 de mayo 2026

4	Francisco Arce	*TVP Mazatlán*	Director y productor	Informante del núcleo central	30 de abril 2026
5	Daniel Guzmán	*Noticias Digitales Sinaloa*	Periodista, locutor, creador y director de videopodcast	Informante del núcleo central	29 de mayo 2026
6	Fabián Maldonado	*¿Qué Pasa en Mazatlán?*	Productor de videopodcast	Informante del núcleo central	5 de junio 2026
7	José Luis Guízar "Pepe Guízar"	*El Contrapeso Informativo*	Director, conductor y creador de videopodcast	Informante complementario mediante muestreo teórico	13 mayo 2026
8	Dr. Sergio Miguel Hernández Medina	*En la Banca*	Productor, conductor y director de videopodcast	Informante complementario mediante muestreo teórico	5 de mayo 2026

La distribución de participantes respondió a criterios de pertinencia analítica y saturación teórica, más que a una representación proporcional por medio. Esta decisión metodológica permitió distinguir entre los medios seleccionados como espacios principales de observación y los informantes complementarios incorporados mediante muestreo teórico por su relevancia analítica. Mientras los cuatro medios regionales constituyeron el núcleo empírico del estudio, los proyectos complementarios aportaron perspectivas adicionales sobre procesos de creación, producción y circulación de contenidos digitales, fortaleciendo la construcción de categorías emergentes mediante el proceso de comparación constante y saturación teórica (Charmaz, 2006).

3.4.3 Selección de audiencias digitales

La selección de participantes para el análisis de audiencias se realizó mediante un muestreo no probabilístico de tipo intencional, considerando como criterio principal la relación directa de los participantes con el consumo de contenidos informativos digitales producidos por los medios regionales estudiados.

El acceso a las audiencias se realizó a través de las comunidades digitales construidas alrededor de los medios seleccionados como núcleo principal de observación: *Los Noticieristas, TVP Mazatlán, Noticias Digitales Sinaloa y ¿Qué Pasa en Mazatlán?.* La difusión del instrumento se efectuó mediante las propias plataformas digitales utilizadas por estos proyectos, principalmente transmisiones en vivo de videopodcast y espacios de interacción con sus seguidores.

Durante las emisiones en vivo realizadas mediante plataformas como YouTube, Facebook Live, Spotify y Apple Podcast, productores, conductores y comentaristas compartieron el enlace del cuestionario elaborado en Google Forms e invitaron a sus audiencias a participar voluntariamente en la investigación.

Esta estrategia permitió acceder a usuarios vinculados directamente con los contenidos analizados, considerando que las audiencias participantes forman parte del ecosistema digital donde circulan, consumen e interactúan estos formatos informativos.

La aplicación del cuestionario se desarrolló durante el periodo comprendido entre enero y mayo de 2026 mediante la plataforma Google Forms. En total se obtuvieron 173 respuestas válidas, las cuales fueron consideradas para el análisis descriptivo de las prácticas de consumo, percepción e interacción de las audiencias digitales.

3.5 Procedimiento de recolección de datos

El procedimiento de recolección de datos se desarrolló de manera sistemática y secuencial, respetando la lógica del enfoque interpretativo y la flexibilidad metodológica propia de la teoría fundamentada constructivista. La recolección no se concibe como una etapa rígida y cerrada, sino como un proceso dinámico, en el que los datos se obtienen, analizan y contrastan de forma

progresiva, permitiendo ajustes conforme emergen nuevas categorías analíticas (Charmaz, 2006).

El proceso se estructura en cuatro fases principales, articuladas entre sí y coherentes con las técnicas empleadas.

3.5.1 Identificación y revisión preliminar de contenidos informativos

En una primera fase, se realizó una exploración sistemática de los contenidos informativos en formato podcast y videopodcast producidos por los medios regionales seleccionados, dentro del periodo delimitado (2022–2025). Esta revisión tuvo como objetivo:

- Identificar programas y emisiones informativas relevantes
- Reconocer patrones generales de producción y publicación
- Ubicar contenidos con mayor visibilidad e interacción digital
- Delimitar episodios representativos para el análisis cualitativo integrado

Esta etapa permitió realizar una aproximación inicial al corpus empírico y orientar las fases posteriores de recolección de datos. La revisión exploratoria no implicó todavía una codificación interpretativa formal de los contenidos, ya que esta se desarrolló posteriormente como parte del proceso general de análisis cualitativo y construcción de categorías emergentes.

Asimismo, esta fase permitió identificar características iniciales relacionadas con las dinámicas de producción, circulación e interacción digital, las cuales fueron profundizadas posteriormente mediante las entrevistas semiestructuradas, la observación de plataformas y el proceso de codificación.

3.5.2 Aplicación de entrevistas semiestructuradas

En la segunda fase se llevaron a cabo las entrevistas semiestructuradas con productores y responsables de contenido vinculados con los medios regionales seleccionados como núcleo empírico de observación, así como con **informantes complementarios incorporados mediante muestreo teórico**.

Las entrevistas se realizaron de manera presencial o virtual, dependiendo de la disponibilidad de los participantes y de las condiciones logísticas.

El guion de entrevista fue diseñado a partir de los objetivos de investigación y de los ejes teóricos del estudio, manteniendo un carácter flexible que permitiera profundizar en temas emergentes durante la conversación. Las entrevistas abordaron aspectos relacionados con los procesos de adopción del podcast y videopodcast, las transformaciones en las rutinas informativas, los criterios editoriales y narrativos, la relación con las plataformas digitales y la percepción de la interacción con las audiencias.

Todas las entrevistas fueron grabadas previo consentimiento informado y posteriormente transcritas de manera íntegra para su análisis cualitativo. Las transcripciones constituyeron el corpus principal para el proceso de codificación abierta, axial y selectiva, mediante el cual se identificaron unidades de significado, relaciones entre categorías y patrones interpretativos vinculados con la producción, circulación e interacción de contenidos informativos digitales.

3.5.3 Recolección de datos de interacción digital

De forma paralela al proceso de entrevistas y análisis cualitativo complementario de contenidos, se realizó la recolección de datos de interacción digital disponibles públicamente en las plataformas utilizadas por los medios y proyectos informativos considerados dentro del estudio. Esta fase tuvo como propósito identificar las formas visibles de circulación, alcance e interacción que adquieren los contenidos informativos en los entornos digitales.

La recopilación se realizó mediante la observación directa de las plataformas digitales donde los medios distribuyen sus contenidos, considerando espacios como YouTube, Facebook Live, Instagram, TikTok, Spotify y otras plataformas de distribución utilizadas por los proyectos analizados.

Esta fase incluyó:

1. **Registro de métricas descriptivas** visibles de los contenidos publicados, tales como visualizaciones, reproducciones, reacciones, comentarios y compartidos.
2. **Identificación de características de circulación digital**, considerando plataforma utilizada, tipo de contenido difundido y formato empleado (transmisiones en vivo, fragmentos audiovisuales, reels, podcast o videopodcast).
3. **Recopilación de comentarios públicos** de usuarios cuando estos se encontraban disponibles, como evidencia de formas visibles de participación y respuesta de las audiencias.
4. **Observación de dinámicas de participación** durante transmisiones en vivo, cuando las características de la plataforma permitieron identificar interacciones inmediatas entre productores y usuarios.

Los datos fueron recolectados directamente desde las plataformas digitales públicas, respetando las condiciones de acceso y las políticas de uso de cada servicio. Posteriormente fueron organizados mediante matrices descriptivas de registro, las cuales permitieron comparar diferencias y similitudes entre los medios analizados en relación con sus estrategias de circulación, niveles visibles de interacción y formas de presencia digital.

Estas métricas no fueron interpretadas de manera aislada ni como indicadores absolutos de influencia, sino como evidencia complementaria dentro del proceso de triangulación metodológica. Su análisis fue contrastado con los discursos obtenidos mediante entrevistas semiestructuradas y con la información derivada del cuestionario aplicado a 173 audiencias digitales, permitiendo identificar convergencias y divergencias entre el alcance observable de los contenidos, la interacción pública registrada y las prácticas de consumo reportadas por las audiencias.

En este sentido, la observación de métricas digitales permitió reconocer una diferencia entre exposición e interacción visible, aspecto que contribuyó a la construcción de la categoría de consumo silencioso, entendida como aquellas prácticas de seguimiento, visualización o escucha de contenidos informativos que no necesariamente se traducen en comentarios, reacciones o participación pública dentro de las plataformas.

3.5.4 Aplicación del cuestionario a audiencias digitales

El cuestionario dirigido a las audiencias digitales fue aplicado con el propósito de complementar la información obtenida mediante las entrevistas semiestructuradas, la revisión exploratoria de contenidos y la observación de interacción en plataformas digitales, incorporando la perspectiva de los usuarios que consumen podcast y videopodcast informativos dentro del ecosistema digital regional.

El instrumento fue elaborado mediante la plataforma Google Forms y aplicado durante el periodo comprendido entre enero y mayo de 2026. La estrategia de selección de participantes correspondió a un muestreo no probabilístico por accesibilidad, considerando usuarios vinculados con las comunidades digitales de los medios analizados y con prácticas de consumo de contenidos informativos en plataformas digitales.

La distribución del cuestionario se realizó mediante las plataformas utilizadas por los medios seleccionados como núcleo principal de observación: *Los Noticieristas, TVP Mazatlán, Noticias Digitales Sinaloa y ¿Qué Pasa en Mazatlán?* La difusión del instrumento se efectuó principalmente durante transmisiones en vivo de videopodcast y espacios digitales de interacción con las audiencias, mediante plataformas como YouTube, Facebook Live, Spotify y Apple Podcast.

Durante estas emisiones, productores, conductores y comentaristas compartieron el enlace del cuestionario con sus comunidades digitales e invitaron a sus seguidores a participar voluntariamente en la investigación. Esta estrategia

permitió acceder a usuarios que forman parte de los espacios digitales donde circulan y son consumidos los contenidos informativos analizados.

Como resultado del proceso de aplicación se obtuvieron 173 cuestionarios válidos, los cuales fueron incorporados al análisis de las prácticas de consumo, percepción informativa, confianza, interacción y participación de las audiencias digitales. Debido al carácter no probabilístico de la muestra, los resultados no buscan establecer generalizaciones estadísticas sobre la totalidad de las audiencias regionales, sino identificar tendencias descriptivas y patrones de comportamiento relevantes para la comprensión del fenómeno estudiado.

El cuestionario se estructuró en cuatro dimensiones de análisis:

1. Datos sociodemográficos.
2. Consumo de podcast y videopodcast informativos.
3. Confianza y eficacia informativa.
4. Interacción y participación de las audiencias.

Estas dimensiones permitieron obtener información cuantitativa descriptiva sobre los hábitos de consumo, las plataformas utilizadas, la percepción de credibilidad y las formas de relación entre audiencias y productores de contenido.

Los datos obtenidos mediante el cuestionario fueron procesados mediante estadística descriptiva básica, considerando frecuencias y porcentajes de respuesta. Los resultados fueron organizados mediante tablas y figuras de distribución porcentual, incorporadas posteriormente en el capítulo de análisis de resultados. La información cuantitativa fue triangulada con los hallazgos derivados de las entrevistas semiestructuradas, la revisión de contenidos y las métricas públicas de interacción digital, permitiendo contrastar las prácticas reportadas por las audiencias con las formas visibles de circulación y participación dentro de las plataformas digitales.

3.6 Proceso de análisis de la información

El análisis de la información se desarrolló a partir de un enfoque mixto con predominio cualitativo, integrando entrevistas semiestructuradas, revisión exploratoria y análisis cualitativo complementario de contenidos informativos, observación de plataformas digitales, registro de métricas públicas de interacción y cuestionarios aplicados a audiencias digitales. Esta articulación permitió integrar distintas fuentes de evidencia para identificar patrones, categorías y relaciones relevantes para la comprensión del podcast y el videopodcast como canales informativos dentro de medios regionales (Creswell, 2018).

El componente cualitativo se apoyó en los principios de la teoría fundamentada constructivista, entendida como una estrategia metodológica orientada a construir categorías e interpretaciones a partir del contacto sistemático con los datos empíricos, reconociendo la participación activa del investigador en el proceso de construcción del conocimiento (Charmaz, 2006). Desde esta perspectiva, el análisis no se concibió como un procedimiento lineal, sino como un proceso iterativo basado en la comparación constante entre entrevistas, contenidos observados, registros de interacción digital, métricas de plataformas y respuestas obtenidas mediante el cuestionario aplicado a las audiencias.

En una primera etapa se desarrolló la codificación inicial o abierta, mediante la cual se identificaron unidades de significado relevantes dentro de los discursos de los participantes, los contenidos informativos observados y los registros derivados del trabajo de campo. Este procedimiento permitió construir códigos relacionados con las prácticas de producción informativa, el papel de las plataformas digitales, las estrategias de circulación, los contenidos, la interacción con las audiencias, las ventajas y limitaciones percibidas, así como las formas emergentes de consumo informativo digital.

Posteriormente, mediante un proceso de comparación constante, los códigos iniciales fueron agrupados y relacionados para conformar categorías y

subcategorías analíticas. Esta fase permitió identificar relaciones entre las condiciones de producción, las prácticas de circulación, las formas de interacción y las experiencias de consumo de las audiencias, siguiendo la lógica relacional de construcción teórica propuesta por la teoría fundamentada constructivista (Charmaz, 2006).

En una etapa posterior se realizó un proceso de integración teórica de las categorías emergentes, orientado a establecer relaciones entre los principales hallazgos identificados durante el análisis. Esta fase permitió articular categorías relacionadas con plataformas digitales, producción informativa, contenidos, interacción con audiencias, consumo silencioso y construcción de significados, avanzando hacia la elaboración de un modelo analítico explicativo sobre la reconfiguración de la comunicación informativa regional en entornos digitales.

El análisis cualitativo fue apoyado mediante el uso del software Atlas.ti, herramienta que facilitó la organización de documentos, administración de códigos, comparación entre fragmentos y visualización de relaciones entre categorías. Sin embargo, la interpretación de los datos y la construcción del modelo analítico correspondieron al proceso reflexivo del investigador. En este sentido, las redes generadas mediante el software fueron utilizadas como herramientas de organización y representación gráfica de relaciones identificadas durante la codificación, y no como resultados automáticos producidos por la herramienta tecnológica.

De manera complementaria, los datos obtenidos mediante el cuestionario aplicado a 173 audiencias digitales fueron procesados mediante estadística descriptiva básica, considerando frecuencias y porcentajes de respuesta. Este análisis permitió identificar tendencias relacionadas con los hábitos de consumo informativo, las plataformas utilizadas, la frecuencia de interacción, la percepción de credibilidad y las formas de participación de las audiencias digitales.

Los resultados cuantitativos derivados del cuestionario no tuvieron como finalidad establecer inferencias estadísticas generalizables, debido al carácter no probabilístico de la muestra, sino aportar evidencia descriptiva para

contextualizar y contrastar las categorías construidas mediante el análisis cualitativo (Creswell, 2018). De esta manera, los datos obtenidos permitieron comparar las prácticas reportadas por las audiencias con las dinámicas observables en las plataformas digitales.

La integración de las fuentes cualitativas y cuantitativas se realizó mediante un proceso de triangulación metodológica. Esta estrategia permitió contrastar los discursos de los productores y creadores de contenido, las características observables de los productos informativos, las métricas públicas de interacción en plataformas digitales y las respuestas reportadas por las audiencias.

En particular, la comparación entre los niveles visibles de interacción registrados en las plataformas y las prácticas de consumo declaradas por las audiencias permitió identificar una diferencia entre exposición al contenido y participación pública mediante comentarios, reacciones o compartidos. Esta relación contribuyó a la construcción de la categoría de consumo silencioso, entendida como una forma de apropiación y seguimiento de contenidos digitales que no necesariamente se traduce en indicadores visibles de participación.

La revisión exploratoria y análisis cualitativo complementario de contenidos, junto con la observación de plataformas digitales, cumplieron una función de contraste interpretativo al permitir comparar lo que los productores expresaron en las entrevistas con las prácticas observables de producción, circulación e interacción dentro del ecosistema digital. Esta articulación entre distintas fuentes de evidencia favoreció una comprensión integral del fenómeno y evitó interpretaciones reducidas a una sola dimensión del proceso comunicativo (Elo & Kyngäs, 2008).

Como resultado de este proceso analítico fue posible construir un modelo interpretativo que sintetiza las relaciones emergentes entre plataformas digitales, producción informativa, contenidos, interacción con audiencias, consumo silencioso y construcción de significados. Dicho modelo constituye una aportación de la investigación al comprender el podcast y el videopodcast no

únicamente como formatos tecnológicos, sino como parte de un ecosistema comunicativo donde productores, audiencias y plataformas participan en procesos continuos de producción, circulación, interacción y resignificación.

En consecuencia, el análisis desarrollado permitió trascender la descripción aislada de los datos para construir una explicación relacional del fenómeno estudiado. La integración sistemática de evidencia cualitativa y cuantitativa favoreció la elaboración de una comprensión situada sobre el papel que desempeñan las plataformas digitales en la producción, circulación y consumo de contenidos informativos dentro de los medios regionales contemporáneos.

CAPITULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Introducción al capítulo

El presente capítulo expone los hallazgos obtenidos a partir del análisis cualitativo y cuantitativo desarrollado sobre el uso del podcast y el videopodcast como formatos informativos en medios regionales, así como sobre los procesos de producción, circulación e interacción que se configuran entre productores y audiencias dentro de los entornos digitales.

La construcción analítica del capítulo se desarrolló desde los principios de la teoría fundamentada constructivista, mediante un proceso de comparación constante entre las entrevistas semiestructuradas realizadas a productores y responsables de contenidos, el análisis cualitativo complementario de materiales informativos, la observación de plataformas digitales y la información descriptiva obtenida mediante los cuestionarios aplicados a audiencias digitales.

En este sentido, los resultados no se presentan como datos aislados, sino como relaciones analíticas construidas mediante la articulación de diversas fuentes de evidencia. La integración metodológica permitió comprender el fenómeno estudiado desde distintas dimensiones: las experiencias y significados construidos por los productores, las características narrativas y de circulación de los contenidos digitales, las métricas públicas de interacción y las prácticas de consumo reportadas por las audiencias.

El análisis parte de comprender que el podcast y el videopodcast informativo no funcionan de manera independiente, sino como parte de un

ecosistema mediático atravesado por plataformas digitales, dinámicas algorítmicas, procesos de interacción y nuevas formas de consumo informativo. Desde esta perspectiva, uno de los principales hallazgos del capítulo consiste en identificar que las plataformas digitales operan como espacios estructurales que articulan y condicionan las formas de producción, circulación, interacción y construcción de contenidos informativos dentro de los medios regionales analizados.

A partir del proceso de codificación desarrollado mediante Atlas.ti, se identificaron categorías centrales relacionadas con plataformas digitales, producción, contenidos, interacción, audiencias, significados del productor, ventajas, desventajas y consumo silencioso. Estas categorías no fueron establecidas previamente como una clasificación cerrada, sino que emergieron progresivamente a partir del análisis de los discursos de los participantes, la observación de prácticas digitales y el proceso de comparación constante entre los datos obtenidos.

Uno de los hallazgos más relevantes corresponde a la emergencia de la categoría consumo silencioso, la cual permite comprender aquellas prácticas mediante las cuales las audiencias acceden, observan y consumen contenidos informativos sin necesariamente expresar una participación visible mediante comentarios, reacciones o compartidos. Esta categoría permite ampliar la comprensión de la interacción digital al mostrar que el alcance, apropiación y seguimiento de los contenidos pueden desarrollarse también mediante formas menos observables dentro de las plataformas.

Asimismo, los resultados muestran que la interacción con las audiencias no constituye únicamente una respuesta posterior a los contenidos producidos, sino un elemento que participa en la construcción de significados por parte de los productores. Las métricas disponibles, las respuestas de los usuarios y las formas de circulación digital funcionan como referencias mediante las cuales los productores interpretan el desempeño de sus contenidos y toman decisiones relacionadas con temas, narrativas y estrategias de producción.

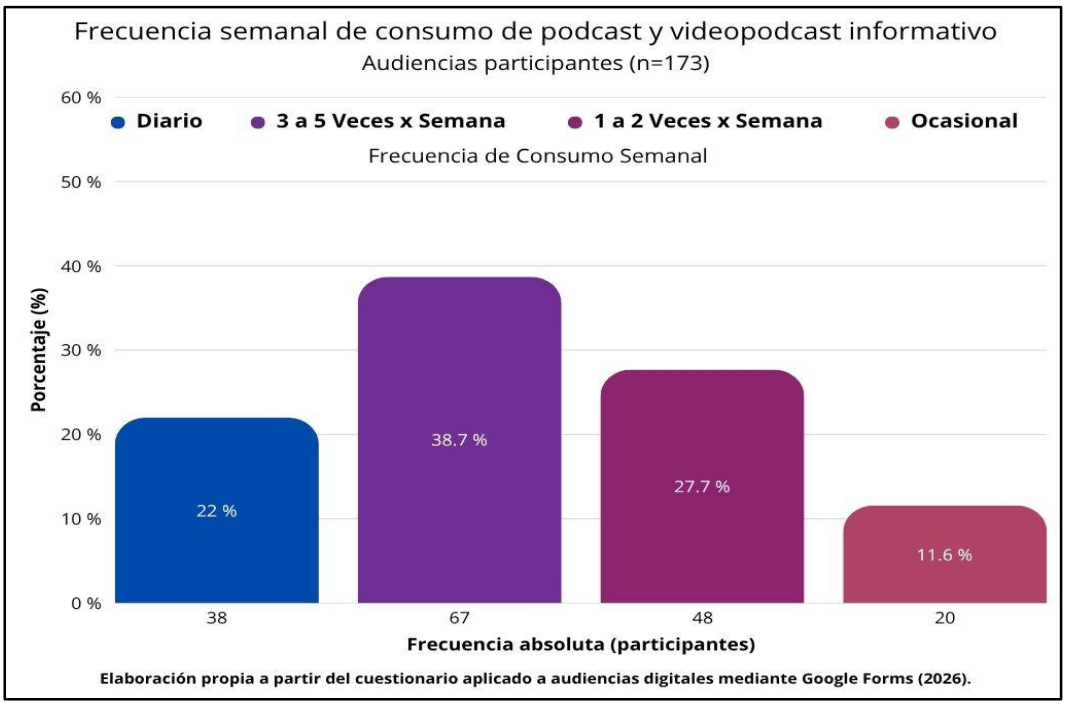
Como componente complementario al análisis cualitativo, los cuestionarios aplicados a las audiencias digitales permitieron incorporar evidencia descriptiva sobre hábitos de consumo, plataformas utilizadas, niveles de interacción y percepción sobre los contenidos informativos digitales. La aplicación de 173 cuestionarios válidos, realizada mediante Google Forms durante el periodo establecido para la investigación, permitió establecer relaciones comparativas entre las prácticas reportadas por las audiencias y los hallazgos obtenidos mediante entrevistas y observación de plataformas digitales.

Los datos cuantitativos fueron procesados mediante estadística descriptiva básica, considerando frecuencias y porcentajes de respuesta. Debido al carácter no probabilístico de la participación, estos resultados no buscan representar estadísticamente al conjunto total de audiencias digitales, sino aportar evidencia complementaria dentro del proceso de triangulación metodológica. Su función consiste en contextualizar y contrastar las categorías emergentes construidas durante el análisis cualitativo, particularmente aquellas relacionadas con plataformas digitales, interacción con audiencias y consumo silencioso.

En este apartado se presentan los principales resultados descriptivos obtenidos mediante los cuestionarios aplicados a las audiencias digitales. La primera dimensión analizada corresponde a la frecuencia de consumo de podcast y videopodcast informativo, seguida por las plataformas utilizadas para acceder a estos contenidos y los niveles de participación visible mediante comentarios, reacciones o compartidos.

La integración de estos resultados permite observar la relación existente entre consumo informativo e interacción digital, evidenciando que una alta frecuencia de acceso a contenidos no necesariamente se traduce en una participación pública equivalente dentro de las plataformas. Esta diferencia constituye un elemento central para comprender la categoría de consumo silencioso desarrollada posteriormente en el análisis cualitativo.

Fig. 4.1 Frecuencia semanal de consumo de podcast y videopodcast informativo por parte de las audiencias digitales participantes (n=173)



Interpretación:

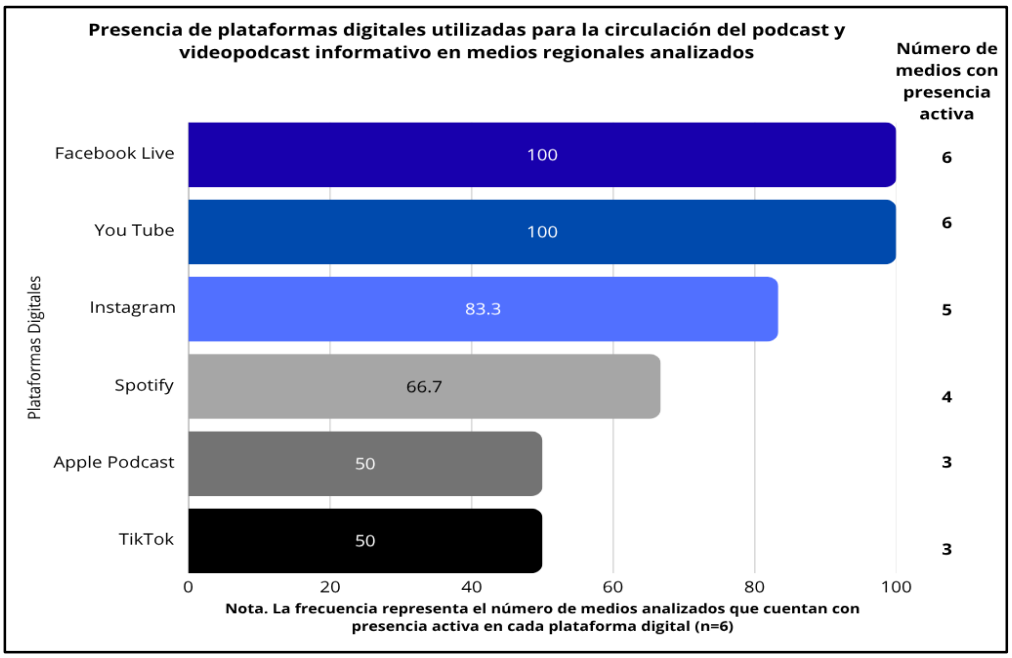
La distribución de frecuencias evidencia que el consumo de podcast y videopodcast informativo forma parte de las prácticas habituales de acceso a información dentro de las audiencias participantes. El grupo con mayor representación corresponde a quienes consumen estos contenidos entre tres y cinco veces por semana, con 67 participantes (38.7 %), seguido por aquellos que los consumen entre una y dos veces por semana, con 48 participantes (27.7 %).

Asimismo, un 22 % de los participantes (38 personas) manifestó consumir este tipo de contenidos diariamente, lo que indica la presencia de usuarios con una relación constante con estos formatos informativos digitales. En contraste, solamente 20 participantes (11.6 %) señalaron que hacen un consumo ocasional.

Estos resultados permiten identificar que el podcast y el videopodcast informativo han adquirido presencia dentro de las rutinas de consumo mediático de las audiencias participantes. Sin embargo, la frecuencia de acceso no

necesariamente implica una participación activa dentro de las plataformas, aspecto que será analizado posteriormente mediante los indicadores de interacción digital y la categoría emergente de consumo silencioso.

Fig. 4.2 Ecosistema de plataformas digitales utilizadas para la circulación del podcast y videopodcast informativo en medios regionales analizados.



Interpretación:

Para esta comparación descriptiva de presencia multiplataforma se consideraron tanto los cuatro medios definidos como núcleo empírico de observación ***(TVP Mazatlán, ¿Qué Pasa en Mazatlán?, Los Noticieristas y Noticias Digitales Sinaloa),*** como los dos proyectos complementarios incorporados mediante muestreo teórico ***(El Contrapeso Informativo y En la Banca),*** debido a su aportación para comprender las estrategias de producción y circulación digital.

La distribución de presencia digital evidencia que los medios regionales analizados desarrollan estrategias de circulación basadas en un ecosistema

multiplataforma. Facebook Live y YouTube representan las plataformas con mayor presencia, ya que los seis medios estudiados cuentan con actividad en estos espacios, equivalente al 100 % de los casos analizados.

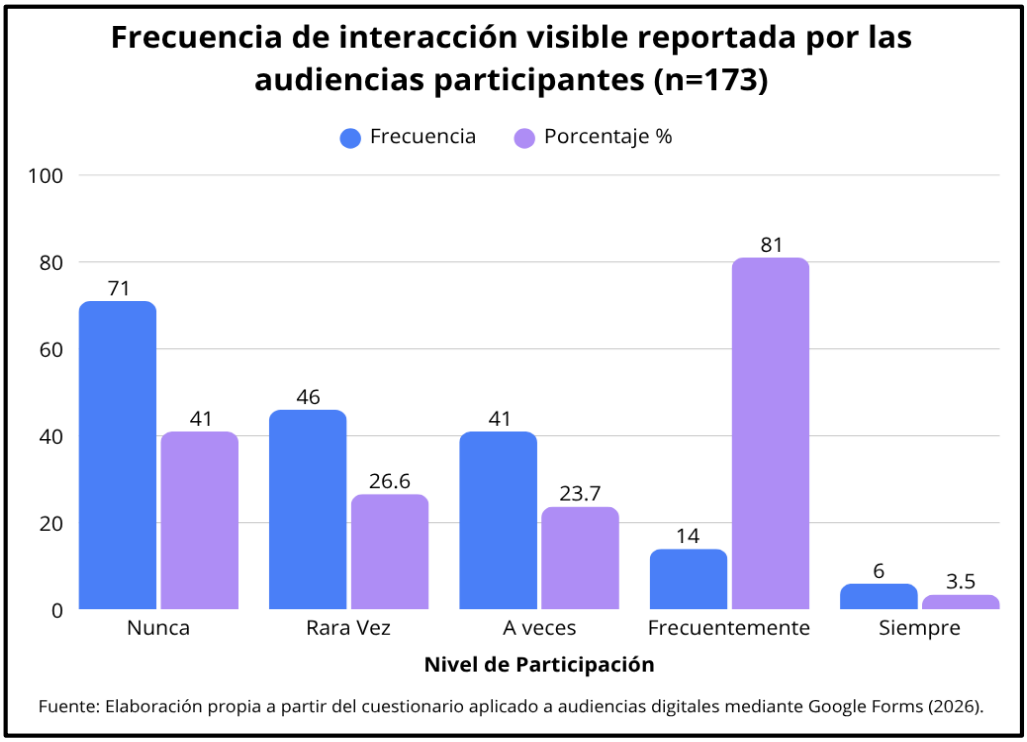
Esta concentración refleja la importancia de las plataformas audiovisuales para la distribución de contenidos informativos, particularmente aquellos relacionados con transmisiones en vivo, videopodcast y fragmentos audiovisuales adaptados para consumo digital.

En segundo nivel se encuentra Instagram, con presencia en cinco de los seis medios analizados (83.3 %), lo que evidencia la incorporación de formatos breves y estrategias de alcance orientadas hacia públicos que consumen información mediante contenidos visuales y de rápida circulación.

Por otra parte, Spotify (66.7 %), Apple Podcast (50 %) y TikTok (50 %) muestran una presencia menor, aunque cumplen funciones específicas dentro del ecosistema digital. Las plataformas de audio bajo demanda permiten ampliar la disponibilidad de los contenidos más allá del momento de emisión, mientras que TikTok representa una estrategia orientada hacia formatos breves y procesos de descubrimiento de nuevos públicos.

En conjunto, estos resultados muestran que el podcast y el videopodcast informativo no se desarrollan dentro de una única plataforma, sino mediante estrategias de distribución complementarias donde cada espacio digital cumple funciones diferenciadas dentro del proceso de circulación informativa.

Fig. 4.3 Nivel de interacción visible de las audiencias mediante comentarios, reacciones y compartidos en contenidos informativos digitales.



Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a audiencias digitales mediante Google Forms (2026).

Interpretación:

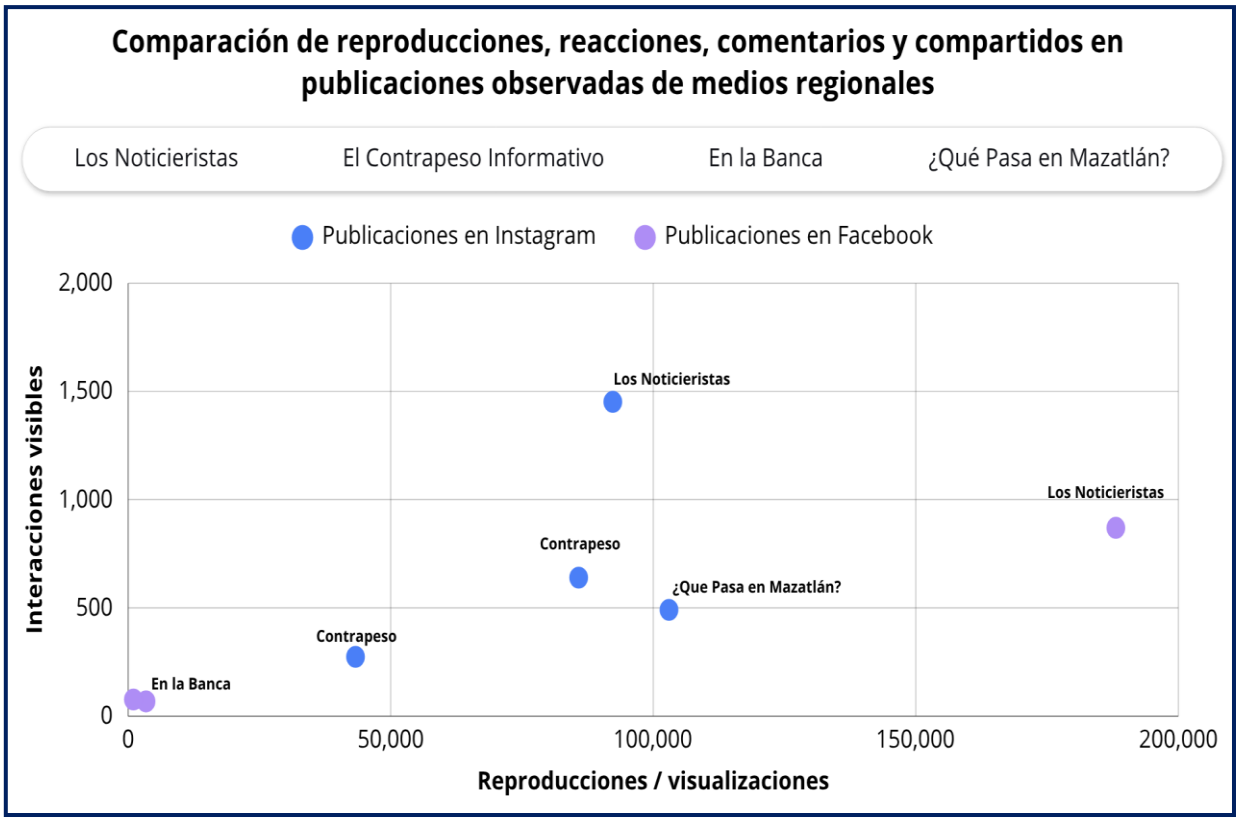
Los resultados muestran una diferencia significativa entre el consumo de contenidos informativos digitales y la participación visible de las audiencias dentro de las plataformas. Aunque la Figura 4.1 evidenció una frecuencia importante de consumo de podcast y videopodcast informativo, los datos de interacción muestran niveles considerablemente menores de participación mediante comentarios, reacciones o compartidos.

Del total de participantes, 71 personas (41 %) señalaron que nunca realizan este tipo de acciones, mientras que 46 participantes (26.6 %) indicaron que lo hacen rara vez. En conjunto, estos dos grupos representan 67.6 % de la muestra, evidenciando que una proporción mayoritaria de las audiencias consume contenidos sin expresar una interacción pública dentro de las plataformas digitales.

Por otro lado, solamente 20 participantes (11.6 %) reportaron niveles altos de participación, al ubicarse entre las categorías frecuentemente y siempre. Esta diferencia permite identificar una brecha entre la presencia de audiencias, el consumo de contenidos y la expresión visible de participación digital.

Estos resultados adquieren relevancia al relacionarse con la categoría emergente de consumo silencioso, ya que muestran que la ausencia de comentarios o reacciones no necesariamente implica ausencia de consumo, interés o apropiación del contenido informativo. Por el contrario, evidencian formas de participación menos visibles que requieren ser consideradas para comprender las nuevas dinámicas de relación entre medios regionales y audiencias digitales.

Fig. 4.4 Relación entre alcance observable e interacción visible en publicaciones informativas digitales de medios regionales analizados.



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos obtenidos mediante el cuestionario aplicado a audiencias digitales y la observación de métricas de plataformas.

Interpretación:

La distribución de los contenidos observados evidencia una relación diferenciada entre el alcance obtenido por las publicaciones informativas digitales y los niveles de interacción visible generados por las audiencias. A partir de las métricas registradas en las publicaciones analizadas, se observa que los contenidos pueden alcanzar elevados niveles de reproducción sin que esto implique necesariamente una participación proporcional mediante reacciones, comentarios o compartidos.

Dentro de las publicaciones con mayor alcance observable destaca un contenido de ***¿Qué Pasa en Mazatlán?,*** que registró aproximadamente 188 mil reproducciones, acompañado de 1,452 interacciones visibles entre reacciones, comentarios y compartidos. De igual manera, una publicación de ***El Contrapeso Informativo*** alcanzó alrededor de 85.8 mil reproducciones, con 640 interacciones visibles, mientras que otra publicación del mismo medio registró 43.3 mil reproducciones y aproximadamente 274 interacciones visibles.

Por otra parte, los contenidos analizados de ***En la Banca*** muestran niveles de circulación más moderados, con publicaciones que se ubican aproximadamente entre 1 mil y 3.7 mil reproducciones, acompañadas de cantidades menores de interacción visible. Estos datos permiten observar que los proyectos con menor escala de audiencia también presentan dinámicas diferenciadas de participación, donde la interacción pública depende no solamente del volumen de usuarios alcanzados, sino también del tipo de contenido, formato y relación construida con sus comunidades digitales.

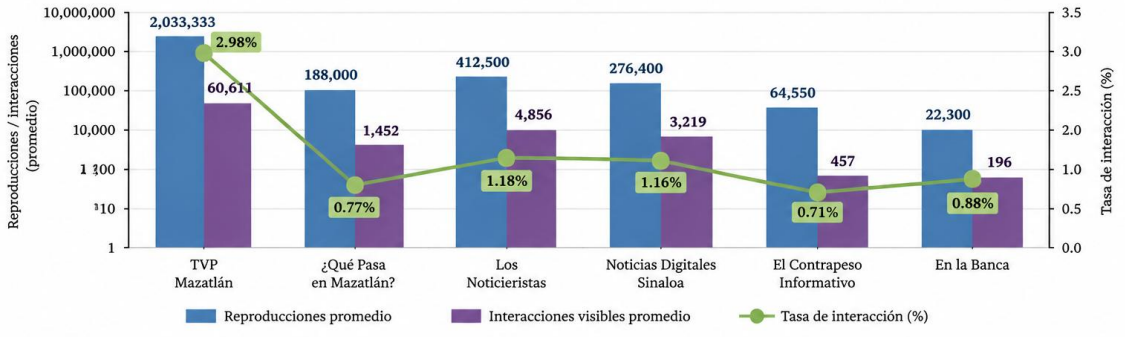
En el caso de las publicaciones observadas en ***Los Noticieristas***, se identifican niveles variables de alcance e interacción, lo que confirma que la relación entre reproducciones y participación visible no presenta un comportamiento proporcional. Es decir, un mayor número de visualizaciones no garantiza automáticamente una mayor presencia de comentarios, reacciones o compartidos dentro de las plataformas.

En conjunto, los datos muestran una brecha entre la exposición de los contenidos informativos y la expresión pública de participación de las audiencias digitales. Mientras algunas publicaciones logran altos niveles de circulación, la cantidad de interacciones visibles representa una proporción menor respecto al número total de usuarios alcanzados. Este comportamiento complementa los resultados obtenidos en las figuras anteriores, particularmente la diferencia entre la frecuencia de consumo informativo y los niveles declarados de participación activa por parte de las audiencias participantes.

Por ello, estas métricas aportan evidencia cuantitativa para comprender la categoría emergente de consumo silencioso, entendida como una forma de relación con los contenidos digitales donde existe acceso, seguimiento y exposición a la información, pero sin una manifestación pública constante mediante acciones visibles dentro de las plataformas.

Fig. 4.5. Comparación del rendimiento cuantitativo de publicaciones digitales según medio y plataforma en medios regionales analizados.

Figura 4.5. Rendimiento cuantitativo de publicaciones digitales por medio y plataforma en medios regionales analizados



Medio	Plataforma(s) analizada(s)	Reproducciones (promedio)	Interacciones visibles (promedio)	Tasa de interacción (%)
TVP Mazatlán	TikTok	2,033,333	60,611	2.98
¿Qué Pasa en Mazatlán?	Instagram	188,000	1,452	0.77
Los Noticieristas	Facebook / Instagram / TikTok / YouTube	412,500	4,856	1.18
Noticias Digitales Sinaloa	Facebook Live / Instagram / TikTok / YouTube	276,400	3,219	1.16
El Contrapeso Informativo	Instagram	64,550	457	0.71
En la Banca	Facebook	22,300	196	0.88

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de publicaciones digitales de medios regionales seleccionados. La interacción visible fue calculada mediante la suma de reacciones, comentarios y compartidos registrados en cada publicación. Los valores corresponden a promedios por medio, con base en la muestra analizada.

Interpretación:

El rendimiento cuantitativo de las publicaciones digitales de los medios regionales analizados permite observar la relación entre el alcance obtenido mediante reproducciones y la interacción visible generada por las audiencias a través de reacciones, comentarios y compartidos.

Los resultados muestran que *TVP Mazatlán* presenta el mayor nivel de circulación digital dentro de la muestra analizada, con un promedio de 2,033,333 reproducciones y una tasa de interacción visible de 2.98 %, destacando principalmente la plataforma TikTok como espacio de mayor alcance. Este comportamiento evidencia una amplia capacidad de distribución del contenido audiovisual en plataformas de consumo rápido.

Por otra parte, *Los Noticieristas y Noticias Digitales Sinaloa* presentan niveles intermedios de alcance, con 412,500 y 276,400 reproducciones promedio respectivamente, acompañados de tasas de interacción de 1.18 % y 1.16 %. Estos datos muestran que, aunque poseen una presencia distribuida en diversas plataformas digitales, la participación pública de los usuarios representa una proporción menor respecto al volumen total de visualizaciones.

En el caso de *¿Qué Pasa en Mazatlán?, El Contrapeso Informativo y En la Banca,* se observan menores niveles de reproducción y tasas de interacción inferiores al 1 %, con valores de 0.77 %, 0.71 % y 0.88 % respectivamente. Esto indica que el alcance del contenido no necesariamente se traduce en una participación visible mediante comentarios, reacciones o compartidos.

En conjunto, los datos permiten observar una diferencia entre consumo y participación pública: mientras las publicaciones logran alcanzar importantes volúmenes de audiencia en plataformas digitales, la proporción de usuarios que deja una huella visible mediante interacciones es reducida. Este comportamiento aporta evidencia empírica para la categoría emergente de consumo silencioso, entendida como una práctica donde las audiencias acceden, observan y

reproducen contenidos informativos sin necesariamente manifestar públicamente su participación.

Fig. 4.6. Circulación del podcast y videopodcast informativo en plataformas de audio bajo demanda

Figura 4.6. Circulación del podcast y videopodcast informativo en plataformas de audio bajo demanda



Medio	Plataforma	Oyentes	Reproducciones mensuales	Reproducciones semanales
Los Noticieristas	Spotify	25,453	4,499	549
Noticias Digitales Sinaloa	Spotify	5,453	499	127
Los Noticieristas	Apple Podcast	8,760	1,205	312

Fuente: Elaboración propia a partir de las estadísticas de las plataformas Spotify y Apple Podcast

Interpretación:

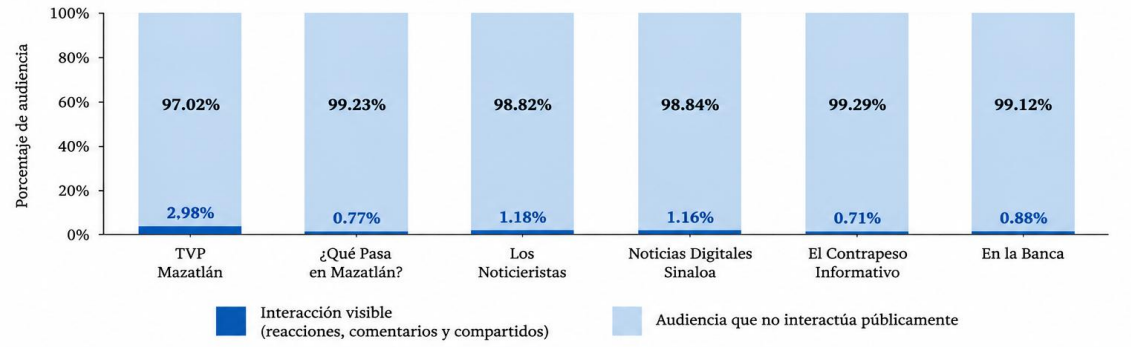
La Figura 4.6 presenta la circulación de contenidos informativos en plataformas de audio bajo demanda, considerando datos de audiencia y reproducción registrados en Spotify y Apple Podcast. A diferencia de las redes sociales, donde la participación puede observarse mediante reacciones, comentarios y compartidos, estas plataformas permiten aproximarse a prácticas de consumo donde la audiencia puede acceder al contenido sin generar necesariamente una expresión pública de participación.

Los datos muestran que *Los Noticieristas* presenta la mayor presencia dentro de las plataformas de audio analizadas, con 25,453 oyentes en Spotify, además de 4,499 reproducciones mensuales y 549 reproducciones semanales. Asimismo, en Apple Podcast registra 8,760 oyentes, con 1,205 reproducciones mensuales y 312 reproducciones semanales, evidenciando una circulación sostenida mediante diferentes espacios de escucha digital.

Por su parte, *Noticias Digitales Sinaloa* en Spotify registra 5,453 oyentes, con 499 reproducciones mensuales y 127 reproducciones semanales, mostrando una presencia menor, aunque confirma la incorporación de formatos sonoros dentro de las estrategias digitales de los medios regionales.

En conjunto, estos datos permiten identificar que el consumo informativo no depende exclusivamente de las interacciones visibles en redes sociales. La existencia de reproducciones y oyentes en estas plataformas evidencia una modalidad de consumo menos visible, donde las audiencias pueden acceder, escuchar y seguir contenidos periodísticos sin generar necesariamente una expresión pública de participación.

Fig. 4.7. Brecha entre alcance digital e interacción visible en publicaciones informativas analizadas



Medio	Reproducciones (promedio)	Interaccion visible (promedio)	Tasa de interacción (%)	Audiencia que no interactúa públicamente (%)
TVP Mazatlán	2,033,333	60,611	2.98	97.02
¿Qué Pasa en Mazatlán?	188,000	1,452	0.77	99.23
Los Noticieristas	412,500	4,856	1.18	98.82
Noticias Digitales Sinaloa	276,400	3,219	1.16	98.84
El Contrapeso Informativo	64,550	457	0.71	99.29
En la Banca	22,300	196	0.88	99.12

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de publicaciones digitales de medios regionales seleccionados. La interacción visible fue calculada mediante la suma de reacciones, comentarios y compartidos registrados en cada publicación.

Interpretación:

Se puede observar la brecha existente entre el alcance obtenido por los contenidos informativos digitales y la participación pública visible de las audiencias mediante reacciones, comentarios y compartidos. Los datos muestran que, aunque las publicaciones analizadas alcanzan volúmenes importantes de reproducción, la proporción de usuarios que deja una huella visible de interacción representa un porcentaje reducido en todos los casos.

En el conjunto de medios analizados, TVP Mazatlán presenta la mayor tasa de interacción visible con 2.98 %. Esta proporción evidencia una diferencia considerable entre el volumen de reproducciones registrado y las acciones públicas de interacción observadas. En términos descriptivos, el 97.02 % restante representa la diferencia entre las reproducciones registradas y la proporción de interacciones visibles, por lo que no debe interpretarse como una medición directa de usuarios únicos que consumieron silenciosamente el contenido. Sin embargo, esta brecha constituye un indicador complementario para comprender la existencia de formas de consumo que no necesariamente dejan una huella pública de interacción.

Los demás medios presentan una diferencia aún más marcada entre alcance registrado e interacción pública visible. *Los Noticieristas* registra una tasa de interacción de 1.18 %, mientras que *Noticias Digitales Sinaloa* alcanza 1.16 %, lo que indica que, pese a sus niveles relevantes de circulación digital, la mayoría de las audiencias accede al contenido sin participar mediante mecanismos visibles.

De igual manera, *¿Qué Pasa en Mazatlán?, El Contrapeso Informativo y En la Banca* muestran tasas inferiores al 1 %, con valores de 0.77 %, 0.71 % y 0.88 % respectivamente, evidenciando una mayor distancia entre la cantidad de usuarios alcanzados y aquellos que expresan públicamente una reacción frente al contenido.

En conjunto, esta figura aporta evidencia cuantitativa para comprender el fenómeno del consumo silencioso, ya que muestra que la ausencia de comentarios, reacciones o compartidos no necesariamente implica ausencia de consumo. Por el contrario, los datos sugieren la presencia de audiencias que observan, reproducen o escuchan contenidos informativos digitales, pero que permanecen fuera de los espacios públicos de participación.

De esta manera, la interacción visible representa únicamente una parte del vínculo observable entre medios y audiencias, mientras que los resultados sugieren la existencia de prácticas de observación, escucha y seguimiento que pueden desarrollarse sin dejar huellas públicas equivalentes dentro de las plataformas digitales, característica central de la categoría emergente de consumo silencioso.

4.2 Construcción de categorías desde la teoría fundamentada

La construcción de las categorías analíticas desarrolladas en esta investigación se realizó desde los principios de la teoría fundamentada, permitiendo que los hallazgos emergieran directamente de los datos obtenidos durante el trabajo de campo. A diferencia de enfoques que parten de categorías completamente predeterminadas, el análisis desarrollado en esta tesis buscó identificar patrones, relaciones y significados construidos por los propios actores involucrados en la producción y consumo de podcast y videopodcast informativo en medios regionales.

El proceso analítico inició con la realización y transcripción de entrevistas semiestructuradas dirigidas a productores, conductores y responsables de contenido vinculados con proyectos informativos digitales y medios regionales de Sinaloa. Entre los perfiles entrevistados se encuentran productores de espacios informativos independientes, periodistas con experiencia en medios

tradicionales, conductores de videopodcast, creadores de contenido digital y responsables de estrategias de comunicación en plataformas digitales. Estas entrevistas permitieron recuperar experiencias, significados y percepciones relacionadas con las dinámicas de producción, circulación e interacción presentes dentro de los formatos podcast y videopodcast.

De manera paralela, se incorporaron datos provenientes de cuestionarios aplicados a audiencias digitales y observación no participante en plataformas como Facebook, YouTube, Spotify, TikTok y WhatsApp, lo que permitió complementar el análisis cualitativo con información relacionada con hábitos de consumo, participación digital, interacción y circulación de contenidos informativos. Esta integración metodológica permitió construir una aproximación mixta del fenómeno estudiado, aunque con predominio del análisis cualitativo e interpretativo.

El proceso de codificación se realizó mediante el software Atlas.ti, herramienta que permitió organizar, clasificar y relacionar los distintos fragmentos de información obtenidos en entrevistas y observaciones digitales. Durante la primera etapa se desarrolló una codificación abierta, identificando conceptos recurrentes dentro de los discursos de los entrevistados. En esta fase comenzaron a aparecer elementos relacionados con plataformas digitales, interacción con audiencias, producción flexible, profundidad temática, narrativas digitales, libertad de expresión, comunicación bidireccional y adaptación de medios tradicionales.

Posteriormente, mediante un proceso de comparación constante, los códigos comenzaron a agruparse en categorías más amplias que permitieron explicar relaciones entre distintos fenómenos observados durante el trabajo de campo. Conforme avanzó el análisis, algunas categorías adquirieron mayor densidad conceptual debido a su reiterada aparición en distintos entrevistados y contextos. Entre estas categorías destacaron plataformas digitales, producción, contenidos, interacción, audiencias, significados del productor, ventajas, desventajas y consumo silencioso.

Uno de los aspectos más relevantes del análisis fue que la categoría plataformas digitales comenzó a ocupar una posición central dentro de la red analítica construida en Atlas.ti. Esto ocurrió debido a que la mayoría de las transformaciones descritas por los entrevistados se relacionaban directamente con dinámicas propias de Facebook, YouTube, TikTok, Spotify, WhatsApp y otras plataformas de circulación digital. Los productores coincidieron en que estas plataformas modifican no solo las formas de distribución, sino también las dinámicas narrativas, la duración de los contenidos, las estrategias de interacción y las formas de producción informativa.

De esta manera, Daniel Guzmán productor, director y comunicador de Noticias Digitales Sinaloa, explicó que actualmente los contenidos deben pensarse desde una lógica multiplataforma, adaptándose constantemente a formatos digitales, *reels* y dinámicas de circulación propias de redes sociales. De manera similar, Milton Rojo de Los Noticieristas señaló que el podcast funciona como una extensión narrativa de los medios tradicionales, permitiendo ampliar temas y generar análisis más profundos dentro de espacios digitales. Estas coincidencias permitieron establecer a las plataformas digitales como el nodo central de la red analítica.

A partir de este proceso emergieron distintas relaciones causales y analíticas entre categorías. Por ejemplo, las entrevistas mostraron que las plataformas digitales determinan nuevas formas de producción y distribución, ya que los contenidos deben adaptarse a dinámicas de circulación rápida, formatos audiovisuales y mecanismos de interacción inmediata. Al mismo tiempo, se identificó que las plataformas digitales reconfiguran los contenidos informativos, permitiendo formatos más flexibles, conversacionales y extensos que los observados tradicionalmente en radio o televisión.

Otra relación importante identificada durante la codificación fue la conexión entre interacción y significados del productor. Los entrevistados señalaron constantemente que las respuestas, comentarios y formas de

participación de las audiencias terminan influyendo en la manera en que los productores entienden el valor y funcionamiento del podcast.

Por su parte, Milton Rojo explicó que la audiencia puede influir directamente en los significados construidos por los productores y, posteriormente, modificar las formas de producción y tratamiento de los contenidos. Esta relación permitió construir uno de los ejes analíticos más importantes de la investigación: interacción → significados → producción.

Durante el análisis también emergió la categoría consumo silencioso, la cual permitió explicar que muchas audiencias consumen contenidos informativos sin participar de manera visible mediante comentarios o reacciones. De esta manera, El Dr. Sergio Miguel y Daniel Guzmán señalaron que, aunque algunos contenidos presentan poca interacción visible, las métricas de alcance y visualización muestran que sí existe consumo constante por parte de las audiencias digitales. Este hallazgo permitió identificar una diferencia importante entre participación visible e impacto real dentro de las plataformas digitales.

Asimismo, las entrevistas permitieron observar tensiones relacionadas con las ventajas y desventajas del podcast y videopodcast informativo. Por un lado, los entrevistados destacaron aspectos como flexibilidad narrativa, libertad temática, accesibilidad y cercanía con las audiencias. Sin embargo, también aparecieron problemáticas relacionadas con saturación de contenidos, restricciones algorítmicas, desinformación, improvisación y dificultades para mantener estrategias digitales sostenidas.

De este modo, Francisco Arce, productor de *TVP Mazatlán*, enfatizó que no cualquier contenido puede considerarse automáticamente un podcast informativo de calidad, señalando la importancia de la preparación, investigación y ética periodística dentro de estos formatos digitales.

Por otro lado, José Luis Reyes Guízar (Pepe Guízar) productor y director del videopodcast el Contrapeso Informativo, explicó que actualmente las plataformas también imponen restricciones relacionadas con palabras, temas y

formas de circulación, especialmente dentro de redes sociales como YouTube, TikTok y Facebook. Estas tensiones permitieron enriquecer el análisis y comprender que las plataformas digitales funcionan simultáneamente como espacios de apertura y mecanismos de condicionamiento informativo.

La construcción de la red analítica permitió integrar todas estas relaciones dentro de un mismo modelo interpretativo. En dicha red, las plataformas digitales aparecen como eje articulador de las dinámicas de producción, contenidos e interacción, mientras que categorías como consumo silencioso, ventajas, desventajas y significados del productor funcionan como elementos complementarios que explican las transformaciones observadas en los medios regionales. La representación gráfica obtenida mediante Atlas.ti constituye una herramienta metodológica para visualizar las relaciones emergentes derivadas del proceso de codificación, más que una representación definitiva del fenómeno estudiado, pues su propósito es mostrar el proceso analítico que dio origen al modelo conceptual presentado posteriormente.

En términos metodológicos, la construcción de categorías desde la teoría fundamentada permitió desarrollar un modelo analítico emergente directamente vinculado con las experiencias y discursos de los entrevistados. Más que imponer explicaciones previas, el análisis buscó comprender cómo los propios actores interpretan y experimentan las transformaciones mediáticas asociadas al podcast y videopodcast informativo dentro de los entornos digitales contemporáneos.

De esta manera, el proceso de codificación no solo permitió ordenar la información empírica, sino también construir relaciones analíticas entre categorías. La teoría fundamentada permitió pasar de códigos iniciales descriptivos a categorías con mayor densidad interpretativa, vinculadas con las formas de producción, circulación, interacción y consumo del podcast y videopodcast informativo regional. Por ello, las categorías construidas en este capítulo no funcionan como temas aislados, sino como dimensiones articuladas de un mismo fenómeno comunicativo.

4.3 Las plataformas digitales determinan la producción y distribución de contenidos informativos

Uno de los principales hallazgos identificados durante la investigación fue que las plataformas digitales se han convertido en elementos estructurales que condicionan la producción y distribución de contenidos informativos en podcast y videopodcast regional. Los datos obtenidos muestran que Facebook, YouTube, Spotify, TikTok, Apple Podcast y otras plataformas ya no funcionan únicamente como canales de difusión, sino como espacios que influyen directamente en las decisiones de producción, circulación y visibilidad de los contenidos.

Las entrevistas realizadas evidencian que los productores desarrollan actualmente estrategias orientadas a la circulación multiplataforma. En este sentido, el Dr. Sergio Miguel Hernández Medina, explicó que la distribución de los contenidos implica la adaptación constante a diversos espacios digitales:

> **En un principio se trató de hacer pequeños *reels* y estarlos rotando durante toda la semana hasta la siguiente grabación del siguiente tema. Eso generaba que la grabación original estuviera siendo movida, ¿no? Se movía en Instagram, se movía en Facebook y se subía en YouTube y en Spotify** (Hernández Medina, *En la Banca*, Comunicación personal, 2025)

Este testimonio permite observar que la producción informativa regional ha dejado de organizarse alrededor de un único medio de comunicación. Por el contrario, los productores diseñan contenidos capaces de circular simultáneamente en diversas plataformas, ampliando sus posibilidades de alcance y permanencia dentro de los entornos digitales.

Este hallazgo puede interpretarse a partir de los planteamientos de Jenkins (2006), quien sostiene que la convergencia mediática implica la circulación de contenidos a través de múltiples plataformas. Desde esta perspectiva, la producción informativa ya no depende exclusivamente de un

medio específico, sino de la capacidad de los productores para adaptar los contenidos a distintos espacios de distribución digital.

Además de modificar las formas de producción, las plataformas digitales también transforman los ritmos de circulación de la información. Los entrevistados señalaron que la velocidad con la que se desarrollan las conversaciones públicas en los entornos digitales exige procesos de actualización constantes y una capacidad de respuesta más rápida frente a acontecimientos de interés social.

En este sentido, Pepe Guízar explicó que la agenda informativa cambia continuamente dentro de las plataformas digitales, obligando a los productores a monitorear tendencias, temas emergentes y conversaciones públicas para mantener la relevancia de sus contenidos.

La información ya no circula únicamente bajo criterios editoriales tradicionales, sino también a partir de dinámicas propias de los ecosistemas digitales. Estos resultados coinciden con los planteamientos de Castells (1996), quien sostiene que las tecnologías digitales favorecen flujos de información más rápidos, descentralizados y dinámicos. Bajo esta lógica, la producción y distribución informativa se integran a redes de comunicación caracterizadas por la actualización permanente y la circulación continua de contenidos.

Las entrevistas también muestran que las plataformas digitales han ampliado las oportunidades de producción informativa para actores que anteriormente enfrentaban mayores limitaciones de acceso a los medios tradicionales. María Luisa Guerrero destacó que la incorporación de estos formatos responde a una necesidad de adaptación frente a las transformaciones del ecosistema mediático:

> **Creo que es lo natural, es a donde todo el mundo va, es la tendencia que se está dando en la actualidad y creo que como comunicadores también, si queremos estar vigentes y seguir en la jugada, pues tenemos que también entrar en esos nuevos formatos y no**

> **quedarnos nada más en lo mismo** (Guerrero, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026).

Este testimonio evidencia cómo las plataformas digitales favorecen mayores niveles de autonomía editorial y profesional para productores independientes y medios regionales, al tiempo que impulsan procesos de innovación y adaptación dentro de las prácticas comunicativas.

Las entrevistas también permitieron identificar que la incorporación de plataformas digitales no implica únicamente una transformación tecnológica, sino también cambios en las formas de comunicar. Los productores señalaron que los formatos digitales poseen características narrativas distintas a las observadas tradicionalmente en radio y televisión. Como explicó Marco Aceves:

> **Los medios digitales como las redes sociales o los podcasts que subimos a plataformas como YouTube y Spotify tienen un lenguaje totalmente distinto. Tengo que cambiar el chip para poder utilizar un lenguaje y un formato distinto para YouTube y Spotify** (Aceves, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026).

La afirmación anterior permite observar que la producción informativa requiere adaptaciones constantes a las características comunicativas de cada plataforma digital. Los productores deben modificar estilos de conducción, ritmos narrativos y formas de interacción para responder a las expectativas de las audiencias digitales.

Sin embargo, los entrevistados también identificaron que las plataformas digitales imponen nuevas formas de dependencia. Francisco Arce y Pepe Guízar señalaron que la visibilidad de los contenidos se encuentra cada vez más condicionada por algoritmos, métricas y sistemas de recomendación que influyen en el alcance de las publicaciones. Como resultado, los productores deben adaptar constantemente sus estrategias para responder a las dinámicas establecidas por cada plataforma.

Este fenómeno puede comprenderse a partir de los planteamientos de Van Dijck (2013), quien explica que las plataformas digitales operan mediante sistemas algorítmicos capaces de organizar, jerarquizar y distribuir la información. De forma complementaria, Mosco (2009) sostiene que las tecnologías digitales no constituyen espacios neutrales, sino estructuras que influyen en los procesos de producción, circulación y consumo de contenidos.

En conjunto, los hallazgos muestran que las plataformas digitales han dejado de funcionar únicamente como herramientas de difusión para convertirse en estructuras que condicionan la producción y distribución informativa. Los productores regionales desarrollan estrategias adaptadas a entornos caracterizados por la convergencia mediática, la circulación acelerada de contenidos y la creciente influencia de sistemas algorítmicos sobre la visibilidad de la información.

4.4 Las plataformas digitales reconfiguran los contenidos informativos

Los resultados obtenidos muestran que las plataformas digitales no solo modifican los procesos de producción y distribución informativa, sino que también transforman las características de los contenidos que circulan dentro de los entornos digitales. Las entrevistas realizadas evidencian que el podcast y el videopodcast han favorecido el desarrollo de formatos informativos caracterizados por una mayor profundidad temática, narrativas más flexibles y formas de comunicación orientadas a una relación más cercana con las audiencias.

Los productores entrevistados señalaron que estos formatos permiten abordar los acontecimientos desde perspectivas más amplias que las observadas tradicionalmente en radio, televisión o prensa escrita. El Dr. Sergio Miguel explicó que el podcast facilita el análisis detallado de temas complejos, permitiendo

desarrollar explicaciones más extensas y contextualizadas para las audiencias. Como señaló el entrevistado:

> **Es a partir de hablar de temas que por cuestiones obviamente de tipo comercial no se profundizan y entonces el invitado tendría la ventaja de explayarse durante media hora sobre el tema que se eligió, ya sea un tema económico, un tema político o un tema cultural, y darle un desarrollo más amplio, sin necesidad de estar pensando de que nos van a cortar a los tres minutos.** (Hernández Medina, *En la Banca*, Comunicación personal, 2025)

Este testimonio evidencia que el podcast ofrece condiciones que favorecen el desarrollo de contenidos más extensos y profundos, ampliando las posibilidades informativas de los medios regionales frente a las limitaciones temporales presentes en otros formatos de comunicación.

En este mismo sentido, Milton Rojo sostuvo que el podcast funciona como una extensión narrativa de los medios tradicionales, ya que permite profundizar en acontecimientos que difícilmente podrían desarrollarse con la misma amplitud dentro de espacios informativos convencionales. Desde su experiencia, estos formatos favorecen conversaciones más extensas, entrevistas más completas y una mayor contextualización de los temas de interés público.

Los testimonios muestran que la transformación de los contenidos informativos se encuentra estrechamente vinculada a los procesos de convergencia digital. Los productores ya no elaboran contenidos exclusivamente para transmitir información inmediata, sino que desarrollan narrativas capaces de ampliar explicaciones, incorporar contexto y generar mayores niveles de comprensión sobre los acontecimientos abordados.

Este hallazgo puede interpretarse a partir de los planteamientos de Scolari (2012), quien sostiene que la convergencia digital favorece la expansión narrativa de los contenidos a través de diferentes plataformas y formatos comunicativos. Desde esta perspectiva, el podcast y el videopodcast constituyen espacios que

permiten ampliar los relatos informativos más allá de las limitaciones presentes en otros medios de comunicación.

Además de favorecer una mayor profundidad temática, las plataformas digitales también han impulsado transformaciones en las formas de presentar la información. En la entrevista, el Dr. Sergio Miguel explicó que el videopodcast permite registrar fenómenos sociales con mayor nivel de detalle y contextualización:

> **El videopodcast iba a dejar registrada una definición del fenómeno con más detalle, con más claridad, con más desarrollo y que fueran de alguna manera profundizando en aspectos que a mucha gente no le queda muy claro.** (Hernández Medina, *En la Banca,* Comunicación personal, 2025)

La afirmación anterior muestra que los productores perciben estos formatos como espacios capaces de ofrecer explicaciones más completas y comprensibles sobre problemáticas sociales complejas.

De manera complementaria, Francisco Arce señaló que los contenidos digitales tienden a utilizar lenguajes más cercanos y accesibles para las audiencias, mientras que Marco Aceves destacó la importancia de incorporar elementos humanos y experiencias personales que permitan fortalecer la conexión emocional entre productores y usuarios. Como explicó Marco Aceves:

> **A través del videopodcast puedes conocer no solamente el discurso de una persona, sino observar cómo se comporta, cómo se desenvuelve, cómo actúa frente a la cámara.** (Aceves, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026)

Este testimonio evidencia que la incorporación de elementos visuales favorece procesos de humanización de los contenidos informativos, permitiendo que las audiencias establezcan formas de conexión más cercanas con los actores involucrados en los acontecimientos abordados.

Las entrevistas muestran que los productores perciben una creciente necesidad de adaptar sus discursos a las características de las plataformas digitales. Esta adaptación implica utilizar estilos comunicativos más flexibles, conversacionales y accesibles, capaces de responder a las expectativas de audiencias que consumen información en entornos digitales caracterizados por la abundancia de contenidos y la competencia por la atención.

De manera complementaria, María Luisa Guerrero explicó que las plataformas digitales ofrecen una mayor libertad para experimentar con formatos, enfoques y estilos narrativos. Como señaló la entrevistada:

> **Creo que es lo natural, es a donde todo el mundo va, es la tendencia que se está dando en la actualidad y creo que como comunicadores también, si queremos estar vigentes y seguir en la jugada, pues tenemos que entrar en esos nuevos formatos.** (Guerrero, *Los Noticieristas,* Comunicación personal, 2026).

La afirmación anterior muestra que la experimentación narrativa forma parte de los procesos de adaptación desarrollados por los productores frente a las transformaciones del ecosistema mediático digital.

Los resultados también muestran que la reconfiguración de los contenidos informativos se encuentra asociada a procesos de fragmentación narrativa. Daniel Guzmán señaló que los contenidos suelen dividirse en clips, fragmentos y materiales derivados que circulan de manera independiente dentro de diferentes plataformas. Como resultado, un mismo acontecimiento puede presentarse mediante múltiples formatos diseñados para responder a distintas formas de consumo digital.

En conjunto, los hallazgos evidencian que las plataformas digitales han transformado las características de los contenidos informativos producidos por los medios regionales. La profundidad temática, la flexibilidad narrativa, la humanización de los relatos y la fragmentación de los contenidos constituyen

elementos que reflejan una reconfiguración de las prácticas comunicativas dentro de los entornos digitales contemporáneos.

4.5 Las plataformas digitales permiten y condicionan la interacción con las audiencias

Uno de los hallazgos más relevantes identificados durante la investigación fue que las plataformas digitales han transformado las formas de interacción entre productores y audiencias dentro del podcast y videopodcast informativo regional. A diferencia de los modelos tradicionales de comunicación caracterizados por dinámicas predominantemente unidireccionales, las entrevistas muestran que los entornos digitales favorecen procesos de intercambio más constantes, inmediatos y visibles entre quienes producen contenidos y quienes los consumen.

Los productores entrevistados coincidieron en que las plataformas digitales facilitan nuevas formas de comunicación mediante comentarios, mensajes privados, reacciones, compartidos y otras herramientas que permiten a las audiencias participar activamente dentro de los procesos de circulación informativa. Estas dinámicas generan espacios donde la interacción se convierte en un elemento cotidiano de la experiencia comunicativa.

En este sentido, Milton Rojo explicó que actualmente la comunicación funciona como un proceso de ida y vuelta, donde las respuestas de las audiencias influyen directamente en las dinámicas desarrolladas por los productores. Como señaló el entrevistado:

> **La comunicación ya no funciona solamente en una dirección. Ahora existe una retroalimentación constante donde las personas pueden comentar, responder y participar de manera inmediata en las conversaciones que se generan alrededor de los contenidos.** (Rojo, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026).

Este testimonio evidencia una transformación importante respecto a los modelos tradicionales, ya que las audiencias dejan de ocupar una posición exclusivamente receptora para participar activamente dentro de los procesos de comunicación digital.

De manera similar, Daniel Guzmán señaló que las plataformas digitales permiten observar de forma inmediata la respuesta de los usuarios mediante comentarios, reproducciones, compartidos y diferentes métricas de participación. Según el entrevistado:

> **Hoy puedes ver prácticamente en tiempo real cómo responde la audiencia. Los comentarios, las reproducciones y los compartidos te permiten identificar qué temas están funcionando y cuáles generan mayor interés entre las personas.** (Guzmán, *Noticias Digitales Sinaloa*, Comunicación personal, 2025).

La afirmación anterior muestra que las plataformas digitales permiten a los productores obtener información inmediata sobre las respuestas de las audiencias, influyendo en decisiones relacionadas con temas, formatos y estilos narrativos utilizados dentro de los contenidos informativos.

Los testimonios muestran que la interacción digital no se limita únicamente a una respuesta posterior al contenido, sino que forma parte de los procesos de construcción y circulación informativa. Los productores reconocen que actualmente deben interpretar las respuestas de las audiencias para comprender intereses, identificar temas relevantes y adaptar estrategias de comunicación dentro de las plataformas digitales.

Este hallazgo puede interpretarse a partir de los planteamientos de Jenkins (2006), quien sostiene que las audiencias participan activamente en los procesos de circulación y resignificación de contenidos dentro de los entornos digitales. Desde esta perspectiva, la comunicación deja de desarrollarse bajo esquemas lineales para configurarse mediante dinámicas participativas donde productores y audiencias interactúan constantemente.

Las entrevistas también permitieron identificar que la interacción digital se desarrolla de manera fragmentada y multiplataforma. Pepe Guízar explicó que muchas veces las conversaciones más importantes no ocurren dentro del episodio principal, sino a través de clips, fragmentos o materiales derivados que circulan posteriormente en redes sociales. Como explicó el entrevistado:

> **Muchas veces el episodio completo genera una conversación, pero después los clips y fragmentos que se comparten en redes sociales generan nuevas discusiones, comentarios y formas de participación que continúan mucho tiempo después de la publicación original.** (Guízar, *El Contrapeso Informativo,* Comunicación personal, 2026).

Este testimonio muestra que la interacción digital trasciende el contenido principal y se expande hacia diferentes espacios dentro de los ecosistemas digitales, generando nuevas formas de participación y circulación informativa.

Los resultados muestran además que las dinámicas de interacción se encuentran estrechamente vinculadas con los sistemas de visibilidad presentes en las plataformas digitales. Comentarios, compartidos y reacciones visibles no solo representan formas de participación de las audiencias, sino también indicadores utilizados por los algoritmos para determinar el alcance y posicionamiento de los contenidos.

En este sentido, Francisco Arce explicó que muchos contenidos dependen de las dinámicas de participación digital para alcanzar mayores niveles de circulación. Como señaló el entrevistado:

> **Entre más interacción tenga una publicación, mayores posibilidades existen de que continúe circulando dentro de la plataforma y alcance nuevas audiencias.** (Arce, *TVP Mazatlán*, Comunicación personal, 2026).

Esta situación genera que algunos productores adapten sus estrategias narrativas buscando estimular mayores niveles de reacción e interacción entre las audiencias.

A partir de estos hallazgos puede observarse que las plataformas digitales funcionan simultáneamente como espacios que amplían las posibilidades de interacción y como estructuras que condicionan parcialmente las dinámicas comunicativas. La participación de las audiencias se encuentra mediada por algoritmos, métricas de visibilidad y reglas de funcionamiento que influyen directamente en la circulación de los contenidos informativos.

En conjunto, los resultados evidencian que las plataformas digitales han transformado profundamente las formas de interacción desarrolladas dentro del podcast y videopodcast informativo regional. Las audiencias participan activamente en los procesos de circulación y resignificación de contenidos; sin embargo, estas dinámicas se desarrollan dentro de entornos condicionados por sistemas algorítmicos que influyen simultáneamente en la participación, la visibilidad y el alcance de la información.

4.6 El consumo silencioso como forma de participación no visible

Aunque las plataformas digitales favorecen diversas formas de interacción visible mediante comentarios, reacciones y compartidos, los resultados obtenidos muestran que diversos segmentos de las audiencias observadas, consume contenidos informativos sin participar públicamente dentro de estos espacios. Esta situación permitió identificar la existencia de dinámicas de consumo caracterizadas por niveles reducidos de interacción observable, pero no necesariamente por una menor apropiación de los contenidos.

Uno de los hallazgos emergentes más relevantes identificados durante la investigación fue la existencia de formas de consumo informativo caracterizadas por la ausencia de interacción visible dentro de las plataformas digitales. Aunque los productores entrevistados reconocieron que una parte importante de las audiencias consume regularmente podcast y videopodcast informativo, este

consumo no siempre se traduce en comentarios, reacciones, compartidos u otras formas observables de participación digital.

Las entrevistas realizadas muestran que existe una diferencia importante entre interacción visible y consumo efectivo de contenidos. Los productores señalaron que numerosos episodios presentan niveles significativos de visualización y reproducción, aun cuando los indicadores públicos de participación permanecen relativamente bajos. Esta situación evidencia que gran parte de la relación entre audiencias y contenidos ocurre mediante prácticas menos observables dentro de los entornos digitales.

En este sentido, el Dr. Sergio Miguel explicó que algunos contenidos registran niveles importantes de alcance y consumo, aunque generen pocas reacciones o comentarios visibles. Como señaló el entrevistado:

> **Hay personas que consumen el contenido, que lo escuchan completo y que regresan constantemente a determinados episodios, pero no necesariamente comentan o reaccionan dentro de la plataforma. Muchas veces sabemos que están ahí por las reproducciones, aunque no exista una participación visible.** (Hernández Medina, *En la Banca*, Comunicación personal, 2025).

Este testimonio evidencia que las métricas visibles de participación no siempre reflejan la totalidad de las formas de consumo desarrolladas por las audiencias. La ausencia de comentarios o reacciones públicas no implica necesariamente falta de interés o desconexión con los contenidos informativos.

De manera similar, Daniel Guzmán señaló que algunos episodios alcanzan altos niveles de visualización pese a presentar una participación limitada mediante comentarios o reacciones. Según el entrevistado:

> **Hay contenidos que registran muchas reproducciones y que son vistos por una gran cantidad de personas, pero eso no significa que todos vayan a comentar o interactuar públicamente. Muchas veces la audiencia consume la información y continúa con sus actividades sin**

dejar una reacción visible. (Guzmán, *Noticias Digitales Sinaloa*, Comunicación personal, 2025).

La afirmación anterior permite identificar que el consumo informativo no necesariamente se encuentra acompañado por formas observables de participación digital, aun cuando exista interés por los temas abordados.

Las encuestas aplicadas a audiencias digitales refuerzan este hallazgo al mostrar que una proporción considerable de usuarios consume contenidos informativos con regularidad, pero participa escasamente mediante comentarios, reacciones o compartidos. Los resultados evidencian que muchas personas prefieren mantener formas de consumo caracterizadas por la observación, la escucha y el seguimiento constante de contenidos sin intervenir públicamente dentro de las plataformas.

Este hallazgo permite problematizar las formas tradicionales de interpretar la interacción digital. Mientras las plataformas suelen privilegiar indicadores visibles como comentarios, reacciones y compartidos para evaluar la participación de las audiencias, los resultados obtenidos muestran que una parte importante del consumo informativo ocurre mediante prácticas silenciosas que permanecen fuera de estas métricas observables.

Es importante señalar que las métricas digitales analizadas no permiten identificar de manera directa el consumo silencioso, debido a que indicadores como reproducciones, visualizaciones o alcance no representan necesariamente usuarios únicos ni permiten conocer la totalidad de las prácticas desarrolladas por las audiencias frente a los contenidos. Por ello, la categoría de consumo silencioso no se construye únicamente a partir de los datos cuantitativos, sino mediante la triangulación entre las métricas observadas en plataformas digitales, los cuestionarios aplicados a las audiencias y los testimonios obtenidos mediante entrevistas a productores. En este sentido, los datos cuantitativos funcionan como evidencia complementaria que permite identificar una brecha entre alcance e interacción visible, mientras que la interpretación del fenómeno se desarrolla a

partir de la articulación de las distintas fuentes de información utilizadas en la investigación.

La existencia de consumo silencioso también se relaciona con dinámicas propias de los entornos digitales contemporáneos. Las audiencias consumen contenidos mientras realizan otras actividades, reciben recomendaciones mediante contactos personales, observan fragmentos aislados o mantienen seguimiento constante de determinados productores sin necesidad de interactuar públicamente. Como resultado, la apropiación de información puede desarrollarse mediante mecanismos menos visibles que los considerados habitualmente por las plataformas digitales.

Asimismo, Marco Aceves señaló que parte de la interacción generada por sus contenidos ocurre posteriormente mediante mensajes privados o conversaciones personales fuera de los espacios públicos de las plataformas. Como explicó el entrevistado:

> **Muchas personas no comentan directamente en las publicaciones, pero después te escriben por mensaje privado o te buscan personalmente para hablar sobre los temas que abordaste. Ahí te das cuenta de que sí consumieron el contenido, aunque no hayan interactuado públicamente.** (Aceves, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026).

Este testimonio evidencia que la circulación y apropiación de contenidos informativos puede extenderse hacia espacios de interacción que no siempre son registrados por las métricas convencionales de participación digital.

Los hallazgos muestran que la ausencia de comentarios o reacciones visibles no implica necesariamente falta de interés o desconexión con los contenidos informativos. Por el contrario, las entrevistas y encuestas sugieren que muchas audiencias participan mediante formas alternativas de consumo y apropiación que permanecen invisibles para los sistemas tradicionales de medición utilizados por las plataformas digitales.

A partir de estos resultados emergió la categoría de consumo silencioso para describir aquellas prácticas de consumo informativo en las que las audiencias acceden, observan, escuchan y procesan contenidos sin manifestar formas visibles de participación dentro de las plataformas digitales. Esta categoría permite comprender que la interacción entre audiencias y contenidos no puede reducirse únicamente a indicadores públicos como comentarios, reacciones o compartidos.

En conjunto, los resultados permiten comprender que el consumo silencioso constituye una dimensión relevante para analizar las dinámicas contemporáneas de interacción digital. Esta categoría evidencia que las relaciones entre audiencias y contenidos son más complejas que las observadas mediante indicadores públicos de participación, mostrando que una parte importante del consumo informativo ocurre mediante prácticas silenciosas de observación, escucha y seguimiento dentro de los entornos digitales contemporáneos.

Por esta razón, el consumo silencioso se comprende en esta investigación como una categoría interpretativa construida desde la triangulación metodológica, y no como una conducta medible exclusivamente mediante indicadores cuantitativos de plataforma.

4.7 La interacción genera significados en los productores

Los resultados obtenidos muestran que la interacción digital no solo constituye una forma de participación de las audiencias, sino también un proceso mediante el cual los productores construyen significados sobre el podcast y videopodcast informativo. Las entrevistas realizadas evidencian que comentarios, métricas de visualización, niveles de alcance y distintas formas de retroalimentación influyen constantemente en la manera en que los productores

interpretan el funcionamiento de sus contenidos y valoran la relación establecida con las audiencias.

Los entrevistados coincidieron en señalar que las respuestas generadas por los usuarios funcionan como indicadores que permiten comprender intereses, preferencias y formas de recepción dentro de los entornos digitales. En este sentido, la interacción deja de ser únicamente una consecuencia de la producción informativa para convertirse en un elemento que participa activamente en la construcción de significados sobre los propios contenidos.

Milton Rojo explicó que las audiencias intervienen constantemente en los procesos de resignificación de los contenidos, influyendo en la manera en que los productores interpretan el desempeño y alcance de sus proyectos comunicativos. Como señaló el entrevistado:

> **La respuesta de las personas permite entender qué temas les resultan relevantes, cuáles generan conversación y cuáles tienen una recepción distinta a la que originalmente se esperaba.** (Rojo, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026).

Este testimonio evidencia que la interacción digital funciona como una fuente permanente de interpretación para los productores, quienes utilizan las respuestas de las audiencias para comprender el impacto de sus contenidos dentro de las plataformas digitales.

De manera similar, Daniel Guzmán señaló que las métricas y reacciones observadas en redes sociales permiten identificar patrones de interés que posteriormente influyen en la selección de temas, formatos y estrategias narrativas. Como explicó el entrevistado:

> **Las métricas permiten identificar qué contenidos generan mayor atención, qué formatos funcionan mejor y cuáles son los temas que despiertan más interés entre las audiencias.** (Guzmán, *Noticias Digitales Sinaloa*, Comunicación personal, 2025).

La afirmación anterior muestra que los productores interpretan estas señales como mecanismos que orientan futuras decisiones relacionadas con la construcción de contenidos informativos.

Los resultados también muestran que las dinámicas de interacción funcionan como formas contemporáneas de validación simbólica. Pepe Guízar explicó que actualmente los productores monitorean de manera constante las respuestas de las audiencias para comprender cómo determinados temas circulan y son apropiados dentro de los entornos digitales. Como señaló el entrevistado:

> **Las respuestas de las personas permiten saber si el contenido realmente está generando conversación o si determinados temas están logrando conectar con las audiencias.** (Guízar, *El Contrapeso Informativo,* Comunicación personal, 2026).

Como consecuencia, la interacción adquiere un valor que trasciende la simple participación y se convierte en una referencia para interpretar la relevancia de los contenidos producidos.

Asimismo, Marco Aceves señaló que muchos de los significados atribuidos a sus entrevistas surgen a partir de mensajes, comentarios y reacciones recibidas posteriormente por parte de las audiencias. Como explicó el entrevistado:

> **Muchas veces los comentarios o mensajes posteriores permiten descubrir aspectos que uno no había considerado inicialmente sobre el impacto que tuvo una entrevista o determinado contenido**. (Aceves, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026).

Estas respuestas permiten identificar impactos emocionales, formas de identificación y procesos de apropiación que contribuyen a redefinir la percepción que los productores construyen sobre sus propios contenidos.

Este hallazgo puede interpretarse a partir de los planteamientos de Stuart Hall (1980), quien sostiene que los significados no son producidos exclusivamente por quienes generan los mensajes, sino que se construyen

mediante procesos de interpretación desarrollados por las audiencias. Desde esta perspectiva, la interacción digital constituye un espacio donde productores y usuarios participan simultáneamente en la construcción y resignificación de contenidos informativos.

Los hallazgos evidencian que los significados atribuidos al podcast y videopodcast no permanecen estáticos, sino que son modificados constantemente mediante procesos de interacción digital. Comentarios, métricas, niveles de alcance y distintas formas de retroalimentación permiten que los productores reinterpreten sus contenidos y ajusten continuamente sus estrategias comunicativas dentro de las plataformas digitales.

Sin embargo, las entrevistas también muestran que estas dinámicas pueden generar tensiones. Francisco Arce advirtió que algunos productores terminan otorgando excesiva importancia a métricas de interacción o dinámicas de viralidad, lo que puede favorecer decisiones orientadas prioritariamente hacia la obtención de alcance antes que hacia la profundidad informativa. Como señaló el entrevistado:

> **Existe el riesgo de comenzar a producir contenidos pensando únicamente en las métricas o en aquello que genera más interacción, dejando en segundo plano otros criterios informativos.** (Arce, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026)

Esta situación evidencia que la interacción digital funciona simultáneamente como fuente de retroalimentación y como mecanismo que puede influir en la orientación de los contenidos.

En conjunto, los resultados permiten comprender que la interacción digital desempeña un papel fundamental en la construcción de significados dentro del podcast y videopodcast informativo regional. Las plataformas digitales generan procesos permanentes de retroalimentación mediante los cuales las audiencias participan indirectamente en la redefinición de temas, narrativas y formas de

producción, contribuyendo a la construcción simbólica de los contenidos informativos desarrollados por los medios regionales.

4.8 Los significados de los productores influyen en la producción de contenidos informativos

Los resultados obtenidos muestran que los significados construidos por los productores sobre el podcast y videopodcast informativo influyen directamente en las decisiones relacionadas con la producción de contenidos. Las entrevistas realizadas evidencian que las interpretaciones desarrolladas a partir de la experiencia profesional, la interacción con las audiencias y la observación de los entornos digitales terminan orientando la selección de temas, los formatos utilizados y las estrategias narrativas implementadas por los productores.

Los entrevistados coincidieron en señalar que el podcast y videopodcast representan espacios que ofrecen posibilidades distintas a las observadas en medios tradicionales. Como resultado, los productores desarrollan valoraciones específicas sobre estos formatos que posteriormente influyen en la manera en que diseñan y producen contenidos informativos.

En este sentido, Francisco Arce explicó que el podcast permite desarrollar contenidos especializados dirigidos a públicos con intereses concretos. Como señaló el entrevistado:

> **El podcast permite trabajar temas mucho más específicos y dirigirse a públicos que realmente tienen interés en determinados asuntos, algo que muchas veces resulta más complicado dentro de otros medios.** (Arce, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026).

Este testimonio evidencia que la percepción de especialización influye directamente en las decisiones editoriales de los productores, quienes adaptan

sus contenidos considerando las posibilidades de segmentación temática que ofrecen los formatos digitales.

De manera similar, el Dr. Sergio Miguel señaló que el podcast facilita la construcción de contenidos más profundos y contextualizados. Como explicó el entrevistado:

> **El formato permite desarrollar temas con mayor amplitud, incorporar contexto y profundizar en aspectos que normalmente no podrían abordarse con el mismo nivel de detalle en otros espacios informativos.** (Hernández Medina, *En la Banca*, Comunicación personal, 2025).

La afirmación anterior muestra que la valoración positiva atribuida a la profundidad temática influye directamente en la selección de temas y en la manera en que los productores estructuran sus narrativas informativas.

Las entrevistas también muestran que los significados asociados a la cercanía con las audiencias influyen en la producción informativa. Marco Aceves destacó la importancia de incorporar experiencias humanas, testimonios y elementos emocionales dentro de los contenidos. Como señaló el entrevistado:

> **No solamente importa la información que transmite una persona; también resulta importante conocer cómo piensa, cómo vive determinadas experiencias y cómo se relaciona con los acontecimientos que está narrando.** (Aceves, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026).

Como resultado, las decisiones narrativas se encuentran condicionadas por las interpretaciones que los propios productores construyen sobre las expectativas e intereses de las audiencias.

Por su parte, María Luisa Guerrero explicó que el podcast representa un espacio con mayores niveles de libertad creativa y editorial en comparación con otros formatos de comunicación. Como expresó la entrevistada:

> **Creo que estos formatos permiten experimentar más, probar nuevas formas de comunicar y desarrollar contenidos que quizá no tendrían cabida dentro de estructuras más tradicionales**. (Guerrero, *Los Noticieristas,* Comunicación personal, 2026).

Este testimonio evidencia que la percepción de libertad creativa favorece procesos de experimentación narrativa y la búsqueda de nuevas formas de presentar contenidos informativos dentro de los entornos digitales.

Este hallazgo puede interpretarse a partir de los planteamientos de Berger y Luckmann (2003), quienes sostienen que la realidad social es construida mediante procesos permanentes de interpretación y producción de significados. Desde esta perspectiva, las decisiones relacionadas con la producción informativa no responden únicamente a factores técnicos o estructurales, sino también a las interpretaciones que los actores desarrollan sobre los fenómenos que experimentan dentro de su contexto social y profesional.

Los resultados muestran que los productores no actúan únicamente como emisores de información, sino como actores que interpretan constantemente su entorno, construyen significados y trasladan esas interpretaciones a los procesos de producción de contenidos. Las decisiones editoriales, narrativas y temáticas se encuentran estrechamente vinculadas con las valoraciones desarrolladas sobre las plataformas digitales, las audiencias y las posibilidades comunicativas del podcast y videopodcast.

Sin embargo, las entrevistas también muestran que estos significados no permanecen estáticos. La experiencia acumulada, las respuestas de las audiencias y las transformaciones de los entornos digitales generan procesos continuos de reinterpretación que modifican constantemente las estrategias de producción implementadas por los productores.

En conjunto, los hallazgos evidencian que la producción informativa se encuentra influida por procesos de construcción simbólica desarrollados por los propios productores. Los significados atribuidos al podcast y videopodcast

orientan la manera en que los contenidos son diseñados, narrados y distribuidos, configurando prácticas de producción que responden tanto a factores estructurales como a interpretaciones construidas socialmente dentro de los entornos digitales contemporáneos.

4.9 Las ventajas refuerzan la producción y circulación de contenidos informativos

Los resultados obtenidos muestran que las ventajas percibidas por los productores constituyen un factor relevante para explicar la continuidad y expansión del podcast y videopodcast informativo dentro de los medios regionales. Las entrevistas realizadas evidencian que estos formatos ofrecen beneficios asociados a la flexibilidad de producción, la accesibilidad tecnológica, la permanencia de los contenidos y la posibilidad de establecer relaciones más cercanas con las audiencias.

Los entrevistados coincidieron en señalar que las plataformas digitales permiten desarrollar procesos de producción más flexibles que los observados tradicionalmente en radio, televisión o prensa escrita. Esta situación favorece la creación de contenidos informativos adaptados a distintos ritmos de trabajo, recursos disponibles y necesidades específicas de los productores.

En este sentido, María Luisa Guerrero destacó que el podcast ofrece mayores niveles de libertad para desarrollar proyectos informativos independientes, permitiendo explorar temáticas, formatos y estilos narrativos con menos restricciones que las presentes en otros espacios de comunicación. Como señaló la entrevistada:

> **Creo que estos formatos permiten experimentar más, probar nuevas formas de comunicar y desarrollar contenidos que quizá no tendrían cabida dentro de estructuras más tradicionales.** (Guerrero, *Los Noticieristas,* Comunicación personal, 2026)

Este testimonio evidencia que la flexibilidad constituye una de las principales ventajas atribuidas al podcast y videopodcast, favoreciendo procesos de innovación y adaptación dentro de los entornos digitales.

De manera similar, Marco Aceves señaló que las plataformas digitales facilitan la producción y distribución de contenidos mediante herramientas accesibles que permiten ampliar las posibilidades de participación para medios regionales y productores independientes. Como explicó el entrevistado:

> **Hoy existen herramientas que permiten producir y distribuir contenidos sin necesidad de contar con las mismas estructuras que anteriormente requerían otros medios de comunicación.** (Aceves, *Los Noticieristas,* Comunicación personal, 2026).

La afirmación anterior muestra que la accesibilidad tecnológica representa una ventaja significativa para los productores, reduciendo barreras de entrada y ampliando las posibilidades de participación dentro del ecosistema mediático digital.

Los resultados también muestran que la permanencia de los contenidos constituye una ventaja importante para los productores. A diferencia de otros formatos tradicionales caracterizados por una temporalidad limitada, el podcast y videopodcast permiten que los contenidos permanezcan disponibles para consulta, reproducción y circulación durante periodos prolongados. Como señaló el Dr. Sergio Miguel:

> **Una de las ventajas más importantes es que los contenidos permanecen disponibles y pueden seguir siendo consultados mucho tiempo después de haber sido publicados.** (Hernández Medina, *En la Banca*, Comunicación personal, 2025)

Esta característica favorece formas de consumo más flexibles y permite que las audiencias accedan a la información de acuerdo con sus propios tiempos, intereses y necesidades.

Este hallazgo puede interpretarse a partir de los planteamientos de Jenkins (2006), quien sostiene que los entornos digitales favorecen formas de circulación caracterizadas por la permanencia, reutilización y redistribución constante de contenidos. Desde esta perspectiva, la producción informativa adquiere nuevas posibilidades de alcance y permanencia dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

Las entrevistas también evidencian que la cercanía con las audiencias constituye una ventaja significativa para los productores. La posibilidad de recibir retroalimentación, conocer intereses específicos y establecer relaciones más directas con los usuarios fortalece los procesos de producción y circulación informativa dentro de las plataformas digitales.

En este sentido, Marco Aceves destacó que las plataformas digitales permiten construir relaciones más cercanas con las audiencias, favoreciendo procesos de comunicación más directos que los observados tradicionalmente en otros medios. Como explicó el entrevistado:

> **La posibilidad de interactuar directamente con las personas permite comprender mejor sus intereses y construir una relación más cercana con quienes consumen los contenidos.** (Aceves, Los Noticieristas Comunicación personal, 2026)

Este testimonio evidencia que la interacción constituye una ventaja que fortalece los procesos de producción y circulación informativa, al permitir una comunicación más dinámica entre productores y audiencias.

Los resultados muestran además que estas ventajas no operan de manera aislada, sino que se articulan entre sí para fortalecer la consolidación del podcast y videopodcast como formatos informativos. La flexibilidad de producción, la accesibilidad tecnológica, la permanencia de los contenidos y la cercanía con las audiencias generan condiciones que favorecen la continuidad de estos proyectos comunicativos dentro de los medios regionales.

En conjunto, los hallazgos muestran que las ventajas asociadas al podcast y videopodcast contribuyen a fortalecer los procesos de producción y circulación de contenidos informativos. La flexibilidad, accesibilidad, permanencia y cercanía con las audiencias representan elementos que favorecen la consolidación de estos formatos dentro de los medios regionales y explican parte de su crecimiento en los entornos digitales contemporáneos.

4.10 Los temas de interés como criterio para la construcción de contenidos informativos

Los resultados muestran que los temas de interés constituyen un criterio relevante para la selección y construcción de contenidos dentro del podcast y videopodcast informativo regionales. Las entrevistas realizadas evidencian que determinados temas no solo influyen en la selección y construcción de contenidos, sino que también favorecen diferentes formas de interacción por parte de las audiencias. Como resultado, los temas abordados funcionan simultáneamente como elementos que orientan la producción informativa y como factores capaces de estimular procesos de participación dentro de las plataformas digitales.

Los productores entrevistados coincidieron en señalar que las audiencias muestran especial interés por contenidos relacionados con acontecimientos políticos, problemáticas de seguridad, temas comunitarios, deportes e historias humanas vinculadas con su contexto regional. Estos temas suelen generar mayores niveles de atención debido a su capacidad para relacionarse con experiencias, preocupaciones e intereses presentes en la vida cotidiana de los usuarios.

En este sentido, el Dr. Sergio Miguel explicó que las audiencias suelen mostrar mayor interés cuando los contenidos abordan problemáticas cercanas a

su realidad cotidiana o acontecimientos que afectan directamente a sus comunidades. Como señaló el entrevistado:

> **Los temas que más interés generan son aquellos que tienen relación directa con la vida de las personas, con situaciones que experimentan diariamente o que afectan de alguna manera a su entorno inmediato.** (Hernández Medina, *En la Banca,* Comunicación personal, 2025).

Este testimonio evidencia que la proximidad temática constituye un factor importante para comprender los niveles de interés generados por determinados contenidos informativos.

De manera similar, Daniel Guzmán señaló que las audiencias suelen responder con mayor intensidad cuando los contenidos se relacionan con acontecimientos de relevancia pública o debates presentes dentro de la agenda regional. Como explicó el entrevistado:

> **Cuando un tema tiene impacto en la comunidad o forma parte de las conversaciones que las personas ya están teniendo, resulta más fácil generar atención e interés alrededor del contenido.** (Guzmán, *Noticias Digitales Sinaloa*, Comunicación personal, 2025).

La afirmación anterior muestra que la relevancia social de los temas constituye un elemento que favorece la interacción y circulación de los contenidos dentro de las plataformas digitales.

Las entrevistas también muestran que las historias centradas en experiencias humanas favorecen procesos de identificación emocional entre productores y audiencias. Marco Aceves destacó que los contenidos construidos a partir de testimonios, trayectorias personales o acontecimientos cercanos suelen generar mayores niveles de atención y permanencia dentro de las plataformas digitales. Como señaló el entrevistado:

> **Las personas suelen conectar más fácilmente con historias humanas porque encuentran elementos con los cuales pueden identificarse o**

relacionarse emocionalmente. (Aceves, *Los Noticieristas,* Comunicación personal, 2026)

Este testimonio evidencia que la identificación emocional constituye un mecanismo importante para comprender la relación entre audiencias y contenidos dentro de los entornos digitales.

Este hallazgo puede interpretarse a partir de los planteamientos de Hall (1980), quien sostiene que los procesos de recepción se encuentran condicionados por marcos culturales, experiencias sociales y contextos específicos de interpretación. Desde esta perspectiva, las audiencias no consumen contenidos de manera homogénea, sino que establecen relaciones diferenciadas con aquellos temas que consideran relevantes para su realidad cotidiana.

Los resultados también muestran que la segmentación temática favorece la consolidación de audiencias específicas. Francisco Arce explicó que determinados públicos buscan contenidos especializados relacionados con política, deportes, cultura, economía o problemáticas sociales concretas. Como señaló el entrevistado:

Existen audiencias que siguen de manera constante ciertos temas porque responden a intereses muy específicos y buscan información más especializada sobre esos asuntos. (Arce, *TVP Mazatlán*, Comunicación personal, 2026).

Esta situación contribuye a fortalecer procesos de consumo recurrente dentro del podcast y videopodcast informativo.

Asimismo, las entrevistas evidencian que la relevancia temática influye en las dinámicas de circulación digital. María Luisa Guerrero explicó que los contenidos vinculados con acontecimientos de actualidad, debates públicos o situaciones de interés colectivo suelen registrar mayores niveles de difusión y conversación dentro de las plataformas digitales. Como expresó la entrevistada:

> **Los temas que se encuentran presentes en la conversación pública generalmente generan más interacción porque las personas sienten que forman parte de algo que les afecta o les interesa directamente.** (Guerrero, *Los Noticieristas,* Comunicación personal, 2026).

La afirmación anterior evidencia que la relevancia social de los temas favorece procesos de difusión, conversación y circulación dentro de los entornos digitales contemporáneos.

Los resultados muestran además que la selección temática no responde únicamente a criterios periodísticos tradicionales, sino también a procesos de interpretación desarrollados por los productores sobre los intereses y expectativas de sus audiencias. Esta situación influye directamente en las decisiones relacionadas con la producción de contenidos y en la manera en que los acontecimientos son presentados dentro de los formatos digitales.

En conjunto, los hallazgos revelan que los temas de interés desempeñan un papel fundamental en la atracción y permanencia de las audiencias dentro del podcast y videopodcast informativo regional. La proximidad temática, la identificación emocional, la especialización de contenidos y la relevancia social de los acontecimientos constituyen factores que favorecen los procesos de consumo, interacción y circulación informativa dentro de los entornos digitales contemporáneos.

4.11 Las desventajas limitan la interacción con las audiencias

Los resultados obtenidos indican que las plataformas digitales presentan diversas limitaciones que influyen en las formas de interacción desarrolladas entre productores y audiencias. Aunque estos entornos ofrecen oportunidades importantes para la comunicación y participación, las entrevistas realizadas

evidencian la existencia de factores que dificultan el involucramiento constante de los usuarios dentro de los procesos de interacción digital.

Los entrevistados señalaron que elementos como la saturación de contenidos, la dependencia de algoritmos, la competencia por la atención y la sobreabundancia de información influyen directamente en los niveles de participación observados dentro de las plataformas digitales. Como resultado, la interacción entre productores y audiencias se encuentra condicionada por factores que trascienden la calidad o relevancia de los contenidos informativos.

En este sentido, Francisco Arce explicó que la visibilidad de los contenidos depende cada vez más de dinámicas algorítmicas que escapan parcialmente al control de los productores. Como señaló el entrevistado:

> **Muchas veces el alcance de un contenido no depende únicamente de su calidad o relevancia, sino de cómo los algoritmos deciden mostrarlo o distribuirlo dentro de la plataforma.** (Arce, *TVP Mazatlán*, Comunicación personal, 2026).

Este testimonio evidencia que la circulación de contenidos informativos se encuentra condicionada por factores tecnológicos que intervienen directamente en los niveles de exposición y visibilidad obtenidos por los productores.

De manera similar, Pepe Guízar señaló que los productores deben adaptar continuamente sus estrategias de comunicación para responder a las exigencias de cada plataforma digital. Como explicó el entrevistado:

> **Las reglas cambian constantemente y los productores tienen que ajustarse a nuevas dinámicas, formatos y tendencias para mantener presencia dentro de las plataformas.** (Guízar, *El Contrapeso Informativo,* Comunicación personal, 2026).

La afirmación anterior muestra que la producción informativa se desarrolla dentro de entornos caracterizados por transformaciones permanentes, donde la adaptación continua constituye una condición necesaria para conservar visibilidad y alcance.

Los resultados también sugieren que la competencia por la atención constituye una limitación importante para la circulación de contenidos informativos. Las audiencias se encuentran expuestas simultáneamente a grandes volúmenes de información, entretenimiento y publicidad, lo que reduce el tiempo disponible para consumir contenidos especializados o de mayor profundidad temática. Como señaló, el Dr. Sergio Miguel:

> **Actualmente las personas reciben información desde múltiples espacios al mismo tiempo, lo que hace cada vez más difícil captar y mantener su atención durante periodos prolongados.** (Hernández Medina, *En la Banca,* Comunicación personal, 2025).

Este testimonio evidencia que la abundancia informativa característica de los entornos digitales genera condiciones de competencia permanente entre distintos tipos de contenidos.

Este hallazgo puede interpretarse a partir de los planteamientos de Van Dijck (2013), quien sostiene que las plataformas digitales operan mediante sistemas capaces de jerarquizar contenidos y condicionar procesos de visibilidad dentro de los entornos digitales. Desde esta perspectiva, la circulación informativa no depende únicamente de la calidad de los contenidos producidos, sino también de factores tecnológicos y algorítmicos que intervienen en su distribución.

Las entrevistas permitieron identificar además dificultades relacionadas con la sostenibilidad de los proyectos comunicativos. Los productores señalaron que la generación constante de contenidos, la necesidad de actualización permanente y la competencia existente dentro de las plataformas digitales representan desafíos importantes para mantener proyectos informativos de largo plazo.

En este sentido, María Luisa Guerrero explicó que la producción continua de contenidos exige importantes niveles de tiempo, organización y dedicación profesional. Como señaló la entrevistada:

> **Mantener un proyecto de manera constante requiere trabajo permanente, actualización continua y una inversión importante de tiempo y esfuerzo.** (Guerrero, *Los Noticieristas,* Comunicación personal, 2026).

La afirmación anterior evidencia que la sostenibilidad constituye uno de los principales desafíos enfrentados por productores independientes y medios regionales dentro de los entornos digitales.

Asimismo, algunos entrevistados advirtieron que la búsqueda de visibilidad puede favorecer dinámicas orientadas hacia la viralidad o la obtención rápida de interacción, generando tensiones entre los objetivos informativos y las exigencias impuestas por las plataformas digitales. Como explicó Marco Aceves:

> **Existe una presión constante por generar contenidos que obtengan resultados inmediatos, aunque no siempre coincidan con los objetivos informativos que originalmente se persiguen.** (Aceves, *Los Noticieristas*, Comunicación personal, 2026).

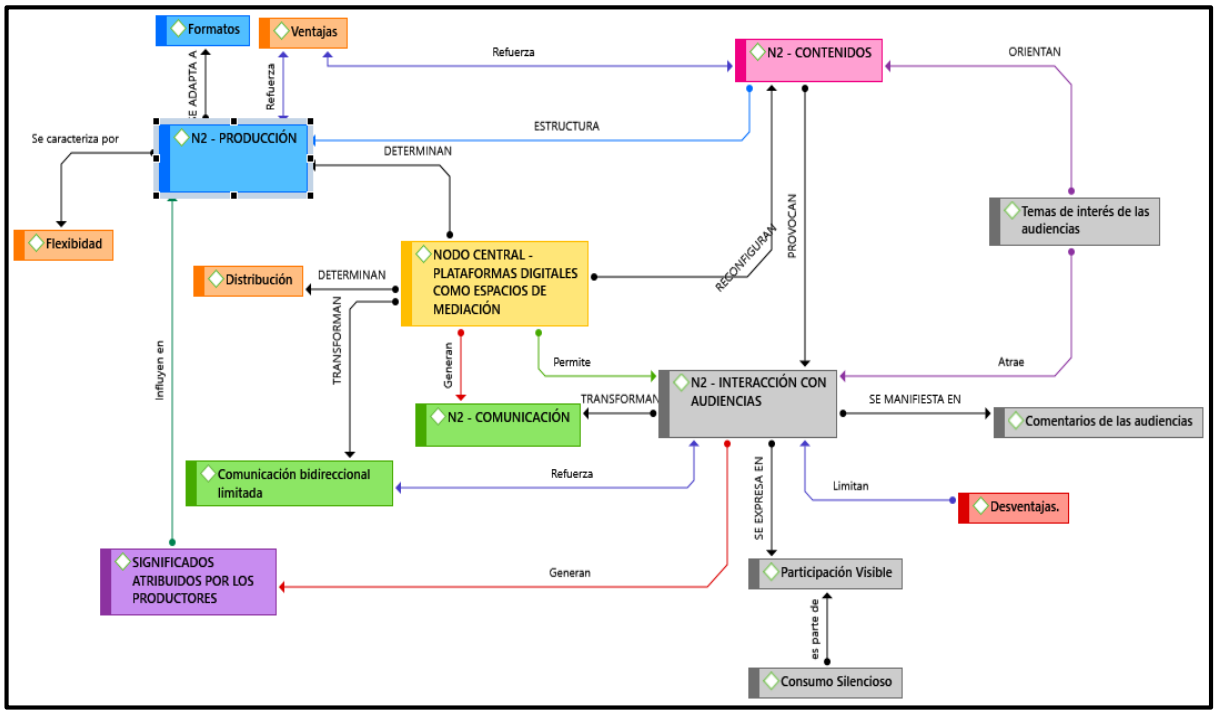
Esta situación evidencia que los productores deben equilibrar constantemente criterios periodísticos, intereses de las audiencias y requerimientos algorítmicos dentro de los procesos de producción y circulación informativa.

En conjunto, los hallazgos muestran que las plataformas digitales presentan limitaciones que influyen directamente en la interacción y circulación de contenidos informativos. La saturación de información, la dependencia de algoritmos, la competencia por la atención y los desafíos asociados a la sostenibilidad constituyen factores que condicionan el desarrollo del podcast y videopodcast informativo dentro de los medios regionales contemporáneos.

4.12 Integración del modelo analítico

Los resultados obtenidos permitieron identificar un conjunto de relaciones que explican la manera en que el podcast y videopodcast informativo operan dentro de los medios regionales contemporáneos. A partir del análisis realizado mediante teoría fundamentada fue posible construir un modelo analítico que integra las categorías emergentes identificadas durante el proceso de investigación y muestra las dinámicas existentes entre plataformas digitales, producción informativa, contenidos, interacción, consumo silencioso y construcción de significados.

Fig.4.8 Modelo interpretativo de las plataformas digitales y la configuración de nuevas formas de interacción con las audiencias.



Nota. Elaboración propia a partir de la integración de categorías emergentes derivadas del análisis mediante teoría fundamentada constructivista.

Interpretación:

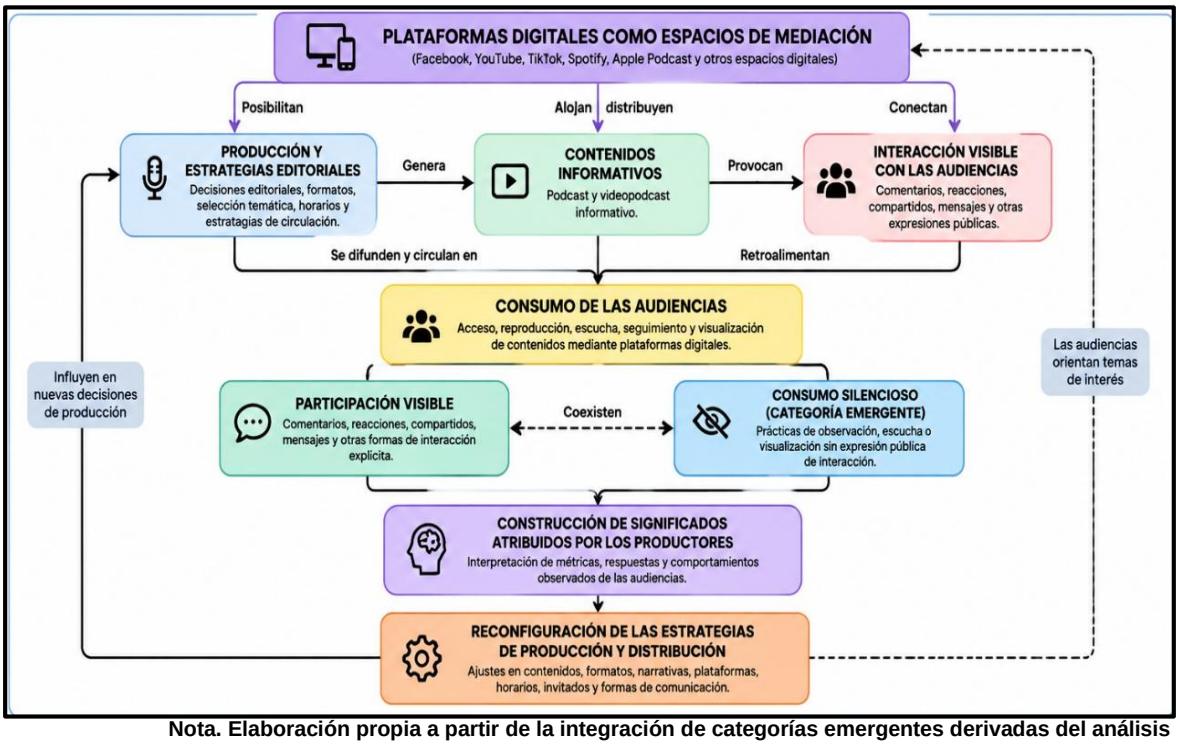
El modelo interpretativo fue construido a partir del análisis de entrevistas, observación de contenidos digitales y métricas de interacción de los medios regionales estudiados. El modelo posiciona a las plataformas digitales como espacios de mediación donde convergen procesos de producción, distribución, comunicación e interacción con las audiencias.

Los resultados muestran que las plataformas no funcionan únicamente como canales de difusión, sino como entornos donde los productores adaptan formatos, seleccionan contenidos y reorganizan sus estrategias comunicativas según las características de cada espacio digital. En este proceso, los temas de interés de las audiencias adquieren relevancia debido a su capacidad para generar atención, comentarios y formas visibles de participación.

Sin embargo, el análisis cuantitativo evidencia una diferencia entre el alcance obtenido por los contenidos y la interacción pública registrada mediante reacciones, comentarios y compartidos. Esta brecha permitió identificar la categoría emergente de consumo silencioso, entendida como una modalidad de relación con los contenidos digitales donde las audiencias pueden observar, escuchar o seguir información sin necesariamente generar una expresión pública dentro de las plataformas.

Por ello, el modelo representa la relación dinámica entre producción, circulación, interacción visible y prácticas de consumo no visibles, mostrando que la participación digital no puede comprenderse únicamente mediante indicadores públicos de interacción.

Fig.4.9 Modelo relacional del podcast y videopodcast informativo en medios regionales: producción, circulación, interacción y consumo de audiencias.



Nota. Elaboración propia a partir de la integración de categorías emergentes derivadas del análisis mediante teoría fundamentada constructivista.

Interpretación.

El modelo relacional construido a partir del análisis de las entrevistas realizadas a productores, la observación sistemática de contenidos digitales y la revisión de métricas de circulación e interacción en las plataformas digitales de los medios regionales estudiados. El modelo permite comprender cómo el podcast y el videopodcast informativo se configuran dentro de un ecosistema digital donde las plataformas funcionan como espacios de mediación que articulan los procesos de producción, distribución, interacción y consumo de las audiencias.

En este proceso, las plataformas digitales influyen en las decisiones editoriales y estratégicas de los productores, quienes adaptan formatos, temáticas, narrativas, horarios y mecanismos de circulación según las

características de cada espacio digital. Los contenidos informativos generados por los medios regionales circulan mediante estas plataformas y establecen distintas formas de relación con las audiencias, donde la interacción visible representa únicamente una de las expresiones posibles de participación.

El modelo muestra que el consumo de las audiencias se desarrolla mediante prácticas diversas: por un lado, la participación visible expresada a través de comentarios, reacciones, compartidos y mensajes; y por otro, el consumo silencioso como categoría emergente identificada en la investigación. Esta categoría refiere a aquellas prácticas de acceso, escucha, reproducción o visualización de contenidos que no necesariamente generan una expresión pública dentro de las plataformas digitales.

A partir de esta diferencia entre participación visible y consumo silencioso, los productores construyen significados sobre el comportamiento de sus audiencias mediante la interpretación de métricas digitales, respuestas recibidas y experiencias acumuladas en sus procesos de producción. Estos significados influyen posteriormente en la reconfiguración de sus estrategias editoriales y de distribución, generando ajustes en contenidos, formatos, plataformas, horarios y formas de comunicación.

Es importante señalar que el consumo silencioso no se interpreta como una métrica directa proporcionada por las plataformas digitales, sino como una categoría analítica construida mediante la triangulación de diversas fuentes de información: los datos cuantitativos de circulación e interacción, los cuestionarios aplicados a las audiencias y las entrevistas realizadas a productores. En este sentido, el modelo permite observar que las relaciones entre medios y audiencias digitales no pueden comprenderse únicamente a partir de indicadores visibles de participación, sino mediante la articulación entre prácticas explícitas e implícitas de consumo informativo.

De esta manera, el modelo representa la categoría central construida durante el proceso analítico, donde las plataformas digitales actúan como eje

articulador de las relaciones entre producción, circulación, interacción y consumo de audiencias.

4.13 Cierre del capítulo

Los resultados presentados en este capítulo permitieron identificar un conjunto de relaciones que explican la manera en que el podcast y videopodcast informativo son utilizados por los medios regionales dentro de los entornos digitales contemporáneos. A partir del análisis de entrevistas, encuestas y del proceso de codificación desarrollado mediante teoría fundamentada, fue posible construir un modelo analítico que integra las principales categorías emergentes identificadas durante la investigación y muestra las dinámicas existentes entre plataformas digitales, productores, audiencias y contenidos informativos.

Los hallazgos evidencian que las plataformas digitales constituyen el eje articulador de los procesos de producción, distribución, circulación e interacción desarrollados dentro del podcast y videopodcast informativo regional. Su influencia no se limita a aspectos tecnológicos, sino que interviene directamente en la configuración de los contenidos, las formas de participación y las estrategias implementadas por los productores para adaptarse a las características de los entornos digitales.

Asimismo, los resultados muestran que las dinámicas observadas no pueden comprenderse únicamente desde la perspectiva de los productores o de las plataformas. Las audiencias desempeñan un papel fundamental dentro de estos procesos mediante prácticas de interacción, consumo y construcción de significados que influyen constantemente en las decisiones relacionadas con la producción informativa. En este sentido, la relación entre productores y audiencias se configura como un proceso dinámico caracterizado por formas permanentes de retroalimentación e interpretación mutua.

Uno de los principales aportes derivados de la investigación corresponde a la identificación de la categoría de consumo silencioso. A partir de los resultados se advierte que una parte importante de las audiencias consume contenidos informativos sin manifestar formas visibles de participación dentro de las plataformas digitales. Este hallazgo permite ampliar la comprensión de las dinámicas de consumo contemporáneas al evidenciar que la ausencia de comentarios, reacciones o compartidos no implica necesariamente falta de interés o desconexión con los contenidos. Por el contrario, revela la existencia de prácticas de observación, escucha y seguimiento que permanecen fuera de los indicadores convencionales de participación digital.

De igual forma, los resultados muestran que la interacción y el consumo informativo contribuyen a la construcción de significados por parte de los productores, quienes utilizan diversas formas de retroalimentación para interpretar intereses, preferencias y comportamientos de las audiencias. Estos significados influyen posteriormente en los procesos de producción, configurando dinámicas circulares donde la interpretación, adaptación y construcción de contenidos se desarrollan de manera continua dentro de los entornos digitales.

Los hallazgos también evidencian que el podcast y videopodcast informativo regional constituyen espacios donde convergen oportunidades y limitaciones asociadas al ecosistema digital contemporáneo. Mientras factores como la flexibilidad, accesibilidad, permanencia y cercanía con las audiencias fortalecen los procesos de comunicación y circulación informativa, elementos como la saturación de contenidos, la dependencia algorítmica, la competencia por la atención y los desafíos de sostenibilidad condicionan parcialmente el desarrollo de estos formatos dentro de los medios regionales.

En conjunto, los resultados permiten comprender que el podcast y videopodcast informativo representan fenómenos complejos que involucran relaciones dinámicas entre plataformas digitales, productores y audiencias. El modelo analítico construido muestra que estas categorías no operan de manera aislada, sino que forman parte de un entramado de relaciones que explica las

dinámicas contemporáneas de producción, circulación, interacción y consumo informativo dentro de los ecosistemas digitales.

En este sentido, el modelo analítico construido constituye la principal síntesis interpretativa derivada de la presente investigación y representa una aportación para comprender las dinámicas contemporáneas del podcast y videopodcast informativo en medios regionales, al integrar en un mismo esquema las relaciones entre plataformas digitales, producción, consumo, interacción y construcción de significados.

A partir de esta comprensión, el siguiente capítulo desarrolla la discusión de resultados mediante el contraste entre los hallazgos obtenidos y los aportes de investigaciones previas, con el propósito de identificar coincidencias, diferencias y contribuciones teóricas derivadas de la presente investigación.

CAPITULO 5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Introducción

La discusión de resultados constituye una etapa fundamental dentro del proceso de investigación, ya que permite interpretar los hallazgos obtenidos mediante el contraste con los aportes teóricos y empíricos desarrollados por otros autores. A diferencia del capítulo anterior, donde se presentaron los resultados derivados del análisis de entrevistas, encuestas y del proceso de codificación realizado mediante teoría fundamentada, en este capítulo se examinan dichos hallazgos a la luz de investigaciones previas y de los principales planteamientos teóricos relacionados con el podcast, videopodcast, plataformas digitales, audiencias y producción informativa.

Los resultados obtenidos evidenciaron que el podcast y videopodcast informativo regional constituyen fenómenos complejos donde convergen procesos de producción, circulación, interacción, construcción de significados y consumo mediado por plataformas digitales. Asimismo, los hallazgos permitieron identificar relaciones entre categorías como plataformas digitales, contenidos informativos, interacción con audiencias, consumo silencioso, significados de los productores, ventajas, desventajas y temas de interés, integradas posteriormente en un modelo analítico construido a partir de la evidencia empírica.

En este contexto, la discusión se orienta a examinar las coincidencias, diferencias y aportaciones que los resultados de la presente investigación mantienen respecto a estudios previos desarrollados en los campos de la comunicación digital, el periodismo, las audiencias, la convergencia mediática y

las plataformas digitales. Este ejercicio permite situar los hallazgos dentro de debates académicos más amplios y valorar su contribución para la comprensión del podcast y videopodcast informativo en medios regionales.

Para ello, el capítulo se organiza en diversos apartados que abordan la transformación de la producción informativa en entornos convergentes, las dinámicas de interacción y participación de las audiencias, la emergencia del consumo silencioso como forma de recepción informativa, la construcción de significados por parte de productores y audiencias, así como las ventajas y limitaciones que caracterizan el desarrollo del podcast y videopodcast dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos. Finalmente, se presenta una discusión integral del modelo analítico construido durante la investigación, con el propósito de identificar las principales aportaciones teóricas derivadas del estudio.

A partir de este diálogo entre resultados empíricos, estudios previos y perspectivas teóricas, se busca comprender de manera más amplia el papel que desempeñan el podcast y videopodcast informativo dentro de los medios regionales contemporáneos, así como las transformaciones que estos formatos han generado en las dinámicas de producción, circulación y consumo de información en entornos digitales.

5.2 Plataformas digitales, convergencia y transformación de la producción informativa

Los resultados obtenidos muestran que las plataformas digitales desempeñan un papel central en la transformación de los procesos de producción y distribución informativa desarrollados por los medios regionales. Esta interpretación se complementa con la evidencia obtenida mediante el componente cuantitativo de la investigación. Los datos derivados del cuestionario aplicado a las audiencias y la observación de métricas digitales permitieron

identificar diferencias entre la exposición de los contenidos y las expresiones visibles de interacción dentro de las plataformas. En este sentido, la circulación digital no depende únicamente de la presencia de los contenidos en distintos espacios tecnológicos, sino también de las formas particulares en que las audiencias acceden, observan y se relacionan con dichos contenidos.

De esta manera los hallazgos evidenciaron que Facebook, YouTube, Spotify, TikTok y otras plataformas no funcionan únicamente como canales de difusión de contenidos, sino como entornos que condicionan las dinámicas de producción, circulación y adaptación narrativa implementadas por los productores de podcast y videopodcast informativo.

Estos resultados coinciden con los planteamientos de Jenkins (2006), quien sostiene que la convergencia mediática implica la circulación de contenidos a través de múltiples plataformas y la transformación de las relaciones entre tecnologías, industrias culturales y audiencias. Desde esta perspectiva, la convergencia no se limita a una innovación tecnológica, sino que representa un proceso que modifica las formas de producción y consumo de contenidos dentro de los ecosistemas mediáticos contemporáneos. Los hallazgos de la presente investigación muestran que los medios regionales experimentan procesos similares al adaptar sus contenidos informativos a diferentes plataformas digitales con el propósito de ampliar su alcance y fortalecer su presencia dentro de los entornos digitales.

Los resultados también pueden interpretarse a partir de la teoría de la difusión de innovaciones propuesta por Rogers (2003), quien sostiene que la adopción de nuevas tecnologías depende de la percepción de utilidad, compatibilidad y ventajas relativas por parte de los usuarios y organizaciones. En este sentido, la incorporación del podcast y videopodcast por parte de los medios regionales analizados puede entenderse como un proceso de adopción sociotécnica impulsado por la necesidad de ampliar los mecanismos de producción y distribución informativa dentro de entornos digitales cada vez más competitivos.

De manera complementaria, Scolari et al. (2012) plantean que la convergencia digital favorece la expansión de narrativas mediante múltiples soportes y formatos comunicativos. Los resultados obtenidos coinciden con esta perspectiva al evidenciar que los productores utilizan estrategias de distribución multiplataforma donde un mismo contenido puede circular mediante episodios completos, videopodcast, clips, fragmentos y publicaciones adaptadas a diferentes redes sociales. Esta situación permite ampliar las posibilidades de circulación informativa y diversificar las formas de acceso a los contenidos por parte de las audiencias.

Esta transformación identificada en los procesos de circulación se relaciona con los resultados cuantitativos obtenidos durante la investigación. Las figuras correspondientes al análisis de plataformas y desempeño de contenidos muestran que los medios regionales utilizan diversos espacios digitales para ampliar la disponibilidad de sus productos informativos, aunque con diferencias importantes entre alcance, visualización e interacción visible. En este sentido, la circulación multiplataforma no implica únicamente distribuir un mismo contenido en distintos espacios, sino adaptar sus formas de presentación de acuerdo con las características y dinámicas particulares de cada plataforma digital.

Asimismo, los resultados guardan relación con los planteamientos de Berry (2016), quien identifica al podcast como un formato caracterizado por altos niveles de flexibilidad narrativa y autonomía respecto a las estructuras tradicionales de producción mediática. La investigación muestra que los productores regionales valoran precisamente estas características, al considerar que el podcast y videopodcast ofrecen mayores posibilidades para desarrollar contenidos especializados, ampliar explicaciones y abordar temáticas con niveles de profundidad difíciles de alcanzar en otros formatos informativos.

Los hallazgos también coinciden con Bonini (2015), quien sostiene que el podcast ha favorecido procesos de democratización en la producción de contenidos al reducir barreras tecnológicas y facilitar la participación de nuevos actores dentro del ecosistema mediático. En el caso analizado, los resultados

muestran que las plataformas digitales han permitido que medios regionales y productores independientes desarrollen proyectos informativos con niveles de accesibilidad considerablemente mayores que los observados en medios tradicionales como la radio o la televisión.

De igual forma, Spinelli y Dann (2019) argumentan que el podcast representa una forma de comunicación digital caracterizada por la flexibilidad productiva, la segmentación temática y la construcción de relaciones más cercanas con las audiencias. Los hallazgos obtenidos respaldan esta perspectiva al mostrar que los productores utilizan estos formatos para desarrollar contenidos orientados a públicos específicos, fortalecer procesos de especialización temática y construir dinámicas de comunicación más directas con sus comunidades de audiencia.

Sin embargo, la presente investigación aporta elementos que amplían los planteamientos desarrollados por estos autores. Mientras gran parte de la literatura sobre convergencia digital y podcast se ha concentrado en contextos globales, nacionales o mercados mediáticos de gran escala, los resultados muestran que en los medios regionales las plataformas digitales adquieren funciones adicionales relacionadas con la visibilidad territorial, la construcción de proximidad con las audiencias y la atención de problemáticas locales que difícilmente encuentran espacio dentro de medios de alcance nacional.

En este sentido, los hallazgos sugieren que la convergencia mediática no solo transforma las formas de producción y circulación de contenidos, como señalan Jenkins (2006) y Scolari (2012), sino que también fortalece la capacidad de los medios regionales para construir espacios informativos vinculados con las necesidades, intereses y dinámicas propias de sus comunidades. Como resultado, el podcast y videopodcast informativo emergen como formatos que contribuyen a la reconfiguración del periodismo regional dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

Estos hallazgos también coinciden con Gillespie (2010), quien plantea que las plataformas digitales funcionan como intermediarios que condicionan la

visibilidad, circulación y organización de los contenidos dentro de los ecosistemas digitales, influyendo en las oportunidades de alcance y posicionamiento de los productores informativos.

5.3 Plataformas digitales, interacción y participación de las audiencias

Los resultados obtenidos muestran que las plataformas digitales han transformado significativamente las formas de interacción desarrolladas entre productores y audiencias dentro del podcast y videopodcast informativo regional. Estos hallazgos evidenciaron que herramientas como comentarios, reacciones, compartidos, mensajes privados y métricas de participación permiten establecer procesos de comunicación más dinámicos y visibles que los observados tradicionalmente en medios caracterizados por modelos de comunicación predominantemente unidireccionales.

Estos resultados coinciden con los planteamientos de Jenkins (2006), quien sostiene que las audiencias contemporáneas participan activamente en los procesos de circulación, interpretación y resignificación de contenidos dentro de los entornos digitales. Desde la perspectiva de la cultura participativa, los usuarios dejan de desempeñar un papel exclusivamente receptor para involucrarse en dinámicas donde consumen, comparten, comentan y redistribuyen información mediante múltiples plataformas digitales. Así los hallazgos de la presente investigación respaldan esta idea al mostrar que las audiencias intervienen de manera constante en los procesos de interacción desarrollados alrededor de los contenidos informativos regionales.

No obstante, los resultados obtenidos también muestran que la participación de las audiencias dentro de los ecosistemas digitales no puede comprenderse únicamente a partir de aquellas acciones visibles registradas mediante comentarios, reacciones o compartidos. La evidencia empírica obtenida

mediante cuestionarios, observación de métricas digitales y análisis de contenidos permitió identificar una diferencia entre los niveles de exposición de los contenidos y las expresiones públicas de interacción, aspecto que posteriormente permitió desarrollar la categoría de consumo silencioso.

De manera complementaria, Papacharissi (2010) argumenta que las plataformas digitales han ampliado las posibilidades de participación ciudadana al facilitar espacios donde los usuarios pueden expresar opiniones, compartir información y establecer vínculos comunicativos con otros actores sociales. Así, los resultados obtenidos coinciden con esta perspectiva al evidenciar que las audiencias utilizan diversos mecanismos de interacción para expresar acuerdos, desacuerdos, opiniones y valoraciones relacionadas con los contenidos difundidos mediante podcast y videopodcast.

Asimismo, los hallazgos guardan relación con los planteamientos de Orozco Gómez (1997), quien sostiene que las audiencias deben comprenderse como sujetos activos que interpretan, negocian y resignifican los mensajes de acuerdo con sus contextos sociales y culturales. La investigación muestra que la interacción observada dentro de las plataformas digitales no constituye únicamente una respuesta mecánica frente a los contenidos, sino que representa procesos más complejos de apropiación, interpretación y construcción de significado por parte de las audiencias.

Sin embargo, los resultados también permiten ampliar algunas de estas perspectivas teóricas. Mientras gran parte de la literatura sobre participación digital suele enfatizar las formas visibles de interacción, los hallazgos muestran que la participación de las audiencias adopta múltiples expresiones que no siempre se manifiestan mediante comentarios o reacciones públicas. Esta situación sugiere que los procesos de participación dentro de los entornos digitales poseen niveles de complejidad mayores a los identificados exclusivamente mediante indicadores visibles de interacción.

En este sentido, los hallazgos permiten observar que las audiencias vinculadas a los podcasts y videopodcasts analizados no se limitan al consumo

pasivo de contenidos, sino que participan activamente en procesos de interacción, circulación y resignificación de la información. Esta dinámica coincide con los planteamientos de Toffler (1980), quien introdujo la figura del prosumidor como un actor que integra funciones de producción y consumo, así como con la perspectiva de Jenkins (2006) respecto a la cultura participativa, donde las audiencias adquieren un papel más activo dentro de los entornos digitales. De igual forma, los resultados son consistentes con lo señalado por Ertz et al. (2025), quienes destacan que los usuarios contemporáneos contribuyen a la creación de valor mediante prácticas de colaboración, recomendación, intercambio y participación dentro de plataformas digitales.

Los resultados también permiten observar que la interacción digital se encuentra condicionada por las características estructurales de las plataformas. La visibilidad de comentarios, reacciones y compartidos se encuentra mediada por sistemas algorítmicos que influyen directamente en los niveles de alcance y circulación de los contenidos. Esta situación coincide con los planteamientos de Van Dijck (2013), quien sostiene que las plataformas digitales no operan como espacios neutrales de comunicación, sino como estructuras que organizan, jerarquizan y condicionan las dinámicas de interacción desarrolladas por los usuarios.

A partir de estos elementos, puede afirmarse que la interacción digital constituye una dimensión fundamental para comprender el funcionamiento contemporáneo del podcast y videopodcast informativo regional. Los hallazgos muestran que las audiencias participan activamente dentro de los procesos de circulación y resignificación de contenidos; sin embargo, esta participación se desarrolla dentro de entornos condicionados por estructuras tecnológicas, lógicas algorítmicas y dinámicas de visibilidad que influyen directamente en las formas que adopta la comunicación digital.

Sin embargo, los resultados también muestran que la interacción digital no puede comprenderse exclusivamente a partir de las acciones visibles registradas en las plataformas. Aunque comentarios, reacciones y compartidos constituyen

indicadores relevantes de participación, la evidencia obtenida mediante los cuestionarios, la observación de métricas y los testimonios de productores permitió reconocer otras formas de relación con los contenidos que no necesariamente generan una huella pública dentro de los espacios digitales.

En conjunto, los resultados permiten comprender que la interacción entre productores y audiencias representa un proceso complejo donde convergen prácticas de participación, apropiación y circulación informativa. Este hallazgo confirma la importancia de las plataformas digitales como espacios de comunicación bidireccional, pero al mismo tiempo evidencia la necesidad de ampliar las formas tradicionales mediante las cuales se interpreta la participación de las audiencias dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

5.4 El consumo silencioso y las nuevas formas de recepción informativa

Uno de los hallazgos más relevantes identificados durante la investigación corresponde a la categoría de consumo silencioso, entendida como aquellas prácticas de consumo informativo en las que las audiencias acceden, observan, escuchan y siguen contenidos digitales sin manifestar formas visibles de participación dentro de las plataformas. La construcción de esta categoría surge de la triangulación de las diferentes fuentes de información utilizadas en la investigación. No se deriva únicamente de la ausencia de comentarios o reacciones en las plataformas, sino de la relación observada entre las respuestas de las audiencias, los comportamientos métricos de los contenidos digitales y las interpretaciones de los productores entrevistados. Esta articulación permitió identificar que la relación entre audiencias y contenidos informativos puede mantenerse activa aun cuando no se manifieste mediante formas visibles de participación.

Los resultados obtenidos mostraron que una parte importante de los usuarios consume podcast y videopodcast informativo sin comentar, reaccionar, compartir o interactuar públicamente con los contenidos, lo que plantea la necesidad de ampliar las formas tradicionales mediante las cuales se interpreta la participación de las audiencias en entornos digitales.

Esta categoría no surge exclusivamente de la ausencia de interacción observable, sino de la triangulación entre diferentes fuentes de evidencia utilizadas en la investigación. La comparación entre las respuestas de las audiencias, las métricas digitales observadas y los testimonios de productores permitió identificar una relación compleja entre exposición, seguimiento informativo e interacción visible. De esta manera, el consumo silencioso se comprende como una modalidad de apropiación mediática donde la relación con los contenidos puede mantenerse activa aun cuando no genere huellas públicas dentro de las plataformas.

Este hallazgo coincide parcialmente con los planteamientos de Jenkins (2006), quien sostiene que las audiencias contemporáneas participan activamente en los procesos de circulación y resignificación de contenidos dentro de la cultura participativa. Desde esta perspectiva, los usuarios ya no ocupan una posición exclusivamente receptora, sino que intervienen mediante prácticas de interacción, producción y distribución de información. Los resultados de la presente investigación respaldan esta idea al mostrar que las audiencias mantienen relaciones activas con los contenidos informativos; sin embargo, evidencian que dicha participación no siempre se expresa mediante formas visibles de interacción dentro de las plataformas digitales.

De manera similar, Hall (1980) plantea que los procesos de recepción implican prácticas activas de interpretación mediante las cuales las audiencias construyen significados a partir de los mensajes que consumen. Desde esta perspectiva, la recepción no constituye una actividad pasiva, sino un proceso donde los individuos interpretan, negocian y resignifican los contenidos de acuerdo con sus experiencias, contextos culturales y marcos de referencia. Los

hallazgos obtenidos coinciden con esta postura al mostrar que el consumo informativo puede desarrollarse sin necesidad de manifestaciones públicas de participación, evidenciando que la apropiación de contenidos no depende exclusivamente de la interacción observable.

Los resultados también guardan relación con los planteamientos de Orozco Gómez (2015), quien sostiene que las audiencias desarrollan procesos complejos de apropiación mediática que trascienden el momento inmediato de recepción. Desde esta perspectiva, el consumo de contenidos involucra prácticas de interpretación, reflexión y utilización de información que pueden extenderse más allá de los espacios donde originalmente ocurre la exposición mediática. La investigación muestra que muchos usuarios consumen contenidos informativos, los incorporan a sus procesos de interpretación de la realidad e incluso los trasladan a conversaciones cotidianas, sin que estas prácticas necesariamente queden registradas mediante comentarios o reacciones visibles dentro de las plataformas.

Asimismo, los hallazgos permiten dialogar con investigaciones recientes sobre participación digital que han advertido que la interacción observable no representa la totalidad de las prácticas desarrolladas por las audiencias dentro de los entornos digitales. Diversos estudios han señalado que una proporción considerable de usuarios mantiene formas de participación caracterizadas por la observación, el seguimiento y el consumo regular de contenidos sin intervenir públicamente en los espacios de interacción disponibles. En este sentido, los resultados obtenidos refuerzan la necesidad de comprender la participación digital como un fenómeno más amplio que el registrado mediante métricas visibles de interacción.

No obstante, la presente investigación aporta elementos que amplían las perspectivas desarrolladas por estos autores. Mientras gran parte de la literatura sobre participación digital ha privilegiado el análisis de comentarios, reacciones, compartidos y otras formas visibles de interacción, los resultados muestran que una parte significativa del consumo informativo ocurre mediante prácticas

silenciosas que permanecen fuera de los indicadores tradicionalmente utilizados para evaluar la participación de las audiencias. Esta situación sugiere que las métricas convencionales ofrecen una visión parcial de las relaciones que los usuarios establecen con los contenidos digitales.

Desde esta perspectiva, la categoría de consumo silencioso permite problematizar la tendencia a equiparar participación con visibilidad. Los hallazgos muestran que la ausencia de interacción pública no implica necesariamente desinterés, desconexión o falta de apropiación de los contenidos. Por el contrario, las audiencias pueden desarrollar formas significativas de recepción, interpretación y seguimiento informativo sin generar evidencias visibles dentro de las plataformas digitales.

Este hallazgo resulta particularmente relevante para comprender el funcionamiento del podcast y videopodcast informativo regional. A diferencia de otros formatos caracterizados por dinámicas de participación más inmediatas, estos espacios favorecen formas de consumo prolongadas donde la escucha, la observación y la reflexión ocupan un papel central dentro de la experiencia de recepción. Como resultado, una parte importante del vínculo entre productores y audiencias puede permanecer oculta para los sistemas convencionales de medición utilizados por las plataformas digitales.

En términos teóricos, los resultados sugieren que la comprensión de las audiencias digitales requiere incorporar categorías analíticas capaces de explicar formas de participación que no necesariamente se manifiestan mediante interacción visible. La categoría de consumo silencioso constituye una propuesta en esta dirección, al permitir identificar prácticas de recepción informativa que permanecen fuera de los indicadores tradicionales pero que desempeñan un papel relevante en los procesos contemporáneos de consumo mediático.

En conjunto, los hallazgos permiten afirmar que las dinámicas de recepción desarrolladas dentro del podcast y videopodcast informativo regional son más complejas de lo que sugieren las métricas convencionales de participación digital. Si bien las audiencias continúan desempeñando un papel

activo en los procesos de interpretación y apropiación de contenidos, la presente investigación muestra que una parte importante de estas prácticas ocurre mediante formas silenciosas de consumo que amplían la comprensión tradicional sobre la interacción y participación dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

5.5 Construcción de significados y decisiones de producción

Los resultados obtenidos muestran que la producción de contenidos informativos dentro del podcast y videopodcast regional no depende exclusivamente de factores técnicos, organizacionales o tecnológicos. Los hallazgos evidenciaron que los productores construyen interpretaciones constantes sobre las audiencias, las plataformas digitales y los propios contenidos que generan. Estas interpretaciones influyen posteriormente en las decisiones relacionadas con la selección de temas, el diseño de formatos y las estrategias narrativas utilizadas en los procesos de producción informativa.

Este hallazgo coincide con los planteamientos de Berger y Luckmann (2003), quienes sostienen que la realidad social es producto de procesos permanentes de construcción e interpretación desarrollados por los actores dentro de contextos específicos. Desde esta perspectiva, los individuos no reaccionan únicamente frente a condiciones objetivas, sino que actúan a partir de los significados que atribuyen a los fenómenos que experimentan. Los resultados de la presente investigación respaldan esta postura al mostrar que los productores toman decisiones editoriales y narrativas basadas en interpretaciones construidas sobre el comportamiento de las audiencias, las dinámicas de interacción y las posibilidades ofrecidas por las plataformas digitales.

De manera complementaria, Hall (1980) plantea que la producción y circulación de mensajes forman parte de un proceso continuo de construcción de significados donde productores y audiencias participan simultáneamente. Los hallazgos coinciden con esta perspectiva al evidenciar que las interpretaciones desarrolladas por los productores se encuentran estrechamente vinculadas con las respuestas observadas por parte de las audiencias. Comentarios, niveles de alcance, métricas de visualización y diferentes formas de retroalimentación funcionan como referencias que permiten a los productores interpretar intereses, preferencias y expectativas dentro de los entornos digitales.

Los resultados también muestran que los significados construidos por los productores no permanecen estáticos, sino que son modificados constantemente mediante procesos de interacción y retroalimentación. Esta situación coincide con los planteamientos de Berger y Luckmann (2003), quienes sostienen que la realidad social se construye mediante dinámicas permanentes de interpretación, negociación e intercambio de significados entre los actores sociales. En este sentido, los productores ajustan continuamente sus estrategias de producción conforme reinterpretan las respuestas y comportamientos observados dentro de las plataformas digitales.

Asimismo, los hallazgos permiten dialogar con estudios recientes sobre producción digital que han señalado que las decisiones editoriales ya no dependen exclusivamente de criterios periodísticos tradicionales. Diversas investigaciones han identificado que las métricas de interacción, los indicadores de alcance y las formas de participación de las audiencias influyen cada vez más en la selección de contenidos y en la definición de estrategias comunicativas. Los resultados obtenidos coinciden con estas observaciones al mostrar que las audiencias participan indirectamente en los procesos de producción mediante la información que generan a través de sus prácticas de consumo e interacción.

Sin embargo, la presente investigación aporta elementos que amplían estas perspectivas. Mientras gran parte de la literatura ha concentrado su atención en la influencia de métricas y algoritmos sobre la producción digital, los

hallazgos muestran que el factor decisivo no son las métricas en sí mismas, sino los significados que los productores construyen a partir de ellas. Una misma métrica puede adquirir interpretaciones distintas dependiendo de los objetivos, experiencias y contextos profesionales de quienes producen los contenidos. Esta situación evidencia que los procesos de producción informativa continúan siendo fenómenos profundamente sociales y simbólicos, incluso dentro de entornos altamente digitalizados.

Los resultados también permiten observar que los productores desarrollan representaciones específicas sobre las necesidades e intereses de sus audiencias. Estas interpretaciones influyen directamente en la selección de temas, en la incorporación de determinados enfoques narrativos y en las estrategias utilizadas para fortalecer la conexión con los usuarios. Como consecuencia, la producción informativa no puede entenderse únicamente como una actividad técnica, sino como un proceso donde intervienen constantemente formas de interpretación y construcción de sentido.

Desde esta perspectiva, los hallazgos sugieren que la relación entre interacción y producción se encuentra mediada por procesos de construcción simbólica. Las audiencias no modifican directamente los contenidos producidos; lo hacen a través de los significados que los productores elaboran a partir de la información obtenida mediante la interacción, el consumo y la observación de las dinámicas desarrolladas dentro de las plataformas digitales.

En conjunto, los resultados permiten comprender que la producción de contenidos informativos dentro del podcast y videopodcast regional constituye un proceso socialmente construido donde plataformas, audiencias y productores participan en dinámicas permanentes de interpretación y resignificación. Los hallazgos respaldan los planteamientos de Berger y Luckmann (2003) sobre la construcción social de la realidad, pero al mismo tiempo muestran cómo estos procesos adquieren nuevas características dentro de ecosistemas digitales donde la retroalimentación es constante, visible y cuantificable. Como resultado, las decisiones de producción emergen de procesos complejos de construcción

de significados que articulan experiencias profesionales, dinámicas de interacción y características propias de las plataformas digitales contemporáneas.

5.6 Ventajas, limitaciones y sostenibilidad del podcast regional

Los resultados obtenidos muestran que el desarrollo del podcast y videopodcast informativo regional se encuentra determinado por un conjunto de condiciones que simultáneamente favorecen y limitan su consolidación dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos. Los hallazgos evidenciaron que factores como la flexibilidad de producción, la accesibilidad tecnológica, la permanencia de los contenidos y la cercanía con las audiencias fortalecen la producción y circulación informativa. Sin embargo, estas ventajas coexisten con desafíos asociados a la dependencia de plataformas digitales, la saturación de contenidos, la competencia por la atención y las dificultades relacionadas con la sostenibilidad de los proyectos comunicativos.

Estos resultados coinciden con los planteamientos de Castells (1996), quien sostiene que la sociedad red ha generado nuevas oportunidades para la producción y circulación de información al reducir barreras de acceso y facilitar la comunicación entre distintos actores sociales. Desde esta perspectiva, las tecnologías digitales permiten que organizaciones, colectivos y productores independientes desarrollen procesos comunicativos que anteriormente dependían de infraestructuras más complejas y costosas. Los hallazgos de la presente investigación respaldan esta idea al mostrar que los productores regionales perciben el podcast y videopodcast como formatos accesibles que amplían sus posibilidades de producción informativa.

De manera complementaria, los resultados guardan relación con los planteamientos de las industrias creativas desarrollados por Hartley (2005), quien

señala que la producción cultural contemporánea se caracteriza por la integración de creatividad, innovación tecnológica y circulación de contenidos a través de múltiples plataformas. En el caso de los medios regionales analizados, la producción de podcast y videopodcast evidencia precisamente esta articulación entre prácticas periodísticas, recursos digitales y estrategias de distribución multiplataforma.

Asimismo, estos hallazgos coinciden con Hesmondhalgh (2018), quien sostiene que las industrias culturales operan mediante procesos de producción simbólica que combinan objetivos informativos, lógicas económicas y dinámicas de circulación mediadas por tecnologías digitales.

Los hallazgos muestran que los productores valoran especialmente la libertad narrativa y la posibilidad de experimentar con distintos formatos, características que favorecen la diversificación de contenidos y la construcción de propuestas comunicativas adaptadas a públicos específicos.

Asimismo, la investigación coincide con diversos estudios sobre podcasting que han identificado la flexibilidad productiva como una de las principales fortalezas de estos formatos. La posibilidad de producir contenidos especializados, desarrollar narrativas extensas y mantener disponibilidad permanente de los episodios constituye una ventaja significativa frente a medios sujetos a restricciones temporales más rígidas. Los resultados muestran que estas características permiten fortalecer la circulación informativa y facilitar procesos de consumo adaptados a los hábitos de las audiencias digitales.

Sin embargo, los hallazgos también muestran que estas ventajas operan dentro de estructuras que imponen limitaciones importantes. En este sentido, los resultados coinciden con Van Dijck (2013), quien argumenta que las plataformas digitales no funcionan únicamente como espacios de interacción, sino como sistemas que organizan, jerarquizan y condicionan la circulación de contenidos mediante mecanismos algorítmicos. La investigación evidencia que los productores reconocen la creciente influencia de estas estructuras sobre los niveles de alcance, visibilidad e interacción alcanzados por sus contenidos.

Los resultados también dialogan con los planteamientos de la economía política de la comunicación, particularmente con aquellas perspectivas que advierten sobre la concentración de poder dentro de las plataformas digitales contemporáneas. Aunque las tecnologías digitales amplían las oportunidades de producción y distribución, los hallazgos muestran que los productores continúan dependiendo de infraestructuras controladas por grandes corporaciones tecnológicas que establecen reglas, algoritmos y criterios de visibilidad capaces de influir directamente en la circulación informativa.

Otro aspecto relevante identificado durante la investigación corresponde a la competencia por la atención. Los hallazgos muestran que los contenidos informativos compiten constantemente con una amplia diversidad de estímulos presentes dentro de los entornos digitales. Esta situación coincide con investigaciones recientes que señalan que la abundancia de información constituye uno de los principales desafíos para los medios contemporáneos, obligando a los productores a desarrollar estrategias orientadas a captar y mantener el interés de las audiencias dentro de contextos caracterizados por la sobreoferta de contenidos.

Asimismo, los resultados permiten observar que la sostenibilidad representa uno de los principales retos para el podcast y videopodcast informativo regional. Aunque las plataformas digitales facilitan el acceso a herramientas de producción y distribución, mantener proyectos comunicativos de largo plazo continúa requiriendo inversión de tiempo, recursos, capacidades técnicas y esfuerzos permanentes de actualización. Esta situación evidencia que la accesibilidad tecnológica no elimina completamente las dificultades asociadas a la continuidad y consolidación de iniciativas informativas independientes.

Los hallazgos también apuntan a que la selección de temas constituye una estrategia utilizada por los productores para fortalecer la interacción y la permanencia de las audiencias. La proximidad temática, la relevancia social de los acontecimientos y la capacidad de generar identificación con las comunidades locales aparecen como factores que contribuyen a fortalecer la circulación de

contenidos dentro de los entornos digitales. Esta situación sugiere que las ventajas del podcast y videopodcast no dependen únicamente de aspectos tecnológicos, sino también de la capacidad de los productores para construir contenidos significativos para sus públicos.

En conjunto, los resultados permiten comprender que el podcast y videopodcast informativo regional se desarrollan dentro de un escenario caracterizado por oportunidades y restricciones simultáneas. Las plataformas digitales amplían las posibilidades de producción, circulación y acceso a la información; sin embargo, también generan nuevas formas de dependencia, competencia y condicionamiento estructural. Como resultado, la sostenibilidad de estos formatos depende de la capacidad de los productores para aprovechar las ventajas ofrecidas por los entornos digitales mientras enfrentan los desafíos derivados de las dinámicas económicas, tecnológicas y comunicativas propias de los ecosistemas digitales contemporáneos.

5.7 Modelo relacional y articulación de categorías

El modelo relacional construido mediante teoría fundamentada constituye una de las principales aportaciones teóricas derivadas de esta investigación. Su relevancia radica en que permite explicar de manera integrada las relaciones existentes entre plataformas digitales, producción informativa, contenidos, interacción, consumo silencioso y construcción de significados dentro del podcast y videopodcast informativo en medios regionales. A diferencia de enfoques centrados exclusivamente en la producción o en las audiencias, el modelo propuesto articula estas dimensiones como parte de un proceso dinámico e interdependiente que configura las prácticas comunicativas contemporáneas.

Los resultados obtenidos permitieron construir un modelo analítico que explica las dinámicas de producción, circulación, interacción y consumo desarrolladas alrededor del podcast y videopodcast informativo regional. A

diferencia de aproximaciones que analizan de manera aislada a las plataformas digitales, las audiencias o los procesos de producción, el modelo generado mediante teoría fundamentada evidencia que estas dimensiones forman parte de un conjunto de relaciones interdependientes que configuran el funcionamiento contemporáneo de los medios regionales dentro de los entornos digitales.

De este modo, el modelo relacional propuesto trasciende la organización descriptiva de las categorías emergentes y ofrece una explicación integrada sobre el funcionamiento del podcast y videopodcast informativo en medios regionales. La construcción del modelo responde a la lógica de la teoría fundamentada constructivista, ya que representa una interpretación elaborada a partir de las relaciones identificadas entre los datos empíricos y las categorías construidas durante el proceso analítico. Por ello, el modelo no pretende establecer una explicación universal sobre el comportamiento de las audiencias digitales, sino ofrecer una comprensión situada de las dinámicas comunicativas observadas en los medios regionales estudiados

Su principal aportación consiste en mostrar que las plataformas digitales constituyen el entorno estructural donde productores y audiencias participan en procesos continuos de producción, interacción y construcción de significados, incorporando además el consumo silencioso como una modalidad de participación indirecta que influye en la reconfiguración de las estrategias editoriales.

La construcción del modelo responde a la lógica de la teoría fundamentada constructivista, en la medida en que no parte de categorías predeterminadas para explicar el fenómeno, sino de relaciones construidas progresivamente a partir de la interacción entre los datos empíricos, la interpretación del investigador y el diálogo con los referentes teóricos. En este sentido, las categorías identificadas representan procesos sociales construidos dentro de contextos digitales específicos y permiten comprender cómo los actores atribuyen significado a sus prácticas comunicativas.

Uno de los principales aportes del modelo consiste en situar a las plataformas digitales como categoría articuladora de las dinámicas observadas durante la investigación. Los hallazgos muestran que Facebook, YouTube, Spotify, TikTok y otras plataformas no constituyen únicamente espacios de distribución, sino estructuras capaces de influir simultáneamente en la producción de contenidos, las formas de interacción y las prácticas de consumo informativo. Esta interpretación coincide con los planteamientos de Van Dijck (2013), quien sostiene que las plataformas digitales participan activamente en la organización de las relaciones comunicativas contemporáneas mediante sistemas algorítmicos, criterios de visibilidad y mecanismos de circulación de contenidos.

Sin embargo, los resultados permiten ampliar esta perspectiva al revelar que la influencia de las plataformas no se ejerce de manera directa sobre los contenidos, sino a través de procesos de interpretación desarrollados por los productores. Los hallazgos muestran que las dinámicas de interacción, las métricas de participación y las respuestas observadas dentro de las plataformas generan significados que posteriormente influyen en las decisiones relacionadas con la producción informativa. Esta situación permite comprender que las plataformas digitales operan simultáneamente como infraestructuras tecnológicas y como espacios de construcción simbólica donde productores y audiencias negocian continuamente sentidos e interpretaciones.

El modelo también muestra que la interacción ocupa una posición central dentro de las dinámicas comunicativas observadas. Las observaciones coinciden con Jenkins (2006) al reconocer que las audiencias participan activamente en los procesos de circulación y resignificación de contenidos. No obstante, los hallazgos obtenidos evidencian que la interacción visible representa únicamente una parte de las relaciones establecidas entre audiencias y contenidos digitales. La identificación de la categoría de consumo silencioso permite ampliar esta comprensión al incorporar formas de recepción informativa que permanecen fuera de los indicadores convencionales de participación digital.

Desde esta perspectiva, el modelo sugiere que las audiencias participan mediante múltiples modalidades de consumo e interacción que no necesariamente se expresan a través de comentarios, reacciones o compartidos. Esta idea complementa las perspectivas desarrolladas por Hall (1980) y Orozco Gómez (2015) sobre recepción y apropiación mediática, al evidenciar que la construcción de significados puede desarrollarse incluso en ausencia de manifestaciones públicas de participación dentro de las plataformas digitales.

Otro aspecto relevante del modelo corresponde a la relación identificada entre interacción, construcción de significados y producción de contenidos. Los hallazgos muestran que las respuestas de las audiencias no influyen mecánicamente sobre las decisiones de los productores, sino que son interpretadas mediante procesos de construcción simbólica que posteriormente orientan la producción informativa. Esta situación coincide con los planteamientos de Berger y Luckmann (2003), quienes sostienen que las acciones sociales se encuentran mediadas por los significados que los actores construyen sobre su realidad. En consecuencia, la producción de contenidos aparece como el resultado de procesos permanentes de interpretación desarrollados dentro de contextos digitales caracterizados por altos niveles de retroalimentación.

Asimismo, el modelo permite observar que las ventajas y limitaciones identificadas durante la investigación no operan como factores aislados, sino como elementos que atraviesan transversalmente todas las categorías analizadas. La flexibilidad, accesibilidad y cercanía con las audiencias fortalecen los procesos de producción y circulación informativa; mientras que la dependencia algorítmica, la competencia por la atención y los desafíos de sostenibilidad condicionan simultáneamente el desarrollo de estas dinámicas. Como resultado, el podcast y videopodcast informativo regional se configuran como espacios donde convergen oportunidades y restricciones propias del ecosistema digital contemporáneo.

A diferencia de investigaciones previas que han estudiado el podcast desde perspectivas centradas exclusivamente en la producción, las audiencias o

las plataformas, el modelo analítico construido en la presente investigación permite integrar estas dimensiones dentro de una misma estructura explicativa. Esta articulación constituye una de las principales aportaciones del estudio, ya que ofrece una interpretación relacional capaz de explicar cómo interactúan productores, audiencias y plataformas dentro de los procesos contemporáneos de comunicación digital.

En términos teóricos, los resultados sugieren que la comprensión del podcast y videopodcast informativo regional requiere superar enfoques fragmentados que analizan por separado los distintos componentes del fenómeno. El modelo construido mediante teoría fundamentada muestra que la producción, circulación, interacción, consumo y construcción de significados forman parte de un sistema dinámico donde cada elemento influye constantemente sobre los demás. Esta perspectiva permite comprender con mayor profundidad las transformaciones experimentadas por los medios regionales dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

En conjunto, la discusión desarrollada permite afirmar que el podcast y videopodcast informativo regional constituyen fenómenos complejos cuya comprensión requiere considerar simultáneamente las dimensiones tecnológicas, comunicativas, culturales y simbólicas que intervienen en su desarrollo. El modelo analítico construido sintetiza estas relaciones y ofrece una explicación integral sobre la manera en que productores, audiencias y plataformas participan en la configuración de las dinámicas informativas contemporáneas. Como resultado, la investigación aporta una propuesta interpretativa que contribuye al estudio de los medios regionales y de las transformaciones comunicativas asociadas a los entornos digitales.

5.8 Cierre del capítulo

La discusión desarrollada en este capítulo permitió contrastar los hallazgos obtenidos durante la investigación con los principales aportes teóricos y empíricos relacionados con el podcast, videopodcast, plataformas digitales, audiencias y producción informativa en entornos digitales. Este ejercicio permitió identificar coincidencias importantes con investigaciones previas, así como elementos que amplían la comprensión de los procesos comunicativos desarrollados por los medios regionales dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

Los resultados discutidos muestran que las plataformas digitales desempeñan un papel central en la transformación de los procesos de producción, circulación e interacción informativa, coincidiendo con los planteamientos de autores como Jenkins (2006), Scolari et al. (2012), Castells (1996) y Van Dijck (2013). La investigación confirma que las plataformas han modificado las dinámicas tradicionales de comunicación al favorecer procesos de convergencia, circulación multiplataforma y nuevas formas de relación entre productores y audiencias.

Asimismo, la discusión evidenció que las audiencias ocupan un papel activo dentro de los procesos de recepción y circulación informativa. Los hallazgos coinciden con perspectivas desarrolladas por Hall (1980), Orozco Gómez (2015) y Jenkins (2006), quienes reconocen la capacidad de las audiencias para interpretar, apropiarse y resignificar contenidos dentro de diferentes contextos sociales y culturales. Sin embargo, los resultados obtenidos sugieren que estas dinámicas son más complejas de lo que tradicionalmente se ha reconocido mediante indicadores visibles de interacción.

En este sentido, uno de los principales aportes derivados de la investigación corresponde a la categoría de consumo silencioso. La discusión permitió observar que una parte importante de las audiencias mantiene prácticas de observación, escucha y seguimiento informativo que no necesariamente se

traducen en comentarios, reacciones o compartidos dentro de las plataformas digitales. Este hallazgo amplía las perspectivas existentes sobre participación digital al evidenciar que la ausencia de interacción visible no implica necesariamente falta de interés o apropiación de los contenidos.

De igual forma, la discusión permitió identificar que los procesos de producción informativa se encuentran estrechamente vinculados con la construcción de significados desarrollados por los productores. Las dinámicas de interacción, las métricas de participación y las respuestas observadas dentro de las plataformas son interpretadas constantemente por quienes producen contenidos, influyendo posteriormente en la selección de temas, formatos y estrategias narrativas. Esta situación respalda los planteamientos de Berger y Luckmann (2003) sobre la construcción social de la realidad y evidencia cómo dichos procesos adquieren nuevas características dentro de los entornos digitales contemporáneos.

Otro aspecto relevante identificado durante la discusión corresponde a las condiciones que favorecen o limitan el desarrollo del podcast y videopodcast informativo regional. Los resultados muestran que la flexibilidad productiva, la accesibilidad tecnológica y la cercanía con las audiencias fortalecen la producción y circulación de contenidos; mientras que factores como la dependencia algorítmica, la competencia por la atención y los desafíos asociados a la sostenibilidad continúan representando importantes retos para los productores y medios regionales.

Finalmente, la discusión permitió valorar el alcance explicativo del modelo analítico construido mediante teoría fundamentada. La articulación entre plataformas digitales, producción informativa, contenidos, interacción, consumo silencioso y construcción de significados evidencia que estas categorías no operan de manera aislada, sino como parte de un sistema dinámico de relaciones que contribuye a explicar el funcionamiento contemporáneo del podcast y videopodcast informativo regional.

En conjunto, la discusión desarrollada confirma la utilidad de integrar perspectivas provenientes de la convergencia mediática, los estudios de audiencias, la economía política de la comunicación, las industrias creativas y la construcción social de la realidad para comprender las transformaciones experimentadas por los medios regionales en entornos digitales. En consecuencia, los hallazgos permiten sostener que el podcast y videopodcast informativo regional no representan únicamente una adaptación tecnológica de formatos existentes, sino una reconfiguración de las relaciones entre producción, circulación y consumo informativo dentro de los ecosistemas digitales. A partir de estos elementos, el siguiente capítulo presenta las conclusiones generales de la investigación, retomando los principales hallazgos y aportaciones derivadas del estudio para responder las preguntas y objetivos planteados inicialmente.

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como propósito analizar el podcast y el videopodcast como formatos informativos en medios regionales, así como los procesos de producción, circulación e interacción que se configuran en entornos digitales. A partir de la aplicación de entrevistas semiestructuradas, encuestas y del análisis realizado mediante teoría fundamentada, fue posible identificar un conjunto de relaciones que explican la manera en que productores, audiencias y plataformas digitales participan en la configuración de las dinámicas informativas contemporáneas.

La integración metodológica permitió articular distintas dimensiones del fenómeno estudiado: mientras las entrevistas y el análisis cualitativo posibilitaron comprender las prácticas y significados atribuidos por los productores, los cuestionarios aplicados a las audiencias y la observación de métricas digitales aportaron elementos para reconocer tendencias relacionadas con consumo, circulación e interacción.

También la integración de estas estrategias permitió articular evidencia cualitativa y cuantitativa, favoreciendo una comprensión amplia del fenómeno estudiado desde una perspectiva interpretativa. Mientras las entrevistas y el proceso de codificación permitieron comprender significados, prácticas y experiencias de los actores involucrados, la información obtenida mediante encuestas y observación de métricas digitales contribuyó a identificar tendencias relacionadas con consumo, circulación e interacción de las audiencias.

Los resultados obtenidos muestran que el podcast y el videopodcast han dejado de constituir formatos complementarios para convertirse en espacios

relevantes dentro de las estrategias de producción y circulación informativa desarrolladas por los medios regionales. Estos formatos permiten ampliar las posibilidades narrativas, diversificar los mecanismos de distribución y fortalecer la presencia de los contenidos informativos dentro de diferentes plataformas digitales.

La investigación evidenció que las plataformas digitales desempeñan un papel central dentro de estas dinámicas. Facebook, YouTube, Spotify, TikTok y otros entornos de distribución influyen directamente en la producción de contenidos, las formas de interacción con las audiencias y los procesos de circulación informativa. Como resultado, las prácticas comunicativas observadas no pueden comprenderse únicamente desde la perspectiva de los medios o de los productores, sino a partir de las relaciones establecidas entre actores, plataformas y audiencias dentro de ecosistemas digitales caracterizados por altos niveles de conectividad e interdependencia.

Asimismo, los resultados muestran que las audiencias ocupan un papel activo dentro de los procesos de recepción y circulación informativa.

Sin embargo, la investigación permitió identificar que esta participación no siempre se manifiesta mediante formas visibles de interacción. La categoría de **consumo silencioso** evidenció que los resultados permitieron identificar la presencia de prácticas de consumo informativo caracterizadas por la escucha, observación y seguimiento de contenidos sin generar necesariamente manifestaciones visibles de interacción los interpreta y los incorpora a sus procesos de comprensión de la realidad sin generar necesariamente comentarios, reacciones o compartidos dentro de las plataformas digitales. Este hallazgo amplía la comprensión tradicional de la participación digital y constituye una de las principales aportaciones derivadas del estudio.

La investigación también permitió identificar que las decisiones relacionadas con la producción informativa se encuentran estrechamente vinculadas con los significados construidos por los productores a partir de sus experiencias, las respuestas de las audiencias y las dinámicas observadas dentro

de las plataformas digitales. Los contenidos producidos no responden exclusivamente a criterios técnicos o editoriales, sino a procesos permanentes de interpretación que influyen en la selección de temas, formatos y estrategias narrativas.

Finalmente, la construcción del modelo relacional derivado mediante teoría fundamentada permitió integrar las principales categorías emergentes identificadas durante la investigación. Este modelo constituye la principal síntesis interpretativa del estudio, al mostrar que las plataformas digitales funcionan como el entorno estructural donde productores y audiencias participan en procesos continuos de producción, circulación, interacción y construcción de significados. Dentro de este modelo, el consumo silencioso adquiere relevancia como una modalidad de participación indirecta que influye en la reconfiguración de las estrategias editoriales y de producción.

En conjunto, los resultados permiten concluir que el podcast y videopodcast informativo representan fenómenos comunicativos complejos donde convergen dimensiones tecnológicas, culturales, sociales y simbólicas. Su estudio requiere comprender simultáneamente las transformaciones experimentadas por los medios regionales, las nuevas formas de interacción de las audiencias y el papel que desempeñan las plataformas digitales dentro de los procesos de producción, circulación y consumo de información en los entornos digitales contemporáneos.

Respuesta a la pregunta general de investigación

La presente investigación tuvo como pregunta general: ¿Cómo utilizan los medios regionales el podcast y el videopodcast como canales informativos dentro de los entornos digitales de distribución, y de qué manera estos entornos configuran los procesos de interacción con las audiencias digitales?

A partir de los resultados obtenidos puede concluirse que los medios regionales utilizan el podcast y el videopodcast como herramientas estratégicas para producir, distribuir y ampliar la circulación de contenidos informativos dentro de los entornos digitales contemporáneos. Estos formatos permiten desarrollar narrativas más extensas, especializadas y contextualizadas que las observadas tradicionalmente en otros medios de comunicación, favoreciendo la construcción de espacios informativos adaptados a las características de las plataformas digitales y a las necesidades de las audiencias. Esta transformación no implica la sustitución de los medios tradicionales, sino una reconfiguración de sus prácticas comunicativas mediante la incorporación de nuevos espacios de producción y circulación informativa dentro de los ecosistemas digitales.

Los hallazgos muestran que el podcast y el videopodcast no funcionan únicamente como formatos tecnológicos, sino como espacios comunicativos que modifican las dinámicas tradicionales de producción y distribución informativa. Los productores desarrollan estrategias multiplataforma que permiten adaptar contenidos a diferentes entornos digitales, aprovechando las posibilidades de circulación ofrecidas por plataformas como Facebook, YouTube, Spotify, Apple Podcast y TikTok. Como resultado, los contenidos informativos dejan de concentrarse en un único canal de difusión para circular mediante múltiples formatos y soportes digitales.

Asimismo, la investigación permitió identificar que los entornos digitales desempeñan un papel fundamental en la configuración de los procesos de interacción con las audiencias. Las plataformas digitales facilitan nuevas formas de comunicación mediante comentarios, reacciones, compartidos y diferentes mecanismos de participación que permiten establecer relaciones más dinámicas entre productores y usuarios. Sin embargo, los resultados muestran que estas formas visibles de interacción representan únicamente una parte de las dinámicas de recepción desarrolladas por las audiencias.

Uno de los hallazgos más relevantes de la investigación fue la identificación del consumo silencioso como una modalidad de recepción

informativa presente dentro del podcast y videopodcast regional. Los resultados evidencian que una parte importante de las audiencias consume contenidos, construye significados y mantiene procesos de seguimiento informativo sin manifestar necesariamente formas públicas de interacción dentro de las plataformas digitales. Esta situación demuestra que la participación de las audiencias no puede comprenderse exclusivamente a partir de indicadores visibles como comentarios o reacciones.

La investigación también permitió concluir que las plataformas digitales no operan como espacios neutrales de distribución, sino como estructuras que influyen directamente en la producción, circulación y visibilidad de los contenidos informativos. Los productores adaptan constantemente sus estrategias de comunicación en función de las características de cada plataforma, mientras que las audiencias desarrollan diferentes formas de consumo e interacción condicionadas por las dinámicas propias de los ecosistemas digitales.

En términos generales, puede afirmarse que los medios regionales utilizan el podcast y el videopodcast como canales informativos capaces de fortalecer los procesos de producción, circulación e interacción dentro de los entornos digitales. No obstante, estas dinámicas se desarrollan en escenarios donde las plataformas digitales influyen simultáneamente en las prácticas de los productores, las formas de participación de las audiencias y los procesos de construcción de significados asociados al consumo informativo contemporáneo.

Respuesta a las preguntas específicas de investigación

1. Medios regionales: producción, organización editorial y distribución

La primera pregunta específica buscó identificar las prácticas de producción, organización editorial y distribución desarrolladas por los medios regionales en el uso del podcast y videopodcast como canales informativos.

Los resultados permiten concluir que los medios regionales han incorporado el podcast y videopodcast como formatos complementarios dentro

de sus estrategias de comunicación digital. Estas prácticas se caracterizan por la adaptación de contenidos a múltiples plataformas, la diversificación de formatos narrativos y la utilización de esquemas de distribución multiplataforma que favorecen una mayor circulación de la información.

Asimismo, se identificó que los procesos de producción presentan mayores niveles de flexibilidad en comparación con medios tradicionales, permitiendo desarrollar contenidos más extensos, especializados y contextualizados. La organización editorial se encuentra estrechamente vinculada con las características de las plataformas digitales y con la necesidad de responder a los hábitos de consumo de las audiencias contemporáneas.

En consecuencia, puede concluirse que los medios regionales utilizan el podcast y videopodcast como herramientas que fortalecen la producción y distribución informativa mediante dinámicas adaptadas a los ecosistemas digitales contemporáneos.

2. Productores: significados, criterios profesionales y valoraciones

La segunda pregunta específica se orientó a identificar los significados, criterios profesionales y valoraciones que los productores atribuyen al podcast y videopodcast dentro de las rutinas informativas de los medios regionales.

Los resultados muestran que los productores perciben estos formatos como espacios que ofrecen mayores posibilidades de profundidad temática, libertad narrativa y cercanía con las audiencias. Estas valoraciones influyen directamente en las decisiones relacionadas con la selección de temas, la construcción de contenidos y las estrategias utilizadas para la circulación informativa.

Asimismo, se identificó que los productores construyen interpretaciones constantes sobre las plataformas digitales, las métricas de participación y las respuestas de las audiencias. Dichos significados influyen posteriormente en la producción de contenidos, evidenciando que las decisiones editoriales se

encuentran mediadas por procesos permanentes de interpretación y construcción simbólica.

Por lo tanto, puede concluirse que los productores atribuyen al podcast y videopodcast significados asociados a la innovación, la especialización temática, la flexibilidad narrativa y la posibilidad de fortalecer la relación con las audiencias dentro de los entornos digitales.

3. Audiencias: interacción, participación y consumo silencioso

La tercera pregunta específica buscó analizar las formas de interacción y participación desarrolladas por las audiencias digitales en torno a los contenidos informativos producidos mediante podcast y videopodcast.

Los resultados muestran que las audiencias participan a través de diversas formas de interacción como comentarios, reacciones, compartidos y otras modalidades de comunicación facilitadas por las plataformas digitales. Estas dinámicas favorecen procesos de retroalimentación que influyen en la circulación de contenidos y en las decisiones desarrolladas por los productores.

Sin embargo, la investigación permitió identificar que una parte importante del consumo informativo ocurre mediante prácticas de participación no visibles. La categoría de consumo silencioso evidenció que numerosos usuarios mantienen procesos constantes de escucha, observación y seguimiento de contenidos sin manifestar formas públicas de interacción dentro de las plataformas digitales.

Este hallazgo fue construido a partir de la triangulación entre las respuestas de las audiencias, la observación de métricas digitales y las interpretaciones de los productores entrevistados, permitiendo comprender que la participación digital no puede reducirse exclusivamente a sus manifestaciones públicas dentro de las plataformas.

En consecuencia, puede concluirse que la participación de las audiencias adopta modalidades diversas que incluyen tanto formas visibles de interacción como prácticas silenciosas de recepción informativa. Este hallazgo amplía la

comprensión tradicional de la participación digital al demostrar que la ausencia de interacción observable no implica necesariamente desinterés o falta de apropiación de los contenidos.

4. Entornos digitales: circulación, visibilidad e interacción

La cuarta pregunta específica estuvo orientada a analizar el papel de los entornos digitales de distribución dentro de los procesos de circulación, visibilidad e interacción de los contenidos informativos.

Los resultados muestran que los entornos digitales desempeñan un papel central dentro de las dinámicas observadas durante la investigación. Las plataformas digitales influyen directamente en la producción de contenidos, las posibilidades de circulación informativa y las formas de interacción desarrolladas por las audiencias.

Asimismo, se identificó que la visibilidad de los contenidos se encuentra condicionada por factores asociados a los algoritmos, las métricas de participación y las lógicas de funcionamiento propias de cada plataforma. Como resultado, productores y audiencias desarrollan sus prácticas comunicativas dentro de estructuras tecnológicas que influyen en el alcance y posicionamiento de la información.

Por lo tanto, puede concluirse que los entornos digitales no funcionan únicamente como espacios de distribución, sino como estructuras que participan activamente en la configuración de los procesos de producción, circulación, visibilidad e interacción asociados al podcast y videopodcast informativo regional.

Cumplimiento de objetivos

El objetivo general de la investigación consistió en analizar el uso del podcast y el videopodcast como canales informativos en medios regionales, así como los procesos de interacción con las audiencias digitales, considerando el

papel de los entornos digitales de distribución en la configuración de estas dinámicas.

A partir de los resultados obtenidos puede afirmarse que dicho objetivo fue alcanzado satisfactoriamente. La investigación permitió identificar las principales prácticas de producción, distribución y circulación desarrolladas por los medios regionales mediante el uso del podcast y videopodcast, así como las formas de interacción generadas con las audiencias dentro de los entornos digitales contemporáneos. Asimismo, fue posible analizar la influencia ejercida por las plataformas digitales sobre la visibilidad, circulación y consumo de contenidos informativos, permitiendo construir una explicación integral sobre el fenómeno estudiado.

Cumplimiento de los objetivos específicos

Objetivo específico 1

El primer objetivo específico consistió en examinar las prácticas de producción, organización editorial y distribución asociadas al uso del podcast y el videopodcast en medios regionales.

Este objetivo fue alcanzado mediante la identificación de estrategias de producción flexibles, esquemas de distribución multiplataforma y formas de organización editorial adaptadas a los entornos digitales. Los resultados permitieron comprender cómo los medios regionales utilizan estos formatos para ampliar sus posibilidades de circulación informativa y fortalecer su presencia dentro de las plataformas digitales.

Objetivo específico 2

El segundo objetivo específico buscó identificar los significados, criterios profesionales y valoraciones que los productores de contenido atribuyen al podcast y al videopodcast como formatos informativos.

Los hallazgos permitieron identificar que los productores asocian estos formatos con mayores niveles de libertad narrativa, profundidad temática,

especialización de contenidos y cercanía con las audiencias. Asimismo, se observó que los significados construidos por los productores influyen directamente en las decisiones relacionadas con la producción informativa, permitiendo comprender la dimensión simbólica presente dentro de estos procesos comunicativos.

Objetivo específico 3

El tercer objetivo específico consistió en analizar las formas de interacción y participación que se generan entre los medios regionales y las audiencias digitales en torno a los contenidos informativos en formato podcast y videopodcast.

Este objetivo fue alcanzado mediante la identificación de diversas formas de participación desarrolladas por las audiencias dentro de las plataformas digitales. Los resultados permitieron reconocer tanto modalidades visibles de interacción como prácticas asociadas al consumo silencioso, evidenciando que la participación de las audiencias adopta formas más amplias y complejas que aquellas observadas únicamente mediante indicadores públicos de interacción.

Objetivo específico 4

El cuarto objetivo específico estuvo orientado a analizar las condiciones del entorno digital que influyen en la circulación, visibilidad e interacción de los contenidos informativos en formato podcast y videopodcast.

Los resultados permitieron identificar que las plataformas digitales desempeñan un papel central dentro de estas dinámicas, influyendo en los procesos de distribución, alcance e interacción mediante sistemas algorítmicos, métricas de participación y mecanismos de visibilidad propios de cada entorno digital. Asimismo, fue posible reconocer tanto las oportunidades como las limitaciones que estas plataformas generan para los medios regionales.

En conjunto, el cumplimiento de los objetivos permitió construir una comprensión integral sobre el uso del podcast y videopodcast informativo en medios regionales, así como sobre las relaciones existentes entre productores,

audiencias y plataformas digitales dentro de los ecosistemas comunicativos contemporáneos.

Principales aportaciones de la investigación

La presente investigación aporta elementos relevantes para la comprensión del podcast y videopodcast informativo dentro de los medios regionales, tanto desde una perspectiva empírica como teórica y metodológica. Los resultados obtenidos permitieron identificar dinámicas de producción, interacción y consumo informativo que contribuyen a ampliar el conocimiento existente sobre los procesos comunicativos desarrollados en los entornos digitales contemporáneos.

Aportación empírica

La principal aportación empírica de la investigación consiste en el análisis del podcast y videopodcast informativo dentro del contexto de los medios regionales. Aunque existe una amplia producción académica sobre plataformas digitales, periodismo digital y comunicación en línea, los estudios centrados específicamente en las dinámicas desarrolladas por medios regionales continúan siendo limitados, particularmente en el contexto mexicano.

Los resultados permiten documentar cómo los medios regionales incorporan el podcast y videopodcast dentro de sus estrategias de producción y distribución informativa, evidenciando procesos de convergencia mediática, adaptación multiplataforma y construcción de relaciones con las audiencias digitales. De esta manera, la investigación contribuye a generar conocimiento empírico sobre fenómenos comunicativos que han recibido menor atención dentro de la literatura especializada.

Aportación metodológica

Desde una perspectiva metodológica, la investigación aporta la construcción de un modelo analítico desarrollado mediante teoría fundamentada. La articulación de entrevistas semiestructuradas, cuestionarios aplicados a audiencias digitales y análisis mediante teoría fundamentada permitió identificar categorías emergentes y construir un modelo relacional explicativo del fenómeno estudiado.

El modelo construido permitió articular categorías como plataformas digitales, producción informativa, contenidos, interacción, consumo silencioso y construcción de significados, dentro de una misma red de relaciones. Esta integración constituye una aportación metodológica relevante al ofrecer una explicación relacional que permite comprender de manera más amplia las dinámicas contemporáneas asociadas al podcast y videopodcast informativo regional.

Aportación teórica

La principal aportación teórica de la presente investigación consiste en la construcción de un modelo relacional explicativo que permite comprender el podcast y videopodcast informativo en medios regionales como un sistema dinámico de relaciones entre plataformas digitales, producción informativa, contenidos, interacción, consumo silencioso y construcción de significados. Dicho modelo no pretende establecer una explicación universal del comportamiento de todas las audiencias digitales, sino ofrecer una interpretación situada del fenómeno estudiado dentro del contexto de medios regionales analizados. Su valor reside en mostrar relaciones emergentes entre categorías construidas a partir de la evidencia empírica y en proponer una ruta analítica para comprender fenómenos similares en otros contextos comunicativos.

En este sentido, el modelo construido debe entenderse como una propuesta analítica situada en el contexto de los medios regionales estudiados. Su aporte no radica en establecer patrones universales de comportamiento de

las audiencias, sino en mostrar relaciones emergentes entre plataformas, productores, contenidos y públicos que permiten comprender procesos de transformación comunicativa dentro de escenarios digitales específicos.

A diferencia de enfoques que analizan estas dimensiones de manera aislada, el modelo propuesto evidencia cómo cada una influye y es influida por las demás, ofreciendo una explicación integrada del fenómeno dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

Dentro de este modelo, la categoría de consumo silencioso emerge como una aportación conceptual de especial relevancia. Los resultados mostraron que una parte importante de las audiencias consume contenidos informativos, construye significados y mantiene procesos de seguimiento constante sin manifestar formas visibles de interacción dentro de las plataformas digitales. En consecuencia, la investigación demuestra que la ausencia de comentarios, reacciones o compartidos no implica necesariamente desinterés o falta de apropiación de los contenidos, sino que puede representar una modalidad de participación indirecta con capacidad para influir en las interpretaciones y decisiones de los productores.

Este hallazgo permite ampliar las perspectivas tradicionales sobre participación digital, las cuales suelen concentrarse en indicadores observables como comentarios, reacciones, compartidos o diferentes métricas de interacción pública.

En este sentido, la categoría de consumo silencioso constituye una propuesta analítica que contribuye a comprender formas de participación y recepción que no siempre son consideradas dentro de los estudios sobre audiencias digitales. Su incorporación permite ampliar la comprensión de las relaciones existentes entre productores, contenidos y audiencias dentro de los ecosistemas comunicativos contemporáneos.

Aporte general de la investigación

En conjunto, la presente investigación aporta una explicación integrada sobre el funcionamiento del podcast y el videopodcast informativo en medios regionales desde una perspectiva que articula plataformas digitales, procesos de producción, prácticas de consumo, interacción con las audiencias y construcción de significados. Más que estudiar estos elementos de manera aislada, la investigación demuestra que conforman un sistema dinámico de relaciones donde las decisiones editoriales son continuamente reconfiguradas a partir de las interpretaciones que los productores realizan sobre las respuestas visibles o silenciosas de las audiencias.

Desde esta perspectiva, la principal contribución de la tesis no radica únicamente en identificar nuevas formas de interacción, sino en proponer un modelo relacional que permite comprender cómo los procesos de producción, circulación, consumo e interpretación se encuentran permanentemente interconectados dentro de los entornos digitales. En dicho modelo, el consumo silencioso deja de entenderse como ausencia de participación para convertirse en una modalidad legítima de apropiación y construcción de sentido que influye indirectamente en la evolución de las estrategias editoriales de los medios regionales.

De esta forma, el estudio contribuye al fortalecimiento de los campos de investigación relacionados con periodismo digital, comunicación regional, estudios de audiencias y plataformas digitales, al tiempo que abre nuevas posibilidades para futuras investigaciones interesadas en comprender fenómenos emergentes asociados al consumo y circulación de información en entornos digitales.

Limitaciones de la investigación

Como toda investigación científica, el presente estudio presenta algunas limitaciones que deben considerarse al momento de interpretar sus resultados y alcances.

Una primera limitación se relaciona con el alcance contextual de la investigación. El estudio se concentró en productores, medios regionales y audiencias vinculadas al podcast y videopodcast informativo dentro de contextos regionales específicos, por lo que los hallazgos obtenidos no pretenden representar la totalidad de las dinámicas presentes en otros contextos mediáticos, nacionales o internacionales. En consecuencia, los resultados deben entenderse como una aproximación situada a un fenómeno que puede manifestarse de manera diferente en otros escenarios geográficos, culturales o institucionales.

Una segunda limitación corresponde al carácter temporal de los datos analizados. Las plataformas digitales experimentan transformaciones constantes en sus algoritmos, herramientas de interacción y dinámicas de circulación de contenidos. Debido a ello, algunos de los procesos observados durante la investigación podrían modificarse conforme evolucionen las condiciones tecnológicas y comunicativas de los entornos digitales.

Asimismo, la investigación se desarrolló principalmente a partir de técnicas cualitativas complementadas con información cuantitativa obtenida mediante encuestas. Aunque esta estrategia permitió comprender en profundidad las percepciones, experiencias y significados construidos por los participantes, los resultados no tienen como finalidad establecer generalizaciones estadísticas aplicables a la totalidad de productores o audiencias vinculadas al podcast y videopodcast informativo.

Otra limitación se relaciona con la disponibilidad y accesibilidad de los participantes. Si bien las entrevistas realizadas permitieron obtener información

relevante y diversa para la construcción de las categorías analíticas, la incorporación de un número mayor de productores pertenecientes a diferentes regiones o tipos de medios podría haber permitido ampliar aún más la diversidad de experiencias consideradas dentro del análisis.

Finalmente, la categoría de consumo silencioso constituye una construcción derivada de los hallazgos obtenidos durante la investigación. Aunque los resultados ofrecen evidencia suficiente para sustentar su relevancia analítica dentro del fenómeno estudiado, su desarrollo conceptual requiere ser explorado en futuros estudios que permitan contrastar, ampliar y profundizar su alcance en distintos contextos comunicativos y plataformas digitales.

Estas limitaciones no disminuyen la validez de los resultados obtenidos, sino que delimitan el alcance de las conclusiones presentadas y señalan áreas que pueden ser desarrolladas mediante investigaciones posteriores interesadas en profundizar el estudio del podcast, videopodcast y las dinámicas contemporáneas de interacción y consumo informativo digital.

En este sentido, las limitaciones identificadas forman parte del carácter situado propio de una investigación cualitativa de orientación constructivista, donde el objetivo no consiste en generalizar estadísticamente los hallazgos, sino comprender procesos sociales y comunicativos dentro de contextos específicos.

Líneas futuras de investigación

Los resultados obtenidos durante la presente investigación permiten identificar diversas líneas de investigación que podrían contribuir a profundizar el conocimiento sobre el podcast, videopodcast y las transformaciones comunicativas asociadas a los entornos digitales contemporáneos.

Una primera línea de investigación se relaciona con el desarrollo y profundización de la categoría de consumo silencioso. Los hallazgos mostraron

que una parte importante de las audiencias consume contenidos informativos sin manifestar formas visibles de interacción dentro de las plataformas digitales. Futuras investigaciones podrían analizar este fenómeno en diferentes contextos mediáticos, regiones geográficas y plataformas digitales con el propósito de comprender sus características, alcances y posibles implicaciones para los estudios de audiencias y participación digital.

Asimismo, sería relevante desarrollar investigaciones comparativas que permitan examinar si las dinámicas identificadas en medios regionales presentan diferencias significativas respecto a medios nacionales, internacionales o especializados. Este tipo de estudios contribuiría a determinar hasta qué punto los hallazgos obtenidos responden a características propias de los medios regionales o forman parte de tendencias más amplias presentes dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

Otra línea de investigación podría centrarse en el análisis específico de plataformas digitales y sus efectos sobre la circulación informativa. Los resultados evidenciaron que Facebook, YouTube, Spotify, TikTok y otras plataformas desempeñan funciones diferenciadas dentro de los procesos de producción, distribución e interacción. Futuras investigaciones podrían explorar de manera particular las características de cada plataforma y su influencia en la construcción de audiencias, visibilidad y consumo de contenidos informativos.

También resulta pertinente desarrollar estudios longitudinales que permitan observar la evolución del podcast y videopodcast informativo a través del tiempo. Considerando la rapidez con la que cambian las tecnologías digitales, los hábitos de consumo y las dinámicas algorítmicas, investigaciones de largo plazo podrían ofrecer una comprensión más amplia sobre las transformaciones que experimentan estos formatos dentro de los entornos digitales.

De igual forma, futuras investigaciones podrían profundizar en las relaciones existentes entre métricas digitales, construcción de significados y decisiones editoriales. Los resultados mostraron que los productores interpretan constantemente la información generada por las plataformas y las audiencias

para orientar sus estrategias de producción. Sin embargo, aún existen aspectos que requieren mayor exploración respecto a la influencia de estos procesos en la configuración de rutinas periodísticas y prácticas comunicativas.

Asimismo, futuras investigaciones podrían profundizar en el análisis comparativo entre medios regionales y medios nacionales para identificar diferencias en los procesos de producción, circulación e interacción asociados al podcast y videopodcast informativo.

Otra línea de investigación relevante consiste en ampliar el análisis hacia otros formatos emergentes de comunicación digital, incluyendo transmisiones en vivo, contenidos híbridos, plataformas de audio social y nuevas modalidades de producción informativa impulsadas por tecnologías digitales. Esto permitiría comprender de manera más amplia las transformaciones que experimentan los medios dentro de los ecosistemas comunicativos contemporáneos.

Finalmente, el modelo analítico construido mediante teoría fundamentada podría ser aplicado, adaptado o contrastado en otros contextos comunicativos para evaluar su capacidad explicativa frente a fenómenos similares. La comparación de resultados obtenidos en distintos escenarios permitiría fortalecer, ampliar o reformular algunas de las relaciones identificadas durante la presente investigación.

En conjunto, estas líneas futuras evidencian que el estudio del podcast y videopodcast informativo continúa ofreciendo múltiples posibilidades de investigación. Las transformaciones permanentes de los entornos digitales, las nuevas formas de participación de las audiencias y la evolución constante de las plataformas digitales garantizan la vigencia y relevancia de este campo de estudio dentro de las ciencias de la comunicación y las ciencias sociales.

Reflexión final

La presente investigación permitió comprender que el podcast y el videopodcast informativo regional no pueden analizarse únicamente como formatos derivados de la digitalización de los medios, sino como expresiones de una transformación más amplia en las formas contemporáneas de producir, circular, consumir e interpretar la información. Su incorporación dentro de los medios regionales evidencia que los procesos de cambio comunicativo no ocurren exclusivamente en grandes corporaciones mediáticas o contextos metropolitanos, sino también en espacios regionales donde productores, audiencias y plataformas configuran nuevas dinámicas de relación informativa.

A lo largo del estudio se mostró que estos formatos articulan dimensiones tecnológicas, narrativas, organizacionales y simbólicas. Las plataformas digitales amplían las posibilidades de producción y circulación, pero también imponen condiciones de visibilidad, competencia y dependencia algorítmica. Las audiencias participan mediante comentarios, reacciones y compartidos, pero también mediante formas menos visibles de recepción que cuestionan las lecturas reducidas de la interacción digital. Los productores, por su parte, no solo generan contenidos, sino que interpretan constantemente las respuestas, métricas y comportamientos de sus audiencias para redefinir sus decisiones editoriales y narrativas.

En este sentido, uno de los aportes centrales de la investigación consiste en mostrar que la comunicación digital regional debe entenderse como un sistema dinámico de relaciones. El podcast y el videopodcast no operan de manera aislada, sino dentro de un entramado donde plataformas, contenidos, productores y audiencias se influyen mutuamente. Esta comprensión permitió construir un modelo analítico que integra producción, circulación, interacción, consumo silencioso y construcción de significados como dimensiones interdependientes de un mismo fenómeno comunicativo.

De manera particular, la categoría de consumo silencioso constituye una aportación relevante para los estudios de audiencias digitales, al evidenciar que la ausencia de interacción visible no implica necesariamente ausencia de consumo, interés o apropiación informativa. Este hallazgo permite ampliar la comprensión de la participación digital y abre nuevas posibilidades para analizar prácticas de recepción que permanecen fuera de los indicadores convencionales de las plataformas.

Así, esta investigación aporta una mirada situada sobre la transformación del periodismo regional en entornos digitales. Al analizar el podcast y el videopodcast desde medios regionales, se contribuye a descentralizar el estudio de la comunicación digital y a reconocer que las innovaciones mediáticas adquieren significados específicos según los contextos sociales, culturales y territoriales donde se desarrollan.

Desde esta perspectiva, el estudio no solo permite comprender mejor el uso informativo de estos formatos en Sinaloa, sino que también ofrece elementos teóricos y metodológicos para futuras investigaciones interesadas en las relaciones entre plataformas digitales, medios regionales y audiencias contemporáneas. En consecuencia, la investigación contribuye a comprender que la transformación digital del periodismo regional no depende únicamente de la incorporación tecnológica, sino de las nuevas relaciones que se construyen entre plataformas, productores y audiencias dentro de escenarios comunicativos en constante cambio

Finalmente, el podcast y el videopodcast informativo no solo representan una innovación tecnológica dentro del periodismo regional, sino también una expresión de las transformaciones estructurales que experimentan la producción, circulación y apropiación social de la información en la era digital.

REFERENCIAS

Abellán Pérez, F. J. (2021). *Podcasting en streamings.* Universidad Politècnica De València, Escuela Politecnica Superior De Gandia. Gandía.

Aspillaga, A. M. (2014). Industrias culturales, creativas y de contenidos. *CONSENSUS, 19*(2), 45 - 57.

Becerra, M., y Mastrini, G. (2010). Concentración de los medios en América Latina: Tendencias de un nuevo siglo. *Contratexto*(18), 41 - 64.

Berger, P. L., y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad.* Amorrortu.

Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word “radio”. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, 14*(1), 7 - 22. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1

Bonini, T. (2015). La “segunda era” del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital. *Quaderns del cac, 41*(8), 23 - 33.

Bustamante, E. (2009). De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevo sueños para la investigación de la cultura. *Diálogos de la Comunicación*(78), 1-22.

Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society.* Wiley-Blackwell.

Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis.* SAGE Publications.

Charmaz, K. (2006). Memo-writing. En K. Charmaz, *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis.* SAGE Publications.

Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches.* SAGE Publications.

Edison Research. (2020). *The Infinite Dial.* Edison Research & triton digital.

Elhorodoy, J. A. (2020). Podcasts: herramienta de comunicación efectiva para el ámbito interno y externo de las organizaciones Aproximación a los nuevos dispositivos de la cultura digital. *InMediaciones de la Comunicación, 15*(2), 217 - 227. https://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3029

Elo, S., y Kyngäs, H. (2008). El proceso de análisis de contenido cualitativo. *Revista de Enfermería Avanzada, 62*(1), 107- 115. https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x

Ertz, M., Barragán Maravilla, J. M., y Cao, X. (2025). Prosumer: A new approach to conceptualisation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1 - 21. https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100653

Gallego Pérez, J. I. (2010). *Podcasting: Distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española.* Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones., Periodismo IV. Madrid: [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional EPrints UCM.

Garfias Frías, J. Á., y Cuenca Orozco, D. (2020). Industrias creativas y procesos de transmediación: streaming, videojuegos y cultura visual. *Universidad Nacional Autónoma de México*.

Gillespie, T. (2010). The Politics of 'Platform'. *New Media & Society., 12*(3), 347 - 364. https://doi.org/10.1177/1461444809342738

Guba, E., y Lincoln, Y. (2000). Paradigmas en competencia en la cualitativa. En C. A. Denman, y J. A. Haro, *Por los rincones. Antología de Métodos Cualitativos* (pp. 113 - 145). El Colegio de Sonora.

Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds). *Culture, media, language, 8*(1), 128 - 138. https://doi.org/10.5281/zenodo.5894796

Hammersley, B. (12 de febrero de 2004). Audible revolution: The birth of podcasting. *The Guardian*. https://goo.su/di4qN

Hartley, J. (2005). Industrias creativas. En J. Hartley, *Industrias creativas.* (pp. 1 - 40). Blackwell.

Hesmondhalgh, D. (2018). *Las industrias culturales (4th ed.).* SAGE Publications.

Horkheimer, M., y Adorno, T. L. (2002). *La industria cultural: Iluminación sobre la manipulación de la cultura de masas.* Trotta.

IAB México. (2022). *Estudio de consumo de audio digital en México*. IAB México.: https://www.iabmexico.com/

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación.* Paidós.

LaRossa, R. (2005). Grounded theory methods and qualitative family research. *Revista de Matrimonio y Familia, 67*(4), 837 - 857. https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2005.00179.x

Martín Barbero, J. (2010). Convergencia digital y diversidad cultural. En D. de Moraes (Comp.). *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*, 137 - 165.

Martínez Otón, L., Leoz Aizpuru, A., y Pedrero Esteban, L. M. (2022). Los Podcasts informativos diarios en España: evolución de la oferta y aportaciones narrativas del formato. *Austral Communicacion, XI*(2), 27-40. https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.leo

Mastrini, G. (2009). *Economía Política de las Comunicaciones .* Universidad Nacional de Quilmes.

McClung, S., y Johnson, K. (2010). Examining the Motives of Podcast Users. *Radio & Audio Media, 17*(1), 82 - 95. https://doi.org/10.1080/19376521003719391

Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication.* SAGE Publications.

Orozco Gómez, G. (1997). El reto de conocer para transformar: Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar, 8*, 25 - 30. https://doi.org/10.3916/C08-1997-06

Orozco Gómez, G. (2001). Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la 'televidencia' y sus mediaciones. *Iberoamericana de educación, 27*, 155 - 175.

Orozco, G. (2015). *La recepción de los medios y la producción de sentido.* La Cuadrada.

Papacharissi, Z. (2010). *Democracy in a Digital Age.* Polity Press.

Pedrero Esteban, L. M., Terol Bolinches, R., y Arense Gómez, A. (2023). El podcast como extensión transmedia sonora de la ficción audiovisual. *Mediterránea de Comunicación, 14*(1), 189 - 202. https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23392

Ritzer, G. (1993). *Teoría Sociológica Contemporánea.* McGraw-Hill Interamericana.

Rodríguez Jiménez, A., y Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Escuela de Administración de Negocios*(82), 1 - 26. https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647

Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.).* Free Press.

Salaverría, R., y Negredo, S. (2008). *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones.* Sol90 Media.

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. *Mediaciones Sociales, 8*, 167 - 170.

Scolari, C. A., Jiménez , M., y Guerrero, M. (2012). Narrativa transmedia en España: cuatro ficciones en busca de su destino transmedia. *Comunicación y Sociedad, 25*(1), 137-164. https://doi.org/10.15581/003.25.36179

Singer, J. B. (2004). Strange Bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations. *Journalism Studies, 5*(1), 3-18. https://doi.org/10.1080/1461670032000174701

Spinelli, M., y Dann, L. (2019). *Podcasting: The Audio Media Revolution.* Bloomsbury Academic.

Terol Bolinches, R., Luis Miguel, P. E., y Pérez Alaejos, M. (2021). De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante. *Historia y Comunicación Social, 26*(2), 457 - 485. https://doi.org/10.5209/hics.77110

Toffler, A. (1980). *The Third Wave.* Bantam Books.

UNESCO. (2020). Podcast. *El Correo de la UNESCO*.

Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity : A Critical History of Social Media.* Oxford University Press.

ANEXOS.

Anexo 1. Guía de entrevista semiestructurada aplicada a creadores, productores y conductores de podcast y videopodcast informativos

Guía de entrevista a creadores, productores y conductores de podcast y videopodcast informativos

Universidad
Autónoma de Sinaloa

Maestría en
Ciencias Sociales con Énfasis en Estudios Regionales

Título:

Podcast y videopodcast como formatos informativos en medios regionales: producción, circulación e interacción en entornos digitales

Mazatlán,
Sinaloa – Enero 2026

* Indica que la pregunta es obligatoria

Objetivo del instrumento
La presente guía de entrevista tiene como finalidad obtener información cualitativa sobre los procesos de creación, producción, difusión e interacción de los podcasts y videopodcast informativos desarrollados por los medios locales de la region. A través de las respuestas de creadores y productores, se busca comprender las motivaciones detrás del uso del formato podcast, su impacto en la relación con las audiencias y los retos y oportunidades que representa frente a los medios tradicionales. La información obtenida permitirá contrastar la perspectiva de los productores con la percepción del público y fortalecer el análisis sobre la adopción del podcast y videopodcast como herramienta informativa en el contexto regional.

Instrucciones para la aplicación

*La entrevista es **semiestructurada**: se sugiere seguir el orden de las preguntas, pero el entrevistador puede profundizar con sondeos según las respuestas.*

*Dirigida a: **creadores y productores de podcast y videopodcast informativos** pertenecientes a los medios locales regionales seleccionados.*

Podcast / Videopodcast



Bloque I

Motivaciones
y contexto de adopción

1. **¿Cómo surgió la idea de crear un podcast o videopodcast informativo dentro de su medio de comunicación?** *

2. **¿Qué objetivos persiguen con la producción del podcast o videopodcast?** *

3. **¿Qué factores influyeron en la decisión de incorporar el formato podcast o videopodcast a la estrategia de comunicación de su medio?** *

Bloque II

Producción y estrategias de contenido

4. **¿Cómo describiría el proceso de planeación y producción de los episodios?** *

5. **¿Qué criterios utilizan para seleccionar los temas que abordan en el podcast o videopodcast?** *

6. **¿Cómo definen el estilo, la duración y la frecuencia de publicación de sus programas?** *

Bloque III

Audiencia e interacción

7. **¿Cómo describiría el perfil de la audiencia que escucha o ve su podcast o videopodcast?** *

8. **¿Qué estrategias utilizan para promover la interacción con las audiencias?** *

9. **¿Cómo evalúan la respuesta e impacto del público (comentarios, participación en redes, recomendaciones)?** *

Bloque IV
Comparación con medios tradicionales

10. **Desde su experiencia, ¿qué ventajas ofrece el podcast o videopodcast frente a medios tradicionales como la radio o la televisión y prensa escrita?** *

11. **¿Qué desafíos han enfrentado al implementar este formato informativo?** *

12. **¿Cómo consideran que el podcast o videopodcast ha transformado la relación entre el medio de comunicación y su audiencia?** *

Bloque V
Perspectivas futuras

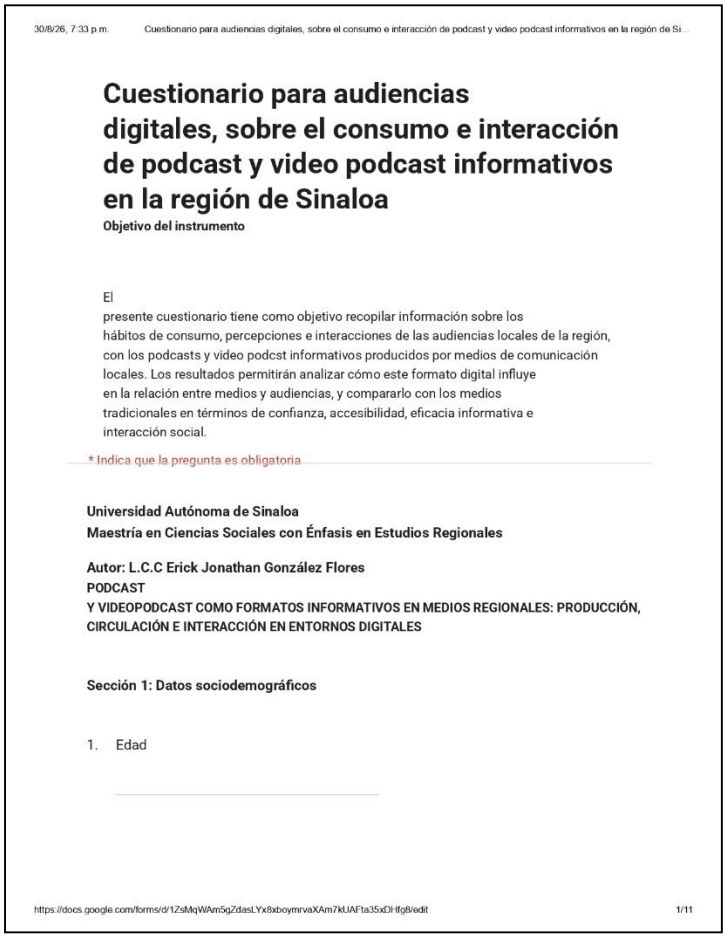
13. **¿Qué planes o mejoras proyectan para el podcast o videopodcast en el futuro cercano?** *

14. **¿Qué papel creen que jugarán los podcasts o videopodcast en el ecosistema mediático regional en los próximos años?** *

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexo 2. Cuestionario aplicado a audiencias digitales sobre consumo e interacción de podcast y videopodcast informativos



30/8/26, 7:33 p.m. Cuestionario para audiencias digitales, sobre el consumo e interacción de podcast y video podcast informativos en la región de Si...

Cuestionario para audiencias digitales, sobre el consumo e interacción de podcast y video podcast informativos en la región de Sinaloa

Objetivo del instrumento

El presente cuestionario tiene como objetivo recopilar información sobre los hábitos de consumo, percepciones e interacciones de las audiencias locales de la región, con los podcasts y video podcst informativos producidos por medios de comunicación locales. Los resultados permitirán analizar cómo este formato digital influye en la relación entre medios y audiencias, y compararlo con los medios tradicionales en términos de confianza, accesibilidad, eficacia informativa e interacción social.

* Indica que la pregunta es obligatoria

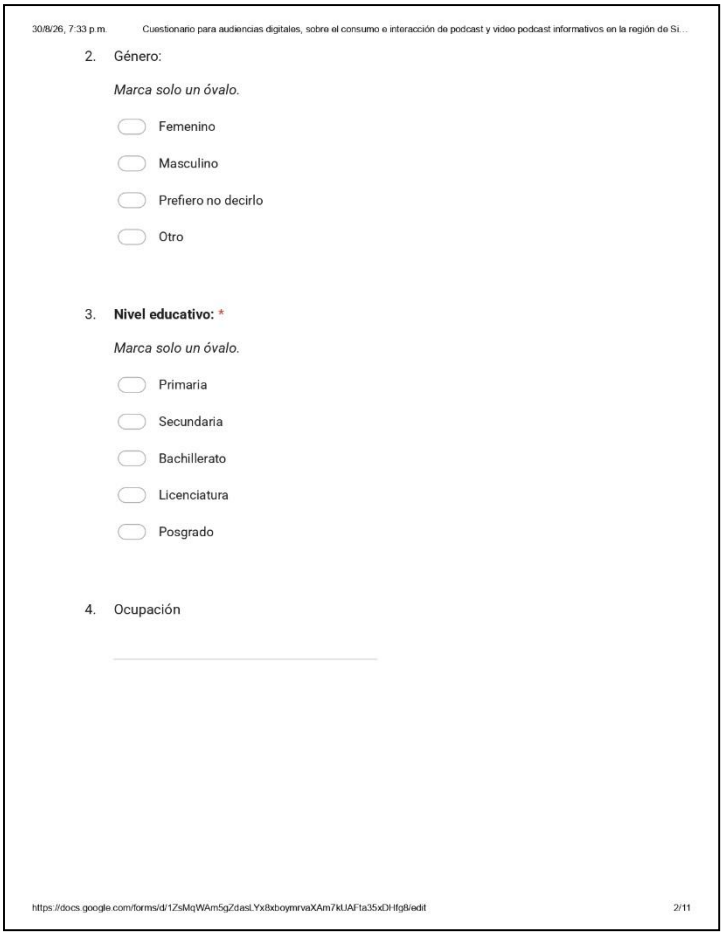
Universidad Autónoma de Sinaloa
Maestría en Ciencias Sociales con Énfasis en Estudios Regionales

Autor: L.C.C Erick Jonathan González Flores
PODCAST
Y VIDEOPODCAST COMO FORMATOS INFORMATIVOS EN MEDIOS REGIONALES: PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN E INTERACCIÓN EN ENTORNOS DIGITALES

Sección 1: Datos sociodemográficos

1. Edad

https://docs.google.com/forms/d/1ZsMqWAm5gZdasLYx8xboymrvaXAm7kUAF1a35xDHfg8/edit 1/11



30/8/26, 7:33 p.m. Cuestionario para audiencias digitales, sobre el consumo e interacción de podcast y video podcast informativos en la región de Si...

2. Género:

Marca solo un óvalo.

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no decirlo
- Otro

3. **Nivel educativo:** *

Marca solo un óvalo.

- Primaria
- Secundaria
- Bachillerato
- Licenciatura
- Posgrado

4. Ocupación

https://docs.google.com/forms/d/1ZsMqWAm5gZdasLYx8xboymrvaXAm7kUAF1a35xDHfg8/edit 2/11

5. **¿Con qué frecuencia utiliza plataformas digitales para informarse?** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Siempre
- [ ] Frecuentemente
- [ ] A veces
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca

Sección 2 Consumo de podcast y video podcast informativos.
Ideal para medir frecuencia o hábito.
(Escala
Likert: 1 = Nunca / 5 = Siempre)
La escala Likert es una herramienta de medición que permite a los encuestados expresar su grado de acuerdo o desacuerdo con una afirmación mediante una serie de opciones, comúnmente en una escala de 5 puntos. Esto ayuda a evaluar actitudes, opiniones y percepciones de manera estructurada.

6. **Prefiero escuchar podcasts y video podcast informativos locales en lugar de otros medios (TV, radio, prensa).** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

7. **Escucho podcast informativo locales con regularidad.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

8. **Accedo fácilmente al podcast en las plataformas digitales.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Freceuentemente
- [ ] Siempre

9. **La flexibilidad del podcast (tiempo, lugar, dispositivo) facilita mi consumo de información.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

10. Encuentro el contenido del podcast más relevante que el de los medios tradicionales. *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

Sección 3: Confianza y eficacia informativa
Ideal para medir percepción, opinión o acuerdo
(Escala Likert: 1 =

Nada de acuerdo /

5 = Totalmente de acuerdo)

11. **Confío en la información proporcionada por los podcasts informativos locales.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nada de acuerdo
- [ ] Poco de acuerdo
- [ ] Neutral
- [ ] De acuerdo
- [ ] Totalmente de acuerdo

12. **Considero que los podcasts ofrecen análisis más profundos que los medios tradicionales.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nada de acuerdo
- [ ] Poco de acuerdo
- [ ] Neutral
- [ ] De acuerdo
- [ ] Totalmente de acuerdo

13. **Los podcasts abordan temas que considero importantes para mi vida diaria.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nada de acuerdo
- [ ] Poco de acuerdo
- [ ] Neutral
- [ ] De acuerdo
- [ ] Totalmente de acuerdo

14. **Los podcasts informativos locales presentan la información de manera clara y comprensible.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nada de acuerdo
- [ ] Poco de acuerdo
- [ ] Neutral
- [ ] De acuerdo
- [ ] Totalmente de acuerdo

15. **Recomendaría los podcasts informativos locales a otras personas.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nada de acuerdo
- [ ] Poco de acuerdo
- [ ] Neutral
- [ ] De acuerdo
- [ ] Totalmente de acuerdo

Sección 4: Interacción y participación
Útil para medir participación y comportamiento
(Escala
Likert: 1 = Nunca / 5 = Siempre)

16. **Participó activamente comentando o compartiendo episodios en redes sociales.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

17. **Me gustaría que hubiera más interacción entre oyentes y creadores de podcast** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

18. **Me siento cercano(a) a los creadores del podcast que escucho.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

19. **He participado en encuestas o dinámicas relacionadas con los podcasts informativos.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

20. **Considero que la interacción con los creadores mejora mi experiencia como oyente.** *

Selecciona todos los que correspondan.

- [ ] Nunca
- [ ] Rara vez
- [ ] A veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Anexo 3. Resultados complementarios del cuestionario aplicado a audiencias digitales sobre consumo, circulación e interacción de podcast y videopodcast informativos en la región de Sinaloa

El presente anexo contiene resultados complementarios derivados del cuestionario aplicado a audiencias digitales, cuyo propósito fue identificar tendencias relacionadas con los hábitos de consumo, circulación, percepción e interacción respecto a los podcasts y videopodcast informativos producidos por medios regionales de Sinaloa.

El instrumento fue aplicado mediante un formulario digital y obtuvo un total de 173 respuestas. Los resultados obtenidos fueron utilizados como parte del componente cuantitativo de la investigación mixta, complementando el análisis cualitativo desarrollado mediante entrevistas semiestructuradas y el proceso de codificación orientado por la teoría fundamentada constructivista

Los datos presentados en este apartado corresponden a tendencias generales de las respuestas y fueron empleados para apoyar la interpretación de las prácticas de consumo, circulación e interacción de las audiencias digitales.

Para efectos de presentación, los resultados se organizan mediante tablas sintéticas que recuperan las tendencias principales identificadas en las respuestas. Los datos completos del cuestionario fueron utilizados como base para el análisis cuantitativo y la construcción de las interpretaciones desarrolladas en el capítulo de resultados.

1. Caracterización general de participantes Tabla A3.1

Características sociodemográficas de las audiencias participantes	
Variable	**Resultado**
Total de respuestas	173 participantes
Género	53.2% masculino; 46.8% femenino
Nivel educativo predominante	Licenciatura (75.1%)
Rango de edad	Predominio de participantes jóvenes-adultos entre 20 y 40 años

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del cuestionario aplicado a audiencias digitales.

2. Consumo de podcast y videopodcast informativos

Tabla A3.2

Frecuencia de consumo y acceso a contenidos informativos digitales	
Indicador	**Tendencia observada**
Uso de plataformas digitales para informarse	Predominio de uso frecuente
Preferencia por podcast frente a otros medios	Tendencia intermedia
Escucha regular de podcast informativos locales	Consumo ocasional predominante
Facilidad de acceso en plataformas digitales	Valoración favorable

Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado.

3. Confianza y percepción informativa

Tabla A3.3

Percepción de confianza y utilidad del podcast informativo	
Indicador	**Tendencia observada**
Confianza en información de podcasts locales	Mayor concentración en posición neutral
Profundidad del análisis frente a medios tradicionales	Valoración favorable moderada
Importancia de temas abordados	Tendencia positiva
Claridad de información presentada	Valoración positiva

Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado.

Los resultados presentados en este anexo no representan una generalización estadística de las audiencias digitales de la región, sino evidencia complementaria utilizada para interpretar tendencias de consumo, percepción e interacción dentro del contexto específico estudiado.

4. Interacción y participación digital

Tabla A3.4

Formas de participación de las audiencias	
Indicador	**Tendencia observada**
Comentarios o compartidos en redes sociales	Participación baja
Deseo de mayor interacción con creadores	Tendencia favorable
Cercanía con creadores	Distribución variable
Participación en encuestas o dinámicas	Baja frecuencia

5. Síntesis interpretativa del cuestionario

Los resultados del cuestionario muestran que las audiencias participantes mantienen una relación de consumo con los podcasts y videopodcast informativos, aunque las formas visibles de participación presentan menor frecuencia respecto al acceso y seguimiento de contenidos. Esta diferencia entre consumo e interacción pública contribuyó a la construcción de la categoría de consumo silencioso desarrollada en la investigación.

Asimismo, los resultados muestran que las plataformas digitales representan espacios relevantes para acceder a información regional, aunque la apropiación del contenido no necesariamente se expresa mediante comentarios, reacciones o compartidos. En este sentido, los datos cuantitativos fueron integrados con los hallazgos cualitativos obtenidos mediante entrevistas a productores y creadores.