

# ENCUENTROS SONOROS

## EUGENIO VIÑAS TEMPORADA 2 | EPISODIO 1 | GUION

**Miranda Carrete:** ¿Qué desafíos enfrenta la industria del podcast? ¿Hay algo que sobra? ¿Cuáles son los géneros olvidados? ¿Se puede experimentar con otros formatos?

**En Tristana** hacemos una pausa... Repensamos el podcast.  
Nos reunimos con colegas y amigos para reflexionar sobre nuestras prácticas...  
Indagamos sobre los obstáculos y ventajas para producir.

**Un ciclo de encuentros sonoros.**  
**Conversaciones para reflexionar sobre nuestro medio y lenguaje.**

**Eugenio Viñas:** *«Esto a nosotros nos rebota como algo positivo en el sentido de que el audio va a formar parte de la cultura popular, como la radio nunca hubiera imaginado, seguramente, y especialmente para las nuevas generaciones. El podcast es la radio de las nuevas generaciones. Ya lo dijo así la BBC».*

**Miranda:** Encuentro sonoros. Segunda temporada.  
Hoy conversamos con Eugenio Viñas...

**Florencia Flores Iborra:** *«Eugenio Viñas es periodista cultural y productor de contenidos. Actualmente se desempeña como editor creativo en Podium Podcast y dirige el primer máster de podcast en el Centro Oficial de Estudios Superiores Barreira+ Arte y Diseño. Ha escrito, locutado, producido podcasts para Podium Podcast para Plaza Radio para GQ España y en sus ratos libres lidera el Club de la*

*Escucha una columna del programa La Ventana en Cadena Ser, en donde semana a semana se da el lujo de dar voz a las diferentes historias que esconden los podcast. ¡Bienvenido Eugenio! Es un gusto tenerte en Encuentros Sonoros. ¿Cómo estás?*

**Eugenio Viñas:** *El placer... El placer es mío. Bien hallado.*

**Florencia:** *Sabes que justamente me quiero centrar en esta labor de recomendación que haces en el Club de la Escucha. Y esa es un poco la excusa para tenerte acá. Creo que es una tarea que de a poco va ganando terreno esto de las reseñas de podcast y que de hecho sirve mucho para quienes producimos. Entonces, ¿por qué decidiste empezar a reseñar podcast? ¿Qué te motiva?*

**Eugenio:** *Hay algo de lo que hablamos los que damos vueltas en esta industria, que es los problemas que tienen las grandes plataformas para prescribir o para enseñarnos caminos verdaderamente interesantes para escuchar la siguiente gran cosa, ¿no? Que no, que nos apetezca, que nos atraiga. Y claro, todos somos como pequeños rastreadores que seguimos a gente en Twitter o cogemos esto de aquí y esto de allá y... Y claro. Afortunadamente, desde hace casi un año formo parte del grupo PRISA, en concreto de la vertical, más bien transversal PRISA audio, que es un poco la que se encarga de dar forma y formato a todo lo que se hace en audio en todas las empresas del grupo, que son muchas a un lado y a otro el Atlántico. Y pensé junto a María Jesús Espinosa de los Monteros, deberíamos encontrar la forma de aprovechar que tenemos los programas con más audiencia de la radio en España, y ahora que vamos a converger durante los próximos años en un mundo en el cual una parte de la audiencia va a estar en el contenido bajo demanda de audio y otra en la radio, deberíamos en vez encontrar ese puente que nos tienda de alguna forma un paso entre un mundo y otro, y deberíamos encontrarlo desde la casa madre, ¿no? Y en este caso la más accesible fue precisamente La Ventana, porque es el programa más escuchado en España en las tardes y porque en concreto, que al final somos personas, Carles Francino, [...] su director, su responsable y [...] su presentador, está obsesionado con el mundo del podcast porque le permite algo de lo que él suele hablar, que es tener un tempo y tener un tono que él no se puede permitir en la radio. Es decir, parar. Y dado que ya alguien nos ha otorgado la confianza y nos ha elegido, a partir de ahí, contar la historia en el ritmo que nosotros queremos. Entonces él todos los jueves para media hora, a su ritmo y su tono, y lo que hace es de hecho utilizar muchos, muchos cortes del podcast que yo le propongo cada semana. Y a partir de*

*ahí lo que hacemos es como sumergirnos en otro tono y en otro mundo que sigue siendo el audio y abrimos digamos ese Club de la Escucha, que es cierto, como dices que cada vez tiene más, más afiliados.*

**Florencia:** *Completamente. Acá tenemos una fan y la verdad es que yo celebro que siempre haya colegas que se dediquen a hablar y reseñar nuestro trabajo, porque primero es una fuente de conocimiento. Una misma accede a otros podcast que quizás de otra manera no, no conozca. Y además, porque siento que particularmente en tu caso, lo hacés con un respeto muy... Que se nota que hay una escucha, que hay una escucha atenta. Y para quienes creemos, al menos yo soy una afiliada, una abonada a la idea de que para hacer podcast hay que escuchar mucho podcast, porque una también aprende a resolver situaciones, a inspirarse, a incluso [...] a tomar como referencia a la hora de producir. Entonces celebro estas instancias y en ese sentido también indagar sobre ¿cómo accedes vos a nuevos materiales? ¿Cómo? ¿Recibís propuestas? Es algo que... ¿Cómo ese Eugenio investiga para, para acceder a cada vez más podcast?*

**Eugenio:** *Pues ese Eugenio tiene trampa, porque yo sí que es cierto que... Que ocupo un rol privilegiado por distintos flancos. [...] Por un lado formo parte del pequeño comité editorial que compra proyectos dentro del grupo PRISA, incluso, ya digo, a un lado y a otro del Atlántico para plataformas. Entre otras cosas llevo la producción ejecutiva de lo que producimos para plataformas como Spotify, pero también estoy detrás de algunos proyectos que compramos para el propio Podium Podcast, incluso para otras verticales, con lo cual recibo muchas propuestas. Por otro lado, antes de que esto sucediera junto a María Jesús también, que es clave en todo lo que me pase a mí en torno al audio se nos ocurrió e inventamos esta idea de hacer en plena pandemia un máster presencial durante siete meses en Valencia. Y por aquí pasan muchos profesores, [...] pasa gente que tiene grandes ideas e incluso los propios alumnos que pasan por aquí te acaban reconectando a un gran número de ideas. De hecho, cada promoción abrimos un Excel y vamos completando con todos los nombres de podcast que nos recomendamos, pues los profesores recomiendan, los alumnos completan y [...] son Excels infernales con cientos de títulos. Y ahí vuelvo a tener otra. [...] Hay otra cosa más todavía, que es otra ventaja, y ya te digo que este Eugenio tiene trampa, que es que soy secretario de los Premios Ondas del podcast, con lo cual soy la primera persona que recibe todas las candidaturas de los premios*

*Ondas del podcast. [...] Y bueno, pues entonces ahí tengo que hacer una escucha súper intensiva aparte, muy democrática o muy horizontal, porque oigo todo como es de un mismo plano, intento ir cambiando de género para oxigenarme, con lo cual hoy tengo otra vez una gran escucha. Y ya por último, creo que afortunadamente en este momento en el que estamos, pues existen muy buenas newsletters de audio y a partir de ahí también me nutro y estoy rodeado de uno de los mejores equipos de audio en español del mundo, que es el del grupo PRISA. Pero digo, porque también tenemos nuestra propia newsletter, que es Sonograma, que la dirige Pablo Fernández Delkáder, adjunto a la dirección de María Jesús, pero la vamos completando todo el equipo de... De Prisa Audio. Y además de eso, pues por supuesto está Vía podcast, Escucha podcast es súper importante. A veces se les escapan algunas recomendaciones a otras newsletters y yo Find That Pod estoy suscrito a un montón de newsletters de podcast y con todo lo que acabo de decir, al final acabo teniendo como una fotografía sonora de lo que se está haciendo. Y a partir de ahí, pues subjetivamente tengo mis debilidades y voy escogiendo...*

**Florencia:** *Te escucho y se me hace agua la boca, ¿no? Porque esto de que nos paguen, además para poder escuchar.*

**Eugenio:** *Es mi caso, es mi caso.*

**Florencia:** *Es un lujo y un privilegio absoluto, entonces [...] me parece maravilloso, maravilloso. Y también te escucho y pienso que bueno, como también la industria del podcast en español está en este momento donde tenemos [...] como bien contabas esta... Esta foto [...] donde están justamente los boletines, donde están... Cada vez hay más producciones en español, cada vez la producción... Más cursos, o sea, la producción de podcast en español realmente está creciendo a pasos agigantados y me imagino que deben haber algunos aspectos pensando también en tu labor de reseñador de podcast, que es un poco la excusa para charlar contigo hoy.*

**Locutor:** *«El Club de la Escucha. Las mejores historias de los podcast con Eugenio Viñas.*

**Carles Francino:** *Un día más desde Radio Valencia Eugenio, ¡buenas tardes!*

**Eugenio Viñas:** *¿Qué tal? Buenas tardes.*

**Carles Francino:** *Oye antes de presentar a nuestra invitada de esta tarde dejame situar a los oyentes y advertirles que esta tarde La Ventana, en este Club de la Escucha vamos a desmenuzar cómo se cuenta en código podcast un robo, pero un pedazo de robo que a muchos oyentes yo recreo que les va a recordar a La Casa de Papel con una pequeña referencia. Esto ocurrió de verdad. Situémonos. Argentina, estamos en el año 2006, 13 de enero. Es verano. Unos ladrones se meten en una sucursal del Banco Río y toman rehenes.*

**Carles Francino:** *Bueno la policía ¿qué hace? Pues rodea al banco. Pero cuando finalmente consigue entrar descubre que los ladrones se han largado, se han esfumado. Lo que parecía un robo express en realidad era una maniobra de distracción para vaciar cajas de seguridad del subsuelo y largarse con 19 millones de dólares y 80 kilos de joyas. Esta historia Eugenio sí o sí nos recuerda a La Casa de Papel y el podcast que hoy recomiendas la reconstruye precisamente».*

**Florencia:** *¿Qué es lo que tiene que tener un podcast para que llame la atención de Eugenio Viñas y por ende después pueda ser comentado, pueda ser reseñado en el Club de la Escucha?*

**Eugenio:** *Bueno, en el Club de la Escucha es una parte, o sea, una cosa es lo que a mí me llamaría la atención y otra lo que [...] acabó llevando ahí. Primero, al menos de momento, no estamos fijándonos mucho en el ámbito de la ficción, porque La Ventana digamos que tiene esta labor de radio y de radio de la tarde, en la cual si que es cierto que con otro tempo que no es el de los informativos, sí que pretende aproximar historias de una forma profunda. Y aquí ya viene ya mi primera influencia, es decir, Carles lo que pretende, y Lucía Taboada, que es la productora y también guionista de este apartado, lo que pretendemos es encontrar una historia que de alguna forma nos permita ir más allá. Una historia que en la apariencia sea compleja y que el podcast sí que haya tenido la oportunidad de contar con matices, que el frenetismo de la información y de los informativos no le puede permitir. Entonces, esta es mi primera premisa. Es decir, algo que nos lleve a un nivel de profundidad que desde la radio, que es lo que pretendo contravenir, porque precisamente estoy en la radio, de alguna forma pretendo subvertir el sentido de la radio y de alguna forma acomodarle al pausa y decir un momento, aquí tienes esta experiencia solo en audio que si quieres puedes escuchar. Yo aquí te dejo una pista, te dejo unos audios. Lo comentamos con Carles y con alguien que ha estado dentro de ese proyecto. Pero aquí tienes una historia que*

*es profunda y es compleja y a la que el podcast te va a permitir acceder. Como la radio comercial generalista no te va a poder permitir. Esta es mi obsesión un poco.*

**Florencia:** *Yo como productora siento que muchas veces hay ciertas formas o ciertas modas en términos de contenido, ¿no? Entonces creo, no sé, mucho podcast de cine y de cierto tipo de cine. La Guerra de las Galaxias tiene cientos y miles, como que el cine más pop tiene como una cierta cantidad de nicho de adeptos que se produce mucho. Mucho podcast de deporte, de historias. Creo que faltan algunos podcast y ahí mi consulta ¿no? ¿Qué te parece que falta escuchar?*

**Eugenio:** *Falta todo. Mi sensación es, que estamos en la prehistoria de todo esto. Yo de hecho, [...] como editor creativo, como creador de formatos, voy a la zaga de lanzar el primer gran concurso de éxito solo en podcast, seguramente el primer reality de verdadero impacto y que tenga sentido solo en audio. Es decir, el audio está aquí para acompañarnos como vehículo cultural de muchas otras formas que todavía no hemos explorado. Históricamente, la radio ocupaba un lugar central en la vida de las familias, tanto que tenemos muchísimas fotografías de casas en España y en Europa y en otros países donde la radio, que era un armatoste gigante, estaba en el centro de la casa y la familia se sentaba alrededor, como lo hacía alrededor de la tele. Esto, desgraciadamente, duró poco tiempo. Sucedió en unas décadas que entre la Gran Depresión americana y las grandes guerras no fueron las más boyantes. Pero en ese momento la radio como no tenía que competir contra la tele y posteriormente, oh, perdón, primero el cine y posteriormente la tele. En ese momento hacía ficción, hacía radio documental y se permitía tener una variedad de formatos y de géneros totalmente desacomplejada de nada que fue mucho más rica hasta los años '50s y '60s que no desde los años '60s y especialmente '70s en adelante, donde el formato de la radio generalista en el mundo y en los países latinos y en Europa es el mono formato de normalmente un señor en medio y personas que le rodean hablando de un tema, esto puede ser información, puede ser deportes, puede ser política, puede ser prensa del corazón, puede ser cualquier cosa, pero el formato es el mismo, no hay formato. Hubo un momento que hubo un pacto no hablado que es... Se acabaron los formatos en la radio aquí para vender publicidad y aquí los comerciales tienen un peso brutal. El formato es uno y el canon es uno. El podcast precisamente viene a romper con eso. Primero porque no le espera a nadie y porque ninguna gran empresa espera mucho del podcast a nivel económico. Creo que ya poco a poco está*

empezando a invertirse esta tendencia. Espero que nos dejen un rato más de libertad, pero [...] está invirtiéndose. Entonces, actualmente nos encontramos ante la posibilidad y de hecho nosotros internamente en el grupo nos aferramos a ello de tener una total libertad a la hora de proponer géneros. Y no hemos hecho mi sensatez es que no hemos hecho nada todavía. Quizá a nivel de ficción sonora sí que hemos dado algunos pasos potentes, hemos puesto ya algunas primeras piedras que como origen de esta historia creo que sí que van a servir, van a ser unos primeros referentes y ahí están. Y otros que caerán en el olvido, por supuesto, como proyectos fallidos, pero queda todo, ya te digo, formatos masivos. Pues eso, concursos, realitys, hibridaciones, que nos lleven a alguna cosa más interesante con el directo, pero que no sea la radio. Hay un montón de ideas. Y luego por lo que decías que es muy interesante el tema de los nichos, sí que es cierto que yo siempre insisto en que esta industria, la del audio, va mucho más de nichos que de rankings. [...] En cambio, afortunadamente, esta economía, a diferencia de la radio por una cuestión de audiencia, si se puede mirar en los nichos. Y este es el motivo por el cual hacer podcast de fandoms que pueden ser Star Wars o que puede ser Disney, o que puede ser lo que sea. Tiene mucho sentido porque ahí digamos que son comunidades ya creadas ávidas de seguir regocijándose y revolcándose en el mismo lugar eternamente. Y eso está bien. Pero ahora lo que hay que descubrir es todo lo que hay en medio, es decir, hay que encontrar, digamos, como espacios de cultura popular, más bien no tan masivos como los grandes hits de cada uno de los países, pero sí en un punto intermedio, que demuestren que el audio va a ocupar un tiempo de la vida de las personas, como lo ocupa Netflix o las. Plataforma sote té y que ese espacio va a ser suficientemente interesante, distinguible, distinto, enriquecedor. Y en ello estamos, en ello estamos en encontrar esas primeras piedras de otros géneros, porque el audio es algo muy ancho y da para mucho más.

**Florencia:** Hablabas recién de plataformas y recuerdo que una vez le escuché decir Almodóvar a Pedro Almodóvar, el cineasta, que lo que pasaba en Netflix no era cine, ¿no? En relación con cómo también se vivía esa experiencia de ver películas en la pantalla grande en 35 milímetros. [...] Cada vez las plataformas se están metiendo más en el ecosistema este, sobre todo también de producción en español. ¿Sentís que nos limitan la escucha?

**Eugenio:** *Como toda estructura que deriva de la situación turbo capitalista que hemos heredado y que abonamos diariamente. No sé si de forma irremediable, pero desde luego de forma consciente, al menos en mi caso, no puedo negarlo las plataformas son Fausto, quiero decir, nos permiten algo y a cambio nos cobran un precio. Lo que hay que decidir es primero ¿cuánto es el precio que nos cobran por? Y ¿si estamos cómodos con ese precio o no? Si Spotify en concreto no hubiera hecho la absoluta locura inversionista que ha hecho en los últimos dos años a todos los niveles, a nivel global, por supuesto, especialmente en Estados Unidos, y con sus acuerdos de John Rogan, de Call Her Daddy, de [...] DC Cómics y con todo el mundo. Vale, pero también luego en Francia, en Italia, España, en Latinoamérica. Una gran inversión. Si Spotify no hubiera hecho ese... Esa apuesta que de momento los datos le dicen que no tiene ningún sentido. Seguramente no sé si estaríamos hablando aquí tú y yo, y no sé si el avispero se hubiera agitado a este nivel, porque eso ha provocado que otras Amazon Music Audible, Podimo, Storytel, otras y los medios de comunicación y especialmente las radios, entren en pánico, que es la única forma en la que las grandes empresas se mueven y hacen algo cuando notan indefensión, o que alguien quizá está ocupando un terreno que creían suyo o que creían que iban a poseer eternamente. Entonces, por un lado, las plataformas, no solo Spotify, el resto de las que he mencionado están agitando el avispero con mucho dinero que tienen de otras cosas, de otros negociados. Y están mis sensación es como si [...] estuvieran ocupando un territorio inexplorado, tratando de ocupar el mayor espacio posible para que cuando la ola baje de todo esto, de está movimiento tectónico, quedarse lo mejor posicionados posibles. Esto a nosotros nos rebota como algo positivo en el sentido de que el audio va a formar parte de la cultura popular, como la radio nunca hubiera imaginado, seguramente, y especialmente para las nuevas generaciones. El podcast es la radio de las nuevas generaciones. Ya lo dijo así la BBC en 2020. En el verano 2020 es su radio y ya está. No hay más. En, por tanto, a mí yo celebro que estén agitando el avispero, celebro esta burbuja inversionista y espero que cuando explote o baje la marea se quede al nivel más alto posible y a la vez, obviamente me preocupa que no sea lo más diversa posible en el número de actores. Es decir, a mí no me apetece ningún monopolio en concreto, porque este momento de hecho, en el que no hay, hay una plataforma por encima del resto, pero hay otras que están invirtiendo tanto o más, está generando muchos mejores productos. El mayor beneficiado en este momento para la cronología es quien escucha y quien escucha. Creo que no es del todo consciente, pero tiene un acceso a una gran, gran cantidad de cosas de*

*altísima calidad que en otra industria quizás no han pasado tan rápido y aquí están pasando muy rápido e incluso van a pasar todavía más rápido, al menos a lo largo de esta década. Con lo cual beneficio, por un lado, preocupación por lo monopolística, sin duda. Por otro, y me gustaría encontrar ese punto de diversidad [...] y de equilibrio. De hecho, para mí, mi principal obsesión como creador o incluso como [...] escuchante, es que cada vez el audio como hecho, como podría ser el cine esté lo más desligado posible de una marca o de una plataforma y de los medios de comunicación también. Es decir, mi felicidad con el audio llegará cuando haya artistas de Bellas Artes que decidan que su forma de expresarse es el audio digital y que haya narradores que igual que estudian cine, estén estudiando para hacer ficciones sonoras porque ese es el mundo que eligieron, como lo hacían Frank Miller y Allan Moore, que no querían hacer cine, sino que eligieron el cómic porque esa era la disciplina artística en la cual querían desarrollar sus historias. Entonces el audio debe tender a esto, a relacionarse con el arte, [...] con los márgenes, con lo que está al límite de todo esto, con lo que no debe relacionarse con el establishment, con la comercialidad, con la empresa con quien nos debemos ligar cuanto antes, con la gente más joven y que noten que ahí tienen un espacio donde expresarse, donde hacer, donde desarrollar una identidad personal y colectiva. Eso sería un gran éxito. No sé si va a suceder, pero si sucede es que algo más grande que un sistema de plataformas y de un sistema de medios ha triunfado.*

**Florencia:** *Que lindo lo que decís, porque justamente al menos en Tristana concebimos al podcast como arte y concebimos... De hecho elegimos este lenguaje, y no el audiovisual y no el de la prensa escrita, por ejemplo, porque sentimos que tiene una particularidad el podcast que hace [...] En una inflexión de la voz en un relato sonoro que hace también emocionarnos con cosas que quizás [...] no sé, de otra manera... No, no podríamos, ¿no? Empatizar con eso. Pero pienso también, incluso como yo he direccionado un poco más mi pregunta en términos de la limitante de escucha en un poco lo que decís vos, ¿no? De la variedad. Para mí hay una lógica [...] en diversas plataformas de escucha en donde se nos imponen ciertos... Antes tenías el ranking musical donde el disco [...] o ciertas bandas se hacían de alguna forma famosas porque en las radios se pasaban todo el tiempo y estaban sonando [...] como banda de sonido de fondo de todo el mundo. Y siento que hay un poco de lógica que está empezando a pasar donde abris la plataforma, "¡Pum! Un pop-up que te dice a escuchar esto y no otra cosa". Entonces estamos, se está como traduciendo*

*un poco en las plataformas esas conductas y creo que ahí como bien decís, es donde tenemos que prestar atención para tratar de producir con mayor diversidad. Hay ciertas historias que todavía no le interesan a ciertas plataformas. Hay ciertos modos de producción que no les interesa y ahí creo que como productores tenemos que estar haciendo...*

**Eugenio:** *Sin duda. Y por otro lado, quiero ponerle también responsabilidad a los grandes grupos mediáticos y a los medios de comunicación por estar llegando tarde a ocupar un espacio que ya ocupaban. Quiero decir, el problema está en que las plataformas están ocupando un espacio que otros, por la comodidad y por seguramente estar dirigidos durante los últimos veinte, treinta años por gente que fue joven, hace veinte o treinta años, pues acaban siendo arrasados, superados, sorprendidos y encima enfadados porque ha venido algo que consideran tecnológico y con eso sienten cierta expiación que ha ocupado su espacio. La verdad es que no, la verdad es que ese espacio les pertenecía en parte y todavía les podría pertenecer, pero no son los más rápidos en ocupar, en ocupar ese lugar, con lo cual también hay cierta responsabilidad o cierto demérito del sistema de medios tradicionales, permitiendo que otros estén llegando a ese lugar antes. En el vídeo y en el audio y en otras y en otras facciones, por decirlo así.*

**Florencia:** *Recientemente terminó de hacerse la Encuesta Pod que viste que es esta encuesta [...] colaborativa que hacemos productoras de podcast conjuntamente. Una iniciativa de Adonde Media de los Podcaster@s y que me parece que es súper relevante también para conocer un poco las preferencias de quienes escuchan. Y una de las cosas que revelaba el estudio del año pasado [...] es que mucha gente escuchaba podcast en YouTube, ¿no? Y para terminar de hablar de plataformas, me parece... A mí, es una cosa que no concibo cómo una plataforma de video puede alojar y puede ser la preferida para que la gente escuche audio. Pero me doy cuenta que es una realidad que se impone. Entonces, ¿qué te pasa a vos con ese tipo de consumos y con las formas en que la gente consume los podcast?*

**Eugenio:** *Claro. Yo soy bastante open mind con todo esto. Es decir, yo confío mucho más en las tendencias y en los movimientos macro que en mi idea del mundo y en lo que a mí me gustaría. Con respecto a lo que decías antes de que Almodóvar, pues eso, [...] que no encaja bien, pues [...] que una película que se crea con toda la lógica que se creaba antes para ver a una gran pantalla y que yo creo, como él cree, que*

solo en ese espacio verdaderamente se puede disfrutar de la forma en la que todos esos equipos de personas la han creado. Yo también lo creo, pero su última película estuvo rauda y rápida en Netflix España, totalmente disponible [...] muy pocas semanas después de su estreno al cine. Con lo cual, pues esto. Yo lo cierto es que llevo bastante bien que YouTube, por ejemplo, sea la segunda plataforma de podcast en la mayoría de países, porque creo que la gente tiene la razón en tanto en cuanto lo que busca es la accesibilidad. Ahora bien, me sorprende con quien puedo ser crítico siempre es con las estructuras superiores y no con la elección que toma la gente por, por, para... Para tener una escucha más cómoda. Me sorprende mucho y me consta que esto cambiará en breve, pero me sorprende mucho la profunda y hasta arrogante indiferencia de Google a este respecto. A este respecto de no ser conscientes de que un terreno que antes te decía Spotify y otras plataformas están invirtiendo el dinero que no poseen y que ganan de otras formas para ocupar ese espacio. Y la arrogancia de Google es tan grande que no tiene ningún miramiento. Y mientras ha tenido YouTube originales y se ha gastado no sabemos cuántos, centenares, seguramente miles de millones en producción de vídeo que no le han llevado a ningún sitio. Tienen una posición hegemónica que no han buscado en algo. Y por supuesto, su relación con los creadores [...] como muchas plataformas, es la de la absoluta indiferencia. Y oye, pues no sé esto que sucede aquí como si lo fuera con ellos. Entonces contra esto sí que tengo una posición muy crítica contra que la gente la elija. No. Es una cuestión de comodidad, lo entiendo perfectamente. Es un buscador potentísimo y tiene una cosa que parece mentira, pero las otras plataformas son de momento incapaces de suplir, que es una recomendación muy perfilada y mucho más inteligente de lo que parece. Y acaba la gente escuchando podcasts o viendo podcasts, que ahora que hablo de esto del vídeo podcast en... De una forma bastante, digamos, lógica e inteligente. [...] ¿Cuál es el otro problema de todo esto que se me había pasado y si que es mencionable? Es el tema del vídeo y aquí ya entramos en otro, en otro lugar y en otro terreno. Si estamos produciendo vídeo podcast y si existen video podcast es por una razón y es porque el audio viaja muy mal a través de las redes sociales tenemos un gravísimo problema de shareability porque competimos muchísimo peor que una imagen fija, que puede ser una ilustración preciosa, un diseño o no preciosa. Viajamos muchísimo peor que un meme, viajamos muchísimo peor que un vídeo y este, por si alguien no ha llegado a esta conclusión, este es el principal motor y el principal motivo por el cual hay podcast con vídeo para que viajen a través de las redes y para tener un impacto más allá. Y para colarse en

*conversaciones que, entre comillas, no les pertenecen, no en la atención de alguien que no les buscaba, claro. Pues esto está fomentando que haya una parte de escucha en YouTube que aunque el contenido no sea tan interesante, aquí la imagen sí que se convierte en un factor... En un caballo de Troya y en algo muy poderoso. Entonces, bueno, espero que Google acabe tomándose en serio el papel hegemónico que tiene y creo que lo va a hacer, o me consta que lo va a hacer de alguna forma desde YouTube. Y espero también que no haya... Cuando eso suceda, que va a suceder que no haya una especie de pérdida del Norte con respecto del audio y con respecto al video. Porque si el audio ha de vivir y ha de sobrevivir como industria apoyado en el video, entonces todo este viaje que estamos haciendo, toda esta idea de generar un formato, una un lenguaje, unos códigos, una forma de escribir, una forma de producir, una forma de diseñar para alguien con auriculares no habrá servido de nada y seguiremos haciendo YouTube, seguiremos haciendo tele y seguiremos haciendo Tik Tok. Seguiremos haciendo otra cosa, pero no habremos conseguido fijar en la cultura popular otro hecho que ocupa otro espacio y que te lleva a las historias de una forma distinta, que eso es lo que deberíamos conseguir.*

**Florencia:** *Yo siempre digo como productora de podcast, siempre digo que los contenidos que produzco en Tristana, por ejemplo, o en otras o para otras marcas, son contenidos que tienen que estar disponible para que la gente los escuche en la mayor cantidad de plataformas o aplicaciones posible. Bien. Podés no... Te pueden gustar lo que produzco y podés decidir no escuchar. Pero para mí es una limitante que eso sea porque no está disponible, porque es [...] de difícil acceso. Bien, entonces en ese sentido, abono a estar en la mayor cantidad de plataformas posibles. Eso sí, no me gustaría cambiar la forma o el lenguaje en la que produzco. Y entonces pienso Ok, puedo publicar el audio en YouTube, pero no voy a empezar a intervenir porque justamente es lo que vos decías, es otro lenguaje, son otros códigos, es otra forma y a mí no es mi búsqueda producir por ahí. Quizás ¿eso significa que le estoy dando la espalda a una generación? No lo sé, pero prefiero que esa escucha sea en el lenguaje y pensada para el público al que le estoy hablando. Y esto también me parece que es un elemento importante el tener en cuenta a quién le hablas. Y yo muchas veces siento que quienes producen o algunos colegas no están teniendo en cuenta finalmente quién está del otro lado.*

**Eugenio:** Bueno, yo es que soy un gran defensor del producto final y creo que los procesos son interesantes para nosotros como industria, pero nunca... O sea, no, no, no, no me imagino a Scorsese diciendo no quiero que se note aquí el trabajo que hubo de guion y los siete años que nos pasamos tratando de encontrar una elipsis necesaria para saltarnos estas veinte hojas de guion que al final no servían para nada y tal. A mí todo eso me gusta para los libros de historia, para conversar entre nosotros, pero no para el público. Yo creo en el resultado final y solo creo en que el resultado final ha de valer por sí mismo. Los procesos no me interesan para nada, excepto como profesional. Dicho esto, a un lado, yo te invitaría a que hicieras un ejercicio. Tu imagínate, es esto es ficción. Imagínate que YouTube ahora decidiera que igual que subes un video puedes subir una cosa que sea solo audio sin video ¿vale? Y que eso se va a llamar YouTube Podcast. El buscador es el mismo, pero si está subido en YouTube Podcast, tú puedes cerrar o bloquear el móvil y puedes seguir escuchándolo porque eso solo audio y no hay problema. Entonces te parecería bien esa plataforma o no te parecería bien?

**Florencia:** Por supuesto.

**Eugenio:** Entonces el problema no está en YouTube. Quiero decir, el problema está en los productores que están... Que he entendido.... [...] El inicio de tu razonamiento, porque creo que debemos ser nosotros precisamente los que ahora tenemos un mínimo peso en todo esto, los que seamos capaces de hacerle entender a la gente que una cosa no es la otra cosa. Y yo voy a aprovechar este micro que me dejas para poner un ejemplo. El podcast más escuchado en España hay a eones luz, de nada que haya sucedido antes es Estirando el chicle. Vale, en este momento nunca ha habido un fenómeno de este nivel. Nunca. En Europa, un evento no musical ha vendido 12.000 entradas para un concierto que es la grabación de un podcast. Nunca en 17 horas, ni siquiera en 24 horas. Nunca. Es un podcast. Te doy distintas teorías ¿vale? Porque es del grupo y conozco el caso por dentro. Uno, si no hubiera tenido video, esto no hubiera sucedido. Dos, ellas encontraron en el podcast la puerta abierta que todos los medios de comunicación tele y todos los medios de comunicación radio durante años le negaron para hacer esto, porque esto era una cosa de nicho y de sus amigas y no tenía sentido. Perfecto, aquí tienen la respuesta. Ahora son ellas las que llevan un año diciendo que no a todo lo demás, por supuesto, porque son ellas las jefas de sí mismas. Y tres, la gente cree que debe tener muchas reproducciones en

*YouTube. Estoy Estirando el chicle en YouTube. Creo, si no me equivoco, tiene aproximadamente como una cuarta o quinta parte de sus escuchas, porque el resto son solo en audio, con lo cual tenemos herramientas o valores suficientes como para decir que no hace falta video. Y por otra parte fue muy importante para que se viralizara, para que creciera, para lo que fuera, para comunicarse en un momento del audio que no era ese. La gente ve las reproducciones de YouTube porque encima te las marcas dice pues esto es lo que deben estar escuchando y no se escucha mucho más en plataformas de audio y una parte en YouTube. De hecho, en Podium lo publicamos dos días antes, cosa que nos está reportando que incluso la plataforma en sí está creciendo porque hay gente que dice bueno, pues se puede escuchar en cualquier sitio, pero aquí está dos días antes a cambio de nada, porque es simplemente tener la aplicación descargada o entrar en la web sin registrarte. Con lo cual entro aquí y escucho y ya sin video, sin video. Con lo cual tenemos herramientas suficientes como para demostrar que no es necesario el video en lo estructural o en lo empresarial como para negocio. Pero también hemos de ser conscientes de cómo eso nos está catapultando con según qué contenidos a otro nivel. ¿Por qué? Porque si no, difícilmente convertimos un producto de solo audio, al menos de momento, en algo totalmente masivo. Ojalá pase. De hecho, una cosa que tiene que pasar o ya no pasará en esta década, es que empezamos a tener nuestros primeros grandes éxitos masivos de audio sólo en audio, es decir, desligados totalmente del vídeo como para decir ejemplos como este, como este, como ha sucedido en Estados Unidos con Serial, por ejemplo. Vale, pues eso es un ejemplo.*

**Florencia:** *Justo pones un ejemplo de un podcast conversacional que es fácil o más sencillo poder producir en términos de imagen, ¿no? Pero hagamos el mismo ejercicio con... A ver, yo no estoy buscando [...] satanizar a YouTube para nada. Pienso. Acá hay algo que pasa con cómo la gente consume a partir de YouTube y muchas veces incluso consume solo el audio y deja el reproductor.*

**Eugenio:** *Claro, claro.*

**Florencia:** *Sin ver imagen, ¿no? O sea que no es tampoco que... O sea hay una experiencia ahí por eso me parece una brillante idea que hagan YouTube Podcast, o sea, porque como aplicación, porque efectivamente si desde tu celular podrías escuchar nada más funcionaría.*

**Eugenio:** *Tú imagínate que ya nacerían siendo el segundo reproductor para el mundo, y haces el primero.*

**Florenia:** *Total. Total. Y acá también es como es inentendible algunas decisiones empresariales, como bien decías de Google, que igual retomando tu comentario, hace unos años sacó el Google Creator Program... Sí el Podcast Program [...] El programa específico para financiar producciones donde han salido. Bueno, lo ganó, Las Raras, lo ganó De eso no se habla. Lo ganó a la No ficción. O sea, han salido grandes podcasteros ¿no? A partir justamente una iniciativa de invertir dinero en poder producir. Entonces están haciendo poca cosa en términos de aplicación, pero es verdad que está invirtiendo algunos dólares, pero hay un ecosistema de plataformas y aplicaciones que a mí todavía me cuesta, como a veces entender... A ver, no es que me cuesta entender, me molesta que siempre se vaya a la masificación de ciertos contenidos, ¿no? Eso creo que es lo que hace que algunas historias no estén ahí bien representadas. Y me sumo a la idea de que la diversidad también la democratización que tiene el podcast. No sé, yo encontré un lugar en el podcast que no encontré en la radio, por ejemplo, para producir. Entonces eso también lo defiende como productora. Pero bueno, podríamos estar hablando de estas vueltas un montón de tiempo...*

**Eugenio:** *Y ahí sí que sí que quiero, sí que quiero meter un... Si quiero meter cuchara desde el optimismo, porque sí que es cierto que está... Este deporte, iba a decir esta liga, pero este deporte es distinto a otros deportes. Y ahora me voy a explicar. Entiendo la duda de que haya grandes historias que queden solapadas por los éxitos conversacionales o masivos que tengan que llegar en cada uno de los países. Pero yo le tengo menos miedo, le tengo menos miedo. Y voy a explicarme ¿por qué? Yo, como periodista, me obsesiona producir para [...] cualquier medio nuevo que aparezca. Ahora, por ejemplo, llevo muchos meses pensando en cómo producir para Tik Tok sin hacerlo, pero simplemente como ideando, pensando. O sea... ¿qué puedo? ¿Qué puedo? ¿Qué puedo? Y aquí el podcast tiene una ventaja de la que hablamos poco, pero nos beneficiamos mucho. Y es que a los que queremos contar historias complejas, este formato, como casi ningún otro, nos ayuda mucho. Es decir, contar historias tal y como lo hacemos con valores periodísticos fuertes es bastante más difícil en YouTube, muchísimo más difícil en Tik Tok. Y ni que decir tiene que los medios generalistas comerciales tradicionales, por su ritmo, por su forma de hacer las*

cosas, por sus vías de comercialización, que ya están agotadas y carbonizadas, con las que morirán con las botas puestas, pero agotadas. Entonces resulta que al podcast, por decirlo llanamente, el periodismo, le sienta muy bien, porque tenemos la atención de la gente que nos ha elegido, porque tenemos la capacidad de hablarle a alguien al oído de una forma cálida. Tenemos la forma de marcar nosotros el tono y el ritmo y dosificar el número de tramas y el número de personajes. Y lo tenemos con un grandísimo poder que en muy pocas otras artes nos podemos permitir, por ejemplo, en Tik Tok no nos lo podemos permitir porque las cosas funcionan a ritmo que funcionan allí. Por ejemplo, el Instagram no nos lo podemos permitir. Por ejemplo, en YouTube nos lo podemos permitir más que en Instagram y un Tik Tok, pero muchísimo menos que en el podcast. Por eso te hago como este meto cuchara desde el optimismo, porque resulta que este es un lenguaje al cual a estas grandes historias le sienta bien y la gente tiene más... ¿No sé por qué? Pero la gente tiene como más capacidad de meterse en las historias a través del oído, a través de la voz, de la voz hablada. Tiene como cierta licencia más, se está generando una especie de convención que, al igual que en el teatro, sirve para que pongamos dos sillas y nos creamos que estamos, no lo sé, en mitad de la Plaza de San Pedro, porque lo ha dicho uno de los actores en el guion. Aquí estamos generando la convención de que, ojo, te podría contar una historia que quizá necesita un tiempo para contarte que es seriada, que voy a tomarme mi ritmo, que me voy a tomar mi tiempo. Por este motivo yo veo cierto optimismo en esto y menos amenaza que en otros lugares que he citado.

**Florencia:** Igual coincido plenamente y mira y créeme que soy una persona muy entusiasta. Simplemente traigo.

**Eugenio:** Hay que ser crítico. Hay que ser crítico.

**Florencia:** Porque...

**Eugenio:** Y estar ahí pendiente.

**Florencia:** A ver de alguna forma. A mí lo que me pasa es que como productora siento que hay que estar atentas a ciertas lógicas, a ciertos códigos narrativos, a ciertos códigos estéticos. Y siento cada vez más que empatizo con esas historias, que no me gusta llamar mínimas, pero que siento que de alguna forma es lo que mejor las define como historias chiquititas como historias que pueden ser tú desde tu vecina, de tu hermana, de tu familia y que quizás esto siga a una gran plataforma, no le interesa,

*pero que siento que es lo que genera más empatía, ¿no? Y que justamente teniendo esta intimidad del audio, nos permite de una forma usarla para expresarlo de la mejor manera. Pero insisto, estamos acá en un ida y vuelta, tratando de reflexionar sobre la industria, reflexionar sobre las cosas que nos ocupan nuestra profesión. Y por eso que te traigo el tema. Ponías el ejemplo Estirando el chicle y yo te decía es un podcast conversacional, quizás es fácil resolver desde producción que esa conversación sea pública. Armar un gran evento que se vendan [...] cientos de miles de entradas y me parece fantástico y creo que como productora estoy atenta a ese fenómeno, pero pienso y lo vamos a saber próximamente cuando El gran apagón, sea... Tenga imagen, porque si no entiendo mal, en Movistar está muy claro.*

**Eugenio:** *Ya está, ya está hecha, está por estrenar, de hecho en este momento.*

**Florencia:** *Por eso, ahí está... Está por estrenar en estos días entonces ahí sabremos ¿qué pasa? Pienso que la experiencia que tuve yo al escuchar El gran apagón en formato audio no sé si la voy a poder tener en formato video. Ojalá que sí en formato audiovisual, pero ojalá me pasen las mismas cosas, pero intuye que no me van a pasar cosas. Entonces ahí creo que también está bueno entender ¿cómo escucha la gente? O ¿cómo se consume eso que nosotros producimos? En términos de justamente [...] saber y tener en cuenta quién está del otro lado, ¿no? Porque yo soy una convencida, uno, una se dedica a esto, entre otras cosas, para que la escuchen y para que haya más gente del otro lado. Entonces, si esa gente tiene una experiencia distinta, a como una la pensó quizás bueno, hay que ver [...] ¿cómo se hace diálogo, no?*

**Eugenio:** *Ahí, mira, hace unos días, en un festival de cine muy... Que ya lleva 37 ediciones aquí. Prestigioso Cinema Jove... Y di una conferencia porque me preguntaban por una cosa que cuando hay la conferencia los responsables del festival, al acabar me dijeron de verdad que no pensábamos que hubiéramos estado tan acertados proponiéndote esto, porque vemos que el agujero de la madriguera llega muy lejos y esa conferencia iba sobre el podcast como incubadora del audiovisual. Lo digo porque has hablado de El gran apagón, que como se ve se llamará por si no lo sabes, Apagón directamente.*

**Eugenio:** *Lo que la gente de la industria, tanto del audiovisual como del audio, tiene que preguntarse es ¿por qué pasa esto? Nosotros, desde PRISA Audio desde*

diciembre aquí, desde diciembre del 21, aquí estamos teniendo una serie de reuniones que nos están dejando sorprendidos y hasta gratificados mentalmente, porque por otro lado Apagón no es lo único que se ha vendido de Podium, Nadie sabe nada de Ser Podcast, que es también del grupo está ahora en HBO, acaba de empezar a producirse en HBO de Andreu Buenafuente y Berto Romero. Mi año favorito también de podcast está Movistar Plus también. En fin, que estamos dando el salto con varios proyectos y con más que va a suceder dentro de poco. La pregunta es ¿por qué? Y mientras nosotros nos estamos haciendo la pregunta, nos estamos reuniendo con todas estas plataformas a las que estamos suscritos con sus oficinas de España, sus responsables de España y ya nos están contando ellos sin que se lo preguntemos ¿por qué? La respuesta es que ellos admiten que ellos no respetan los procesos y la voluntad original de la historia que se va a contar, sino que esto nos lo dijeron abiertamente unos de ellos destrozan normalmente los proyectos para estructurarlos tal y como se producen con presupuestos de serie de televisión, que por si alguien no lo sabe, la serie más barata de cualquiera de estas plataformas nunca bajaría del medio millón de euros por episodio y de aquí a lo que venga, que de ahí pues de los cuatrocientos a los quinientos mil, todas van subiendo: setecientos mil, un millón, lo que sea. Muy bien, entonces ellos destrozan la idea original por una cuestión de producción ejecutiva y de conservadurismo con el dinero que se parezca a... En el minuto tres dice el algoritmo que golpe, en el minuto diez dice que lo que sea y esto está provocando dos fenómenos.

**Eugenio:** Uno. Que estas plataformas se acerquen a plataforma, a productores de podcasts para que con proyectos ya testados que otros sean respetados de su autoría y si han respetado que eso que escribió alguien un día se parezca mucho al producto final, entonces ellos dicen bueno, tenemos un pequeño porcentaje que nos podemos permitir que ese proyecto ya se haya desarrollado, pero no lo vamos a pagar vosotros. Vosotros lo estáis testando. Nosotros tenemos mucho dinero como para pagar la propiedad intelectual lo compraremos y haremos de nuevo lo que nos dé la gana. Aunque sí que es cierto que el proyecto llegará más entero, por decirlo así, que si lo hubiéramos comprado de origen. Ese es el primer fenómeno. Pero a mí me interesa y creo que esto te va a interesar el segundo fenómeno. El segundo fenómeno es el que está sucediendo de unos meses a esta parte y es el de guionistas y cineastas de cine que están viniendo a nosotros porque nos dicen que esta historia quiero que se parezca, en este caso lo más posible, a lo que yo había ideado, porque yo ya he

*hecho una serie para esta y para esta plataforma, he hecho diez películas. He hecho dos películas, las que sean, y si la llevo, como ya he vivido, ya he convivido con ellos, sé que esta la van a destrozar. Entonces esta que es cierto, suelen ser historias más mínimas, pocos personajes muy de autoría, etcétera, esta quiero intentar hacerla en podcast de vuestra mano porque no quiero que me la destrocen. Y esto nos está pasando ahora mismo.*

**Florencia:** *[...] De hecho, en la pandemia empezó a salir cuando mucha gente del audiovisual no tenía trabajo y empezó a ver en el podcast una posibilidad de producir a distancia. Entonces, como estamos grabando este podcast, tú en Valencia y yo en Buenos Aires.*

**Eugenio:** *Para mí ahí hay un... En Pandemia sucedió un fenómeno súper potente que es una serie que se llama Calls. Llamadas, que es originalmente de [...] Canal Plus Francia, pero la compró Apple TV los derechos y la dirigió Fede Álvarez, que él siempre en mi cabeza siempre es uruguayo, pero espero, espero no equivocarme, es uruguayo, pero bueno, es el director de No Respires, es un director de terror muy bueno y es [...] una ficción audiovisual. He dicho que la hecho Apple TV pero [...] no tiene imagen, ¿vale? La imagen solo, de hecho es para escuchar obligatoriamente con auriculares y de hecho creo que es una de las experiencias en audio más bestias que he tenido jamás. De lo mejor que he escuchado en audio nunca. Y Fede Álvarez, cómo sucedió en la pandemia aunque esta idea era previa porque la serie original francesa es previa, dijo. No, no vamos a grabar cada uno en su casa con actores como actores mega top, Naomi Watts y otras cosas tan arriba del todo. Todos. Y son historias de terror y de thriller que suceden entre llamadas, con lo cual se cortan llamadas, suceden sonidos. Es todo diseño sonoro, pero con equipos de audiovisual en pantalla no sucede nada, solo hay audiogramas, ondas que van y vienen. Pero en realidad la experiencia es puramente sonora, ¿vale? Y es un ejercicio brutal de cómo el que es un director de audiovisual acaba haciendo algo en audio y acabó haciendo algo que estaba llamada a ser una serie de Apple TV que tiene una calidad altísima en todas sus series de video y que se demostró a sí mismo y lo ha hecho en las entrevistas, cómo al final era algo mucho más de autoría, mucho más en lo que él tuvo una libertad total porque no había referentes y porque estaba desprotegido de la imagen. Entonces, como había una serie de productores, ejecutivos y jefes de equipo que no tenían nada que decir y era al final todo dirección de actores, actores y texto,*

*pues acabó siendo eso y fue un ejercicio súper exitoso y positivo incluso para el audio y era de una plataforma de video. Pero bueno, lo recomiendo mucho escucharlo porque te abren los ojos hasta dónde puede llegar el audio.*

**Florencia:** *Es muy interesante lo que comentas y de hecho yo creo que este fenómeno de que gente del audiovisual venga al podcast no es otra cosa que subir los estándares, sobre todo también de grabación, porque los equipos que se usan generalmente para el cine son mucho más.*

**Eugenio:** *Totalmente.*

**Florencia:** *No sé si potentes, es la palabra, pero es como es otra lógica. Y el diseño de sonido tiene un protagonismo que todavía no tenían podcast y siento que ahí ganamos todos en la industria cuando este fenómeno sucede. A mí me tocó trabajar con... En tres podcast ya, justamente concebidos desde una productora de cine para solo una experiencia en audio, y creo que ahí hay una lógica de trabajo que también nos favorece un montón. Pienso también, incluso en bueno, Las Raras Podcast. En esta serie tuvimos a Catalina May y Martín Cruz viene del cine y se nota. Y eso es maravilloso y parte de la experiencia que se tiene al escuchar Las Raras parte de ahí. En que el sonido es un protagonista más y el ambiente sonoro es un protagonista más. Entonces creo que es bienvenido todo ese fenómeno.*

**Eugenio:** *Yo de hecho [...] para mí me encanta que siempre digo que estamos mucho más cerca de la industria del cine e incluso un poco más cerca de la industria de la tele. Por una razón, porque quiero huir como loco del frenetismo de la industria, de la información y de los medios. O sea, no quiero que se nos relacione con esa industria porque quiero que se entienda la lógica de que cuando lanzamos una serie, cuando estrenamos nuestro primer episodio, es lo mejor que hemos podido hacer durante los últimos años, con lo cual es un lanzamiento a ese nivel. Hay que protegerlo, hay que mimarlo y hay que lanzarlo como si fuera un proyecto único que sucede una vez en el tiempo que se estrenará en este momento. Y es como una película exactamente, o como una serie también podría, podría ser. Con lo cual estoy encantado que se nos relacione con ese ámbito.*

**Florencia:** *Sí e incluso. Y para cerrar esta charla, a mí me gusta mucho el cine. Soy una gran seguidora de muchos trabajos, de muchos directores. [...] Hace unos días veía la película Yesterday, donde un gran apagón borra de la historia a los Beatles.*

*Entonces el protagonista, que es un músico, se dedica a hacer conocida la obra de los Beatles. Y el argumento es que porque un mundo sin los Beatles es un mundo infinitamente peor. Como estoy completamente de acuerdo con esta idea, no quería dejar de cerrar esta entrevista sin preguntarte ¿cuál es el podcast que de no existir, nos privaría de escuchar la belleza hecha audio?*

**Eugenio:** *Históricamente la respuesta sería Serial. Desde lo personal, la respuesta sería De eso no se habla. Sí, esta sería mi respuesta desde lo personal, porque tocando una de mis debilidades que es el periodismo, porque yo soy periodista, le demuestra al periodismo que existe un canal que es mucho más pleno que cualquier otro para contar las historias, que es el audio, y que lo mismo que cuenta no se podría haber contado a través de la imagen o a través del texto. No se puede haber contado, no tan bien. No tan ricamente, con lo cual es como la confirmación de un vehículo cultural propio y pleno para aquello que a mí más me llama, que es el ámbito periodístico. Y de ahí, de por eso, sería a mí mi elección. A nivel histórico. Supongo que Serial. Sé que yo no lo viví en su momento, pero sé la influencia que ha tenido en la principal industria, que es Estados Unidos, con lo cual, pues hay que otorgarle este premio honorífico eterno.*

**Florencia:** *Eugenio, mil gracias por tu tiempo. Muchas, muchas gracias por dedicarnos [...] estos minutos para conversar y para reflexionar sobre el podcast [...] este lenguaje que me apasiona y que bueno, también me da muchas satisfacciones. ¡Gracias por estar acá en Encuentros sonoros!*

**Eugenio:** *Gracias a ti. Gracias por hablar con tanto cariño del audio, que es algo que a mí también me apasiona y que y que nos va a acompañar mucho durante nuestra vida».*

**Miranda:** **Esto fue Encuentros sonoros. Una charla entre colegas que re piensan la profesión. Reflexiones sobre nuestro medio y lenguaje.**

**Si quieren saber más de nosotras pueden visitar nuestra página web en [www.tristanaproducciones.com](http://www.tristanaproducciones.com). También nos encuentran en Instagram, Facebook y Twitter.**

**Encuentros sonoros está conducido por Florencia Flores Iborra y editado por Rodrigo Ruesta. La voz institucional es de Miranda Carrete y la gráfica fue diseñada por Eolio.**

**Una realización de Tristana producciones. Una productora independiente que busca resignificar relatos que han sido olvidados.**

**Tristana producciones forma parte de Uy Cast, una red de podcast uruguayos.**

- - -

**Créditos:**

**Conducción:** Florencia Flores Iborra

**Locución:** Miranda Carrete

**Edición:** Rodrigo Ruesta

**Diseño:** Eolio

**Archivos de audio:** Fragmento El club de la Escucha. Programa 12 de mayo de 2022.