

monográfik

SEIS AÑO 6 ABR 2020

# LA DESCOMMUNAL

revista iberoamericana de patrimonio y comunidad

ISSN 2444-0205



actas  
abril 2020

SOPA  
congreso

**SOPA18** VI congreso internacional de socialización del patrimonio en el medio rural

Olmué+Valparaíso  
REGIÓN DE VALPARAÍSO, Chile

science commons



# Créditos

equipoeditorial

SabahWalidEspaña correcciones\_maquetación  
JuanjoPulidoEspaña diseño+comunicación

edita



La DESCOMMUNAL

ISSN: 2444-0205

Calle Arrieros, 4  
10181 Sierra de Fuentes (Cáceres)  
ESPAÑA

[www.ladescommunal.underground-arqueologia.com](http://www.ladescommunal.underground-arqueologia.com)  
[info@ladescommunal.org](mailto:info@ladescommunal.org)

**La DESCOMMUNAL, Revista Iberoamericana de Patrimonio y Comunidad** es una publicación independiente, promovida por mentes inquietas y comprometidas con un patrimonio, un territorio y una comunidad.

Se permite cualquier explotación de la obra, incluyendo una finalidad comercial, así como la creación de obras derivadas, la distribución de las cuales también está permitida sin ninguna restricción. Es decir, todos los artículos están a tu disposición para leerlos, compartirlos y utilizarlos en tus publicaciones y proyectos, pero acuérdate de mencionar su origen y sus autores. Gracias!!

 science  
commons



# índice

## EDITORIAL

Catherine Rosas Bustos (participante en el SOPA18)\_**CHILE**\_p 03

## Seminario PATRIMONIO NATURAL [procesos comunitarios de gestión y defensa]

**01\_ Impactos del turismo masivo en la zona lacustre de Xochimilco: una mirada desde el patrimonio**/Natalia Erazo Damián+Norma Angélica Juárez Salomo\_*Universidad Autónoma del Estado de Morelos*\_**MÉXICO**\_pp 04-11

**02\_ Valorización y defensa del patrimonio natural de Tepoztlán**/Zuleyma Mata Fuentes\_*Universidad Autónoma del Estado de Morelos*\_**MÉXICO**\_pp 12-25

**03\_ La Villa de las Flores y la horticultura**/Yessica Gallo Castaño\_*Universidad Nacional de Colombia [Sede Manizales]*\_**COLOMBIA**\_pp 26-40

## SESIÓN TEÓRICA [MESA1]: Problemáticas y conflictos en la gestión de patrimonios y territorios

**04\_ "Del patrimonio olvidado: la ermita de San Ambrosio (Barbate-Vejer, Andalucía, España)". Un estudio comparativo con la recuperación de la ermita de Santa Lucía del Trampal de Alcuéscar (Cáceres, Extremadura, España)**/Manuel Barea Patrón\_*Universidad Nacional de Educación a Distancia. Centro Asociado de Cádiz*\_**ESPAÑA**\_pp 41-54

**05\_ De ciudad sagrada a Pueblo Mágico: la transformación del paisaje cultural de Cholula, México**/Cristina Desentis\_*Universidad Autónoma de Zacatecas "Francisco García Salinas"*\_**MÉXICO**\_pp 55-66

## SESIÓN TEÓRICA [MESA2]: Procesos, políticas y herramientas para la socialización del patrimonio rural

**06\_ El podcast como herramienta de difusión histórica y patrimonial**/Andrea Menéndez+ Javier Cuenca\_*Plaza de Armas*\_**ESPAÑA**\_pp 67-82

**07\_ Procesos de patrimonialización y turistificación en territorio rurales del sur de Chile**/Lisette Portillo Moreno+Marisela Pilquimán Vera\_*Universidad de Los Lagos+Centro de Estudios del Desarrollo Regional y Políticas Públicas CEDER*\_**CHILE**\_pp 83-92

**08\_ Taller de alebrijes: una vía de transmisión de la cultura zapoteca como alternativa local de empleo**/Ma. Guadalupe Medina Márquez\_*Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Facultad de Arquitectura*\_**MÉXICO**\_pp 93-106

## SESIÓN PROYECTOS [MESA1]: Patrimonio y cohesión territorial

**09\_ La vida querida**/Florencia Mora Anto+Gonzalo Enrique González Barreiro\_*Universidad Javeriana Cali*\_**COLOMBIA**\_pp 107-117





### SESIÓN PROYECTOS [MESA2]: Artes y Artesanías

10\_Rosado Crema/Florencia Mora Anto+Gonzalo Enrique González Barreiro\_Colectivo Descarrilados  
\_COLOMBIA\_pp 118-130

### SESIÓN PROYECTOS [MESA3]: Patrimonios construidos y espacios de memoria

11\_Propuesta de revitalización urbana y valorización de la arquitectura vernácula de Santa María Chiquimula, Totonicapán, Guatemala/Nelly Ramírez Klee\_Universidad Rafael Landívar  
\_GUATEMALA\_pp 131-140

### SESIÓN PROYECTOS [MESA4]: Memorias sobre patrimonio gastronómico y producción tradicional

12\_Rota das sensações/Ellen Monique Carvalho Fonseca\_Instituto Federal de Sergipe\_BRASIL  
\_pp 141-154

13\_Villeta ciudad dulce de Colombia/María Camila Hernández Hernández\_Universidad Nacional de Colombia [Sede Manizales]\_COLOMBIA\_pp 155-160

14\_Rescate y valorización del proceso y tradiciones del vino en escuelas de Alto Jahuel y Huelquén, Valle del Maipo, Chile/Paulina Corradini Rojas+María Soledad Guzmán\_IDENTITA\_CHILE  
\_pp 161-169

### SESIÓN PROYECTOS [MESA5]: El turismo como proceso dinamizador del patrimonio rural

15\_Roteiro de Turismo Rural em Itabaina-Se/Ellen Monique Carvalho Fonseca\_Instituto Federal de Sergipe\_BRASIL\_pp 170-184

16\_Turismo educativo en el Corredor Biológico de Chichinutzin (México): patrimonio vivo en el bosque/Norma Angélica Juárez Salomo+Miguel Ángel Cuevas Olascoaga+Gerardo Gama Hernández  
\_Universidad Autónoma del Estado de Morelos\_MÉXICO\_pp 185-198

### SESIÓN PROYECTOS [MESA6]: Procesos de patrimonialización desde el estudio del pasado

17\_La acción educativa del Conjunto Rupestre de la Roca de los Moros de la zona rural del Cogul (Les Garrigues, Lleida, Cataluña): identidad, coeducación e inclusión educativa/María Cacheda +Clara López+Anna Torres\_Agencia Catalana del Patrimonio Cultural, Departamento de Cultura, Gobierno de Cataluña y Universidad Autónoma de Barcelona\_CATALUÑA\_pp 199-214

18\_Re-significación de un pasado: el patrimonio cultura como instrumento de empoderamiento socio-político/Fernán García+Germán Giordano+María Belén Molinengo\_Centro de Estudios e Investigaciones en Arqueología y Memoria (CEAM). Facultad de Humanidades y Artes. Universidad Nacional de Rosario+Museo Provincial de Ciencias Naturales "Dr. Ángel Gallardo"+Asociación Civil Museo Hughes\_ARGENTINA\_pp 215-230

### SESIÓN PROYECTOS [MESA7]: Relatos, narrativas e identidades

19\_Descubramos nuestro territorio. Suacha/Andrea Bibiana Reyes Guarnizo\_Universidad La Gran Colombia\_COLOMBIA\_pp 231-242



# 06

actas  
**SOPA18** VI congreso internacional de  
socialización del patrimonio en  
el medio rural

Olmué+Valparaíso  
REGIÓN DE VALPARAÍSO, Chile

**LA**  
**DESCOMUNAL**  
revista iberoamericana de patrimonio y comunidad

**SOPA**  
congreso

science  
commons



## SESIÓN TEÓRICA

MESA 2: Procesos, políticas y herramientas para la socialización del patrimonio rural



Andrea Menéndez



Javier Cuenca

**El podcast como herramienta de difusión histórica y patrimonial**  
*/Andrea Menéndez+Javier Cuenca\_Plaza de Armas\_ESPAÑA*

podcast-historia-patrimonio-sociedad-divulgación-comunicación-conocimiento

## El *podcast* como herramienta de difusión histórica y patrimonial

### Resumen

El fenómeno del *podcast* ha resultado ser, en las dos últimas décadas, una revolución en la democratización al acceso y difusión universal de la información. Las posibilidades de este medio han sido ampliamente analizadas desde el punto de vista educativo, como herramienta educativa en los últimos años, pero sin embargo escasamente exploradas como medio de difusión histórica y patrimonial. La difusión y divulgación científica, tradicionalmente poco vinculada a las ciencias sociales, alcanza ahora, con las nuevas herramientas y medios de comunicación, su máxima expresión en cuanto a las posibilidades del medio en la gestión, desarrollo y difusión de proyectos en torno al Patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, así como el natural, siendo una herramienta especialmente interesante y versátil para la difusión de proyectos en comunidades tradicionalmente aisladas, que consiguen así una ventana al mundo, como puede ser el medio rural habitualmente poco tenido en cuenta desde las administraciones.

### Palabras clave

*Podcast*, historia, patrimonio, sociedad, divulgación, comunicación, conocimiento.

### INTRODUCCIÓN

El desarrollo de internet, de la mano de las nuevas tecnologías, ha significado una revolución similar a la que supuso en el siglo XX la introducción de la radio y la televisión. Ha supuesto un revulsivo en los últimos años cambiando radicalmente las formas de comunicación de contenidos y, en el campo que nos ocupa, las posibilidades de difusión científica en formatos muy diversos. En este sentido, de cara a la divulgación de temática histórica, patrimonial y cultural, desde nuestra opinión y experiencia tiene especial relevancia el fenómeno del *podcast*. Desde "Plaza de Armas" hemos apostado por este formato por su versatilidad y accesibilidad y en las próximas páginas analizaremos el origen del fenómeno y su desarrollo de forma sucinta, la experiencia desde nuestra plataforma y analizaremos las posibilidades de esta herramienta en el desarrollo y difusión de proyectos con relación al patrimonio en todas sus vertientes y su socialización en el mundo rural, objeto de este encuentro.

### ¿QUÉ ES UN *PODCAST*? ORIGEN Y DESARROLLO DE ESTE FENÓMENO

Sin detenernos demasiado en este punto, nos parece interesante realizar una introducción al origen y desarrollo del género para comprender mejor su realidad, que aún se encuentra en plena evolución, no siendo fácil definir en la actualidad su verdadero alcance real, como veremos a lo largo de estas páginas, a pesar de que desde su inicio ha habido varios intentos de análisis desde diversas perspectivas (BLANCO HERNÁNDEZ et al., 2013).



El germen de lo que ahora conocemos como *podcast* se sitúa en los años 90, cuando comienzan a surgir los primeros espacios destinados a la radio en internet, con su espaldarazo definitivo en el año 1995, de la mano de la empresa “Real Networks”, pionera en la tecnología *streaming*. Con el lanzamiento su *software* “Real Audio”, en abril de ese mismo año, comienza el desarrollo de emisoras que transmiten por internet y las radios tradicionales ven el potencial del uso del *streaming* para la distribución de sus emisiones tradicionales (RIBES i GUARDIA, 2001:148). En el caso español deberemos esperar al año 1996, para que algunas radios tradicionales comiencen su emisión en internet (GALLEGO PÉREZ, 2010).

En un primer momento el *podcast* funcionará, en buena medida, como un medio complementario a la radio hasta ir, de forma paulatina, consiguiendo asentarse como un medio con entidad propia, lejos de la comunicación convencional, dando pie al nacimiento de infinidad de *podcast* de la más diversa índole y temática, lo que supuso su consolidación como nueva herramienta de comunicación poco después de su nacimiento (SELLAS GÜELL, 2009:18). Los pioneros en la interacción entre el *podcast* y la radio tradicional serán los medios anglosajones, ya en el año 2004, tendencia que se afianza a lo largo del año 2005 (SELLAS GÜELL, 2009:195). En España, la “Cadena Ser” fue la primera en ofrecer servicios de *podcasting*, comenzando en abril de 2005 (GONZÁLEZ y SALGADO, 2012).

Se considera que el formato *podcast*, tal y como lo conocemos hoy en día, nace en el año 2004, sin embargo podríamos decir que su nacimiento se remonta en realidad al año 2000, cuando surgen las primeras ideas de sindicación en la red, con el desarrollo de la tecnología RSS<sup>1</sup>. La idea original surgida en el año 2000 será implementada a *posteriori* por Dave Winer desarrollador del formato RSS, que en colaboración con Adam Curry, ex locutor de MTV, buscan el poder añadir un archivo sonoro en un blog (SOLANO y SÁNCHEZ, 2010; GELADO, 2007:166). Tras diversas pruebas nace el considerado primer *podcast* de la historia “Morning Coffee Notes”, el 11 de julio de 2004, de Dave Winer (GELADO, 2007:169). Adam Curry será también uno de los primeros *podcaster* de la historia con el lanzamiento el mismo año de “The Daily Source Code” (SELLAS GÜELL, 2009:159 y ss).

Sobre el origen del nombre de este fenómeno existen varias teorías. Sin detenernos demasiado en este punto, que no es el motivo esencial de este trabajo, podemos decir que en torno al nombre confluyen circunstancias muy diversas que se dan cuando un fenómeno de este tipo está en pleno desarrollo participativo. Se trata de un neologismo que unirá las palabras *broadcasting* y *pod*, aludiendo a la tendencia, creciente en aquellas fechas, de escuchar archivos sonoros en dispositivos digitales o encapsulados, aunque a la vez haciendo un guiño al iPod, principal medio del momento, como revolucionario formato para el almacenamiento de archivos junto con los lectores MP3 (SELLAS GÜELL, 2009).

José Antonio Gelado, primer *podcaster* español, que lanzó “Comunicando Podcast” en octubre de 2004, define el *podcasting* de la siguiente forma: “*Podcasting* es el término resultante de la unión del término inglés *pod* que quiere decir vaina o cápsula (y que da también origen al nombre del popular reproductor portátil de audio iPod), y *casting*, apócope de la palabra inglesa *broadcasting*, difusión masiva de

1. Really Simple Syndication. Es un formato que permite distribuir contenidos, sin necesidad de utilizar un navegador, proporcionando a los suscriptores información actualizada mediante una fuente que automatiza las descargas, en este caso de formatos de audio comprimido (GALLEGO PÉREZ, 2010, 34).

contenidos”. También se asocia el origen a las siglas POD: Portable On Demand (portátil bajo demanda)” (GELADO, 2007:159-160). A pesar de que muchos autores han asociado el origen del término al dispositivo iPod, en realidad no será hasta el año 2005, tiempo después del surgimiento tanto de la tecnología, como de la terminología, cuando la compañía Apple presente su versión 4.9 del iTunes, que será cuando el programa incluya, por primera vez, la posibilidad de sindicación de *podcast*. Esto supuso un importante espaldarazo para el mundo del *podcasting* y su universalización (SELLAS GÜELL, 2009:172). La realidad del origen del término actual parece estar en un foro participativo creado por Adam Curry durante la primera reunión “BloggerCon” realizada en la Universidad de Harvard en octubre de 2003, donde un miembro del foro propondrá la palabra *podcaster* para definir a los creadores de programas de este formato (SELLAS GÜELL, 2009:159 y ss). En ese mismo año, el “Oxford University Press”, servicio de publicaciones encargado de la edición y actualización de los diccionarios de la Universidad de Oxford, eligió el término *podcast* como la palabra del año (GELADO, 2007:160). Esto nos da una idea del crecimiento exponencial del formato en un corto espacio temporal cuya expansión sigue en crecimiento.

## EL PODCAST COMO HERRAMIENTA EN LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

En los albores del nacimiento del *podcast*, Oscar Gómez consideraba la radiodifusión como el canal idóneo para la divulgación científica y técnica, cuyas características, medio barato, de fácil producción de contenidos, en un formato hablado y directo de amplio alcance, lo convertían en el medio más popular permitiendo la interacción con el oyente. El medio ideal para atraer al gran público hacia contenidos de carácter científico y técnico. Por aquel entonces ya analizaba las posibilidades del desarrollo de la radio en internet por su universalidad y “el fin de la tiranía de los horarios”. Sin embargo, la radio no ha conseguido afianzarse en este sentido. El motivo principal ha sido el modelo comercial de las empresas de comunicación, condicionadas por la publicidad y las audiencias, quedando relegadas al olvido las temáticas consideradas de atractivo más minoritario, lo que ha convertido a la radio en un medio infrautilizado centrado en la actualidad y el entretenimiento (GÓMEZ, 2002:67). Internet ha supuesto la democratización del uso de la radio como instrumento divulgativo y educativo, al margen de las limitaciones y costes de la radio tradicional, lo que facilita el acceso a una audiencia universal, siendo el *podcast* el arquetipo definitivo actual de esta tendencia (SEGURA ANAYA, 2014:50).

Desde su nacimiento, el *podcast* se ha convertido en el medio de comunicación más universal, sin límites geográficos, ni condicionantes temporales o espaciales. La interactividad, la suscripción y la movilidad, son algunos de sus puntos más destacables. Todo esto permite una adaptación total a las necesidades de cada usuario, muy alejado de las sincronías lineales de medios tradicionales (GALLEGO PÉREZ, 2012; CEBRIÁN HERREROS, 2007:105). El principal valor del *podcast* es la variedad de su tipología y contenidos; no solo es el usuario quien elige qué escuchar y cómo o cuándo, si no que la variedad de formatos, temas y contenidos rompe con los clásicos clichés fijados por audiencias, popularidad y horarios (CHECA GARCÍA, 2013). De esta forma se convierte en el mejor método existente hoy en día como medio de difusión y divulgación y desde nuestro punto de vista como una herramienta ideal para la divulgación patrimonial y para el desarrollo, promoción y difusión de proyectos relacionados con el Patrimonio cultural en todos sus aspectos y en concreto, por el foro en el que nos encontramos, en el desarrollo de Proyectos centrados en el Patrimonio y mundo rural.



Lamentablemente la divulgación de la actividad científica ha pasado tradicionalmente a segundo plano en los ámbitos académicos; tendencia cambiante en la actualidad ante las nuevas posibilidades de promoción y alcance de los nuevos medios de comunicación, fundamentalmente en las ramas de ciencias, aunque cada vez más en otras ramas como las ciencias sociales. En el caso de las ciencias sociales, como es la Historia, el interés divulgador académico ha sido realmente escaso y el trabajo del historiador ha tenido siempre un marcado carácter individualista. Habitualmente, parte de esta divulgación se ha realizado a través de revistas periódicas, de índole científica e histórica, enfocadas al público en general, en muchos casos de perfil medio-bajo y buena parte de los artículos eran realizados por periodistas y no por historiadores. El papel divulgador del científico está creciendo paulatinamente, fundamentalmente con el crecimiento de las nuevas tecnologías, aunque uno de los principales problemas es el alcanzar un lenguaje acorde, no excesivamente especializado y un tratamiento adecuado de la temática, con un enfoque ameno y cercano que haga el contenido atractivo.

Aunque el papel divulgador del científico está creciendo paulatinamente, la realidad es que buena parte de la divulgación histórica actual se hace por parte del público en general, gracias a las posibilidades de la web 2.0, con un enfoque participativo, como el que se hace en medios como Wikipedia, con la llamada tecnología Wiki<sup>2</sup> y los ya asentados blogs, accesibles a cualquier persona con algún tipo de inquietud comunicadora. Hoy en día este enfoque tiene su máximo exponente en el desarrollo de las redes sociales, donde ha habido un crecimiento exponencial en los últimos años de páginas y grupos participativos, enfocados en la divulgación histórica y patrimonial de la temática más diversa. Tanto en el fenómeno *podcast*, como en los medios a los que nos referimos, con un crecimiento desbordante, hay que tener cuidado en este sentido y es necesaria la implementación de herramientas que ayuden a discernir sobre la calidad de la información y las fuentes que se ofrecen en la red, ya que corremos el peligro de que nuestra historia, en buena medida, se cuente y se haga sin la participación y el sentido crítico de los profesionales, entrando en un “todo vale” que puede resultar altamente perjudicial. Aunque este fenómeno no es nuevo, las nuevas tecnologías han ido magnificando esta tendencia (GALLINI y NOIRET, 2011:33). Creemos que es fundamental la presencia de un equipo multidisciplinar, que aporte diferentes visiones críticas para que el proyecto tenga el rigor necesario. Aunque hablemos de trabajos *amateur*, es necesario un trabajo comunitario con sinergias entre profesionales y comunidades, que generen contenidos con enfoques amplios, pero cuidados.

En el caso del *podcasting*, la rápida expansión de la nueva tecnología, con múltiples referencias en la red sobre sus características y posibilidades, así como el crecimiento exponencial de nuevos *podcasters* que experimentaban con el medio, hizo que ya en el año 2004 se comiencen a analizar las posibilidades del formato, principalmente como método educacional y didáctico, siendo muy amplia la bibliografía, enfocada desde este punto de vista, a nivel nacional e internacional, tanto dentro del ámbito académico universitario, como fundamentalmente desde otros foros docentes menos especializados. Paradójicamente, a pesar de que desde su surgimiento el *podcast* ha sido ensalzado como una tecnología revolucionaria y universal, no ha sido, sin embargo, excesivamente investigado como medio de divulgación cientí-

2. El concepto *wiki* apareció en 1994. Ward Cunningham creó su proyecto denominado Wikikiweb aludiendo al concepto de inmediatez y agilidad en la edición de páginas temáticas. *Wiki* significa rápido en hawaiano (CHECA GARCÍA, 2013).

fica y menos histórica, salvo casos muy concretos. Es interesante citar el trabajo que realizó Enrica Salvatori (2009) recogiendo las primeras experiencias en este campo.

La divulgación científica a través de las nuevas tecnologías supone una alternativa a las tendencias clásicas y encorsetadas, con una amplia oferta en la red donde, evidentemente, debemos discernir entre la divulgación científica o histórica y de calidad, del puro entretenimiento, o de los canales dedicados a ciencias pseudocientíficas. La oferta temática en este sentido es tan variada hoy en día, como variado es también su público y alcance.

El formato *podcast* permite hoy en día que las voces que abordan la divulgación científica sean los propios especialistas o responsables de un proyecto determinado, eliminando, en muchos casos, el papel mediador que ejercían tradicionalmente los periodistas, lo que ha supuesto un crecimiento en la valoración de los medios digitales, frente a los tradicionales, como fuente informativa y de conocimiento (LARA y DEL CAMPO, 2018). Como reivindicación a la calidad del contenido frente a la calidad técnica, los *podcasters* afirman habitualmente que “un locutor sabe hablar y un *podcaster* sabe de lo que habla”, esto, aunque no es siempre cierto, refleja claramente el potencial de un fenómeno donde el divulgador, aficionado o profesional, que era solo receptor, puede convertirse ahora fácilmente en emisor, ante la inexistencia de contenidos en la red sobre un tema determinado (BLANCO RUIZ, 2006: 1936).

### EL CASO DE “PLAZA DE ARMAS” Y LAS POSIBILIDADES DEL PODCAST EN LA GESTIÓN DEL PATRIMONIO EN EL MUNDO RURAL

Nuestro equipo de trabajo está formado por un grupo multidisciplinar de profesionales de diferentes ámbitos, incluido el de la gestión del patrimonio<sup>3</sup>. En este sentido somos conscientes de que el mundo rural y también su patrimonio se encuentra en general en un estado de abandono frente al mundo urbano. Buena parte de nuestro patrimonio tanto material, como inmaterial se encuentra precisamente en ese medio y en grave riesgo de desaparición, mantenido muchas veces por las comunidades que lo atesoran en su idiosincrasia y que lamentablemente son totalmente ajenas a las decisiones que se generan administrativamente en torno a su protección o abandono, unas veces por desconocimiento y falta de formación y otras por imposiciones externas. Creemos firmemente que la divulgación, la difusión y la participación activa de las comunidades, son necesarios y fundamentales para su protección y conservación, y para el desarrollo de las propias comunidades que se convierten de alguna manera en guardianes del mismo. En este sentido el *podcast* puede ser el medio perfecto para que los propios interesados den visibilidad a sus proyectos de forma universal. Esta herramienta puede romper el tradicional aislamiento del medio rural que supone muchas veces un obstáculo para el avance de determinadas propuestas y actividades en torno a la puesta en valor del patrimonio cultural y natural de una comunidad. En este sentido, el *podcast*, como paradigma de la democratización de los medios de comunicación, donde cada uno puede generar su contenido y darlo a conocer,

3. El equipo de “Plaza de Armas” es un equipo multidisciplinar. Javi Cuenca, especialista en medio ambiente y nuevas tecnologías es el coordinador del proyecto y cabeza visible del mismo, como conductor y editor de los programas. Andrea Menéndez es arqueóloga, historiadora, e ilustradora especializada en ilustración histórica y virtualización del patrimonio y la única profesional en gestión del patrimonio del equipo y responsable de la proyección científica y cultural del proyecto. Francisco Guzmán es empresario del sector de las renovables, amante de la historia e investigador vocacional y autodidacta y con inquietudes artísticas que también vuelca en este proyecto. Borja Cruz es arquitecto de profesión y especialista en historia arquitectónica y patrimonial. Ramón Vagace, especialista a nivel profesional en seguridad nuclear y con múltiples inquietudes culturales y tecnológicas, ha sido el encargado del diseño gráfico, logos e ilustraciones que configuran la imagen corporativa de “Plaza de Armas”. Todo el equipo comparte su pasión por la historia, el patrimonio y su protección y divulgación. Por último incluimos aquí a Edu Cabrero, informático y estudiante de historia, que aunque no pertenece a los promotores de “Plaza de Armas”, se ha incorporado como colaborador regular con una sección propia en cada programa “El Corresponsal en la Historia”, cuya excepcional labor merece todo nuestro reconocimiento y agradecimiento.

puede ser fundamental para la dinamización de algunos de esos proyectos con una proyección excesivamente limitada debido a las circunstancias o limitaciones, tanto económicas, como geográficas y puede contribuir también a la proyección de una línea dinamizadora vinculada con el turismo sostenible, que facilite la conservación de recursos cuyo destino es el olvido y abandono y su irremediable desaparición. Creemos firmemente que la educación patrimonial es fundamental para frenar este abandono y el *podcast* puede ser un buen aliado en este sentido, si se usa de forma adecuada.

Afortunadamente en los últimos tiempos son muchas las iniciativas de educación y sociabilización patrimonial que han comenzado a surgir a nivel internacional, mediante la apertura de puertas participativas al público en general, que permiten su acceso a proyectos de gestión patrimonial. Precisamente uno de estos ejemplos de enorme proyección e interés es el SOPA, y es por eso nuestro deseo, como amantes del patrimonio y la divulgación, el de participar aportando nuestro modesto granito de arena mostrando las posibilidades de esta herramienta desde nuestra experiencia, como un canal sencillo, estimulante e ideal para visibilizar el mundo rural, su condición y problemática.



[Inicio](#) [Podcast](#) [Nosotros](#) [Otros Proyectos](#) [Pedazo de Arma](#) [Contacto](#)

## EL PODCAST DE HISTORIA

Vive con nosotros la Historia, ponte cómodo y ¡disfruta!



2018   
AÑO EUROPEO  
DEL PATRIMONIO  
CULTURAL  
#EuropeForCulture

Fig. 1. Cabecera de la Página web de "Plaza de Armas".  
[www.plazadearmas.es](http://www.plazadearmas.es)



4. Para que hacerse una idea de lo que hablamos, los programas de este primer germen experimental y los primeros de "Plaza de Armas" fueron grabados con un portátil y los micrófonos del juego de Karaoke "Sing Star" para "Play Station 2". Los tres primeros programas de "Plaza de Armas" son una reedición de los de "Encinas...", rescatando únicamente la parte de temática histórica. El cuarto programa de "Plaza de Armas", "Crónicas de una Arqueóloga" fue el último de "Encinas..." y el único de aquel primer canal dedicado íntegramente al patrimonio, grabado en primavera de 2014. En 2015 se pone en marcha "Plaza de Armas", recuperando y reeditando estos programas iniciales para el nuevo canal.

5. Dadas las características del Proyecto este ha entrado a formar parte de la red de actividades culturales desarrolladas durante "Año Europeo de Patrimonio Cultural 2018".

El germen de Plaza de Armas se sitúa en el año 2013, cuando Javi Cuenca, gran aficionado a la radio, tiene su primer contacto con este fenómeno durante una estancia de doctorado en Alemania, descubriendo a través de la plataforma Ivoox, en busca de medios generalistas en *streaming*, un mundo de publicaciones especializadas en temas muy diversos, totalmente al margen de los medios tradicionales. Junto con Ramón Vagace, y otros colaboradores, pone en marcha en febrero de 2014 la que sería su primera aventura como *podcaster*, "Encinas, conjuras y alguna aventura", programa que, aunque abordaba temáticas variadas, ya enfocaba su camino principal hacia la temática histórica y patrimonial, con unos medios totalmente rudimentarios, pero suficientes por aquel entonces para el objetivo buscado<sup>4</sup>. Poco a poco esta idea desembocará en lo que hoy en día es "Plaza de Armas", proyecto que nace como tal en el año 2015, bajo licencia Creative Commons, sin ánimo de lucro. Este proyecto ilusionante se apoya en la formación profesional de sus creadores y en múltiples experiencias tanto profesionales, como lúdicas, en torno al patrimonio y la historia, fomentando la interrelación con diversos profesionales del medio, y gente muy diversa con similares inquietudes, que han desembocado en un Proyecto cuyo enfoque es el de la comunicación y la transmisión del conocimiento con rigor, pero necesariamente amena y distendida, acercando al gran público la labor investigadora histórica y al conocimiento de nuestro patrimonio, tanto material, como inmaterial, de la mano de especialistas y divulgadores, generando debate y opinión.

Los formatos habituales de cada programa oscilan entre entrevistas, monográficos, tertulias y narraciones, abarcando todos los periodos de la historia. Aunque el programa se hace desde España, la temática seleccionada es universal<sup>5</sup>.

Para que veamos las posibilidades del *podcast* como herramienta creemos que analizar el caso concreto de "Plaza de Armas", desde nuestra propia experiencia, es revelador. Nuestro proyecto es un ejemplo muy modesto, tanto en medios materiales, como en tiempo invertido, puesto que nuestra cadencia en publicaciones no está regularizada y está totalmente condicionada por la disponibilidad, tanto de los miembros de nuestro equipo, enfrascados la mayor parte del tiempo en sus deberes profesionales, como de los colaboradores y especialistas que nos acompañan en cada programa. Y es precisamente por ello, quizás un ejemplo más significativo e ilustrativo que otros proyectos de más envergadura y muchos más medios, para abordar el tema que nos ocupa.

"Plaza de Armas" no ha sido evidentemente el primer programa en temáticas de este tipo. Dentro de la temática histórica los primeros puestos en este apartado en el top de Ivoox se los disputan actualmente programas de radio tradicional que utilizan el formato *podcast*, como "SER Historia", uno de los escasos ejemplos de divulgación científica histórica, en la radio tradicional, y evidentemente con medios profesionales inalcanzables para nosotros y otros como "Memorias de un Tambor", "La Biblioteca Perdida" o

“Histocast”, con diferentes formas de financiación, donde entra el mecenazgo de los oyentes, diversas actividades, y otras vías; todos ellos con diferentes enfoques en el tratamiento de sus temas y con cadencias de publicación muy regulares salvo excepciones. Todos ellos se benefician de las bondades que ofrece este medio como fuente de divulgación. En nuestro caso, no disponemos de financiación externa, y el tiempo del que disponemos es escaso, es por eso que entre programa y programa han llegado a pasar bastantes meses. Aún así, aunque la cadencia puede influir en *rankings* de posicionamiento y en el número de descargas, nuestra experiencia nos dice que a veces lo importante es la calidad y no la cantidad, generando una comunidad fiel que espera deseosa, aunque a veces con normal impaciencia, por el siguiente programa. Nuestro proyecto se sitúa en el top 10 de Ivoox en temática histórica, junto con propuestas, como ya hemos visto, de carácter profesional y cuando nuestra cadencia ha sido más regular, nos hemos situado incluso entre los 3 y 5 primeros de la categoría. Estos datos nos sirven simplemente para reflejar las verdaderas posibilidades del formato como herramienta, con una dedicación adecuada.

Actualmente “Plaza de Armas” consta de 35 programas y ha alcanzado el medio millón de descargas/escuchas en total. Aunque nuestro modesto formato ha llegado a los 5 continentes y a todos los países de habla hispana; si se analiza el “top 10” de países por número de descargas se puede ver que, obviamente, España es el número uno. Aproximadamente de ese “top 10”, el 90% de las descargas se producen desde España. EEUU, estaría en el número 2, debido a la alta tasa de penetración de nuevas tecnologías y la amplia comunidad hispanohablante, como también ocurre con otros países que pueden resultar más sorprendentes como Japón o Rusia (figura 2).

Los programas están disponibles en *streaming* o descarga y se pueden encontrar en nuestra página web y en las plataformas Ivoox e iTunes<sup>6</sup>. El consumo de “Plaza de Armas” se hace principalmente a través de la plataforma Ivoox, y su aplicación móvil, que se puede descargar para sistemas Android e IOS, donde es posible la escucha en *streaming* o la descarga del contenido para escuchar sin conexión<sup>7</sup>. Los picos de descarga suelen coincidir con el día de publicación del programa, aunque estas no cesan y continúan a diferente ritmo en semanas sucesivas. Al estar disponibles en internet de manera accesible y fácil, hace que mucha gente descubra y se interese por los temas abordados de manera constante y *ad infinitum*. Las personas que acceden a este material lo hacen de manera proactiva, a diferencia por ejemplo de otros medios como la radio o televisión tradicional, como ya se ha expuesto a lo largo de estas páginas. La media de escuchas/descargas por programa están actualmente sobre las 8.000-10.000, superando varios las 10.000, las 20.000, 30.000, 40.000 e incluso las 60.000 dependiendo de la temática abordada. La media de los últimos programas, cuando Plaza de Armas ha conseguido cierta madurez, se ha situado por encima de las 16.000 escuchas/descargas<sup>8</sup> (figura 3).

6. Ivoox es en la actualidad la mayor plataforma de distribución de *podcast* en castellano siendo considerado por algunos autores como el equivalente sonoro a Youtube y su apuesta ha sido, desde su origen, la de aglutinar y difundir archivos sonoros hablados de calidad, en un formato muy alejado de otros productos que participan de la música on-line, como puede ser iTunes, creado en 2001 (SELLAS, 2009: 201).

7. En nuestra página web aparecen otras actividades, en torno a la historia y el patrimonio tanto cultural como natural, que algunos de sus miembros desempeñan de manera profesional. Ha surgido también un Spin-off, en forma de segundo canal de *podcast*, con otros colaboradores denominado “Pedazo de Arma”, que tiene como temática única el humor absurdo. Aunque el enfoque es totalmente diferente, y ajeno al canal principal, sirve también como plataforma experimental y experiencial en diversos aspectos.

8. Los datos expuestos han sido tomados en diciembre de 2018. Para cuantificar la labor de Plaza de Armas se han utilizado las estadísticas internas que ofrece el servidor de Ivoox, estando algunos parámetros ajustados a la IAB (International Association of Broadcasting). IAB Podcast Ad Metrics Guidelines (VVAA, 2016).

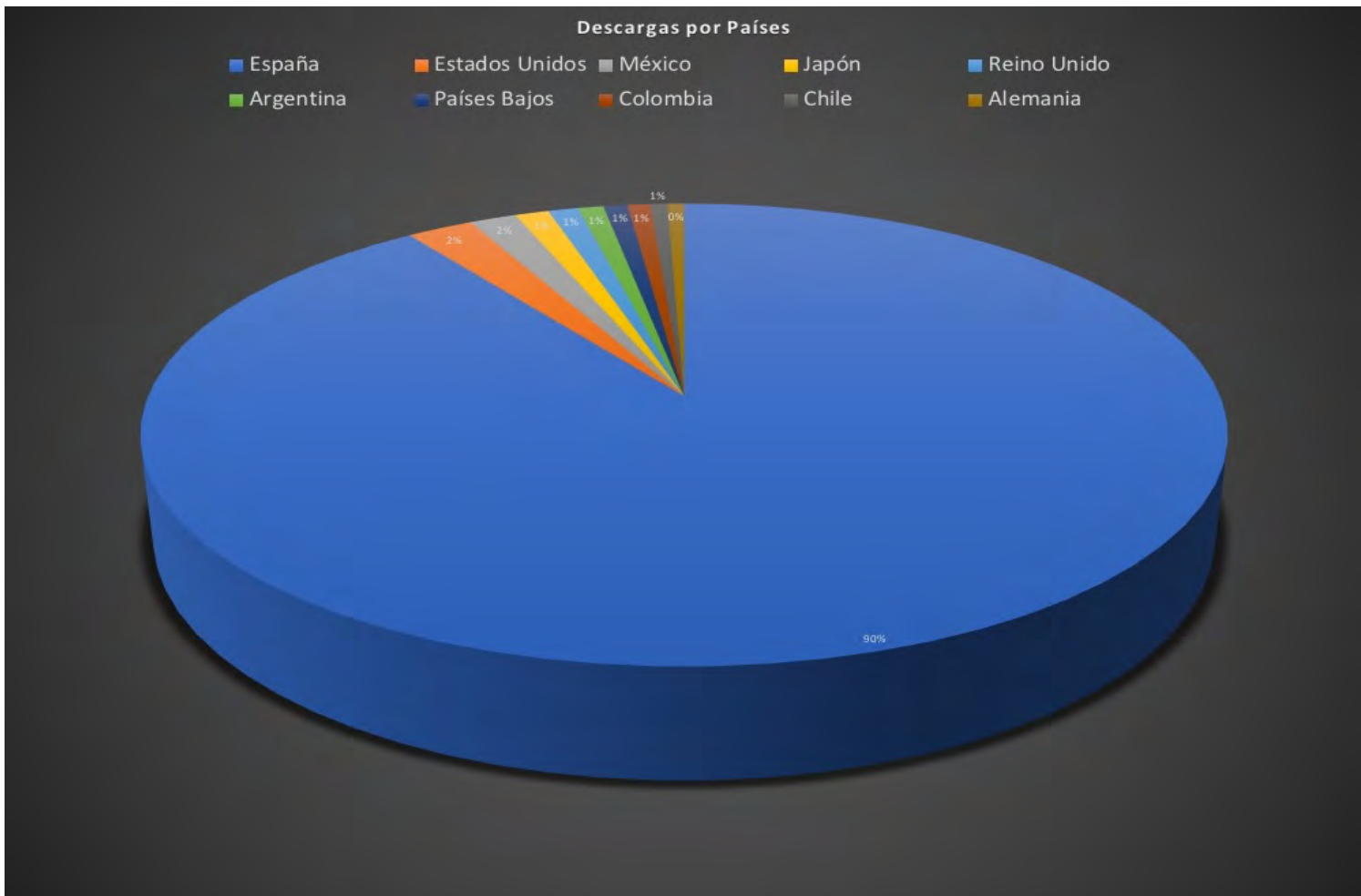


Fig. 2. Descargas por países.

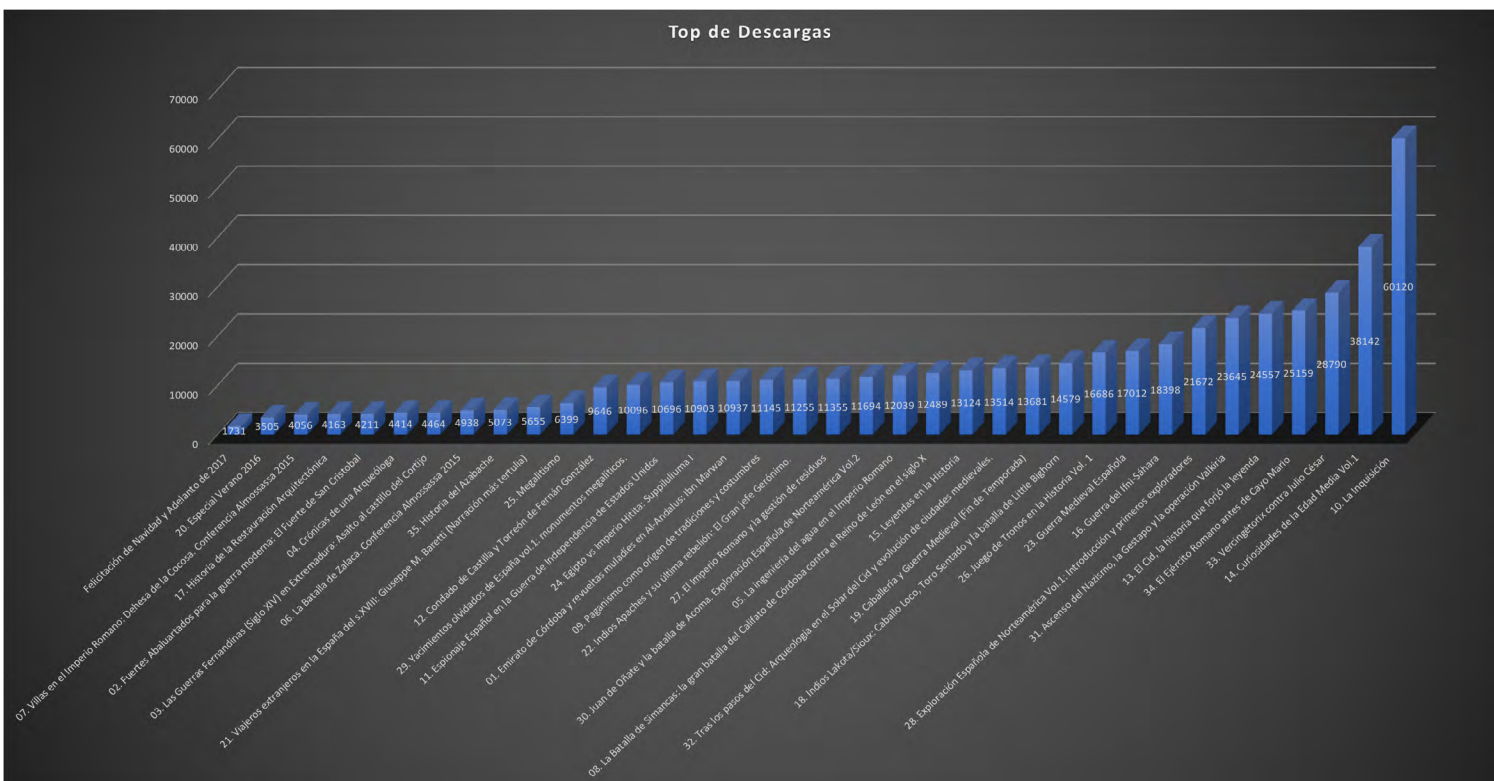


Fig. 3. Descargas totales por programa.



A modo ilustrativo en la figura 3 podemos ver las descargas y escuchas por temáticas y el top de los audios más descargados. Como pasa en todos los ámbitos, no todos los temas generan el mismo interés. Pero mientras que en los medios tradicionales esto supone que algunos temas, con público no masificado, queden relegados o directamente no sean abordados, en el mundo del *podcast* esta experiencia es totalmente diferente. Una actividad, por ejemplo una charla sobre un tema especializado en una ciudad concreta, que puede atraer un número muy reducido de público, con suerte varias decenas de personas, y que no genere interés mediático, en formato *podcast* puede alcanzar en tan solo unas horas miles de escuchas y descargas y varios miles más en las siguientes semanas, e incluso a nivel internacional.

A la hora de divulgar, las opciones más habituales son siempre las comunicaciones en foros especializados, simposios, charlas etc. El *podcast* va mucho más allá. Supone llevar, gracias a su dinamismo y plasticidad, los resultados de investigaciones, excavaciones, actuaciones en torno al patrimonio, proyectos etc. al gran público. Centrándonos en patrimonio propiamente dicho, como ejemplo, en nuestro canal más de un tercio de los programas están centrados en el patrimonio arqueológico o constructivo, con temas atractivos y universales y otros más locales y específicos. Todos ellos, con un número considerable de descargas. Algo impensable e inalcanzable en un foro tradicional como una charla, o incluso un congreso al uso. Y menos aún en medios tradicionales de comunicación, donde la atención de algunos temas, que para una comunidad pueden ser fundamentales, pueden generar tan solo unos minutos de atención y contenido; y no siempre con el enfoque correcto. En el *podcast* no tenemos límites ni de espacio, ni de tiempo, pudiendo dedicar el que creamos oportuno a una temática determinada. Bien es cierto que no es recomendable la creación de contenidos excesivamente largos, pero contradiciendo tópicos, como que el usuario de internet prefiere contenidos cortos, en el caso de “Plaza de Armas” hay episodios que superan las cinco horas de duración, que han sido ávidamente consumidos con excelentes críticas y en algunos casos con temáticas bastante especializadas.

Otra de las bondades del formato es que la edición de un *podcast amateur* es de bajo coste y el aprendizaje resulta relativamente sencillo, lo que facilita que gente sin una formación técnica excesiva pueda generar contenido de este tipo. En cuanto a la inversión necesaria, la generación de un *podcast* es en términos materiales relativamente barato. Tan solo necesitamos un equipo informático, un micrófono y el *software* a utilizar puede ser de código abierto, como es el caso de “Audacity”. La inversión en materiales depende, claro está, de la calidad técnica que queramos alcanzar. Para una calidad media, *amateur*, el coste económico es realmente anecdótico si tenemos en cuenta el retorno para nuestro proyecto, alcanzar a miles de personas que en formatos con mucha más inversión son inimaginables. En nuestros programas, donde procuramos contar con especialistas en los temas abordados, el tipo de interacción suele ser en persona o vía “skype” (o formato similar), siendo esta última opción la más utilizada, por su versatilidad a la hora de salvar los condicionantes geográficos, lo que nos permite también un ahorro de medios. Mientras Javi Cuenca, conductor y editor de los programas, usa para sus grabaciones un micrófono de cierta calidad, muchas veces los entrevistados utilizan el propio móvil o unos auriculares normales. Lo que, aunque a veces genera ciertos quebraderos de cabeza en la edición por la calidad del sonido, la mayor parte de las veces es más que suficiente para el objetivo buscado con los medios disponibles.



Fig. 4. Mesa de grabación de “Plaza de Armas”.

Otro de los puntos a favor del *podcast* es que ese retorno del que hablábamos no se mide solo en publicidad, visibilidad o alcance. Para nuestro proyecto se mide también en una red de contactos y una comunidad bastante activa que se crea en torno a nuestro trabajo. El vínculo entre comunicador y oyente puede llegar a ser bastante íntimo. Por experiencia propia, a pesar de que no siempre todo es perfecto, y la respuesta a algunos fallos en cuanto a la calidad técnica, o incluso de la mano de opiniones discordantes, pueda ser algún comentario negativo; la mayoría de las aportaciones de los oyentes son comentarios altamente positivos o con críticas constructivas, que generan debate y que aportan incluso propuestas y colaboraciones, lo cual es de enorme interés para el tema que abordamos, abriendo un mundo de posibilidades en la interrelación con otras comunidades o proyectos. Otra de las bazas fundamentales del formato de cara a promocionar nuestro proyecto o actividades es la permanencia en el tiempo. Un *podcast* grabado en 2018 puede estar *a priori* disponible “100 años”.

Siguiendo con las bondades y posibilidades de este formato, otra de sus características es que es totalmente compatible con otros. Es decir, si usamos un formato de divulgación científica al uso, como es el caso de conferencias, charlas, congresos etc., las aportaciones que se hagan, o parte de ellas, no serán efímeras. Frente a otros formatos como puede ser el video, el formato sonoro del *podcast* es más versátil y requiere de menos esfuerzo y dedicación por parte del consumidor de contenido. Por otro lado, la combinación de varios formatos en un mismo proyecto también puede ser de enorme interés. En nuestro caso nosotros optamos por diversificar nuestra actividad divulgadora en torno al *podcast*, con la participación en foros al uso, publicaciones de carácter científico y la creación de otros formatos audiovisuales, teniendo en la actualidad varios documentales en fase de producción.



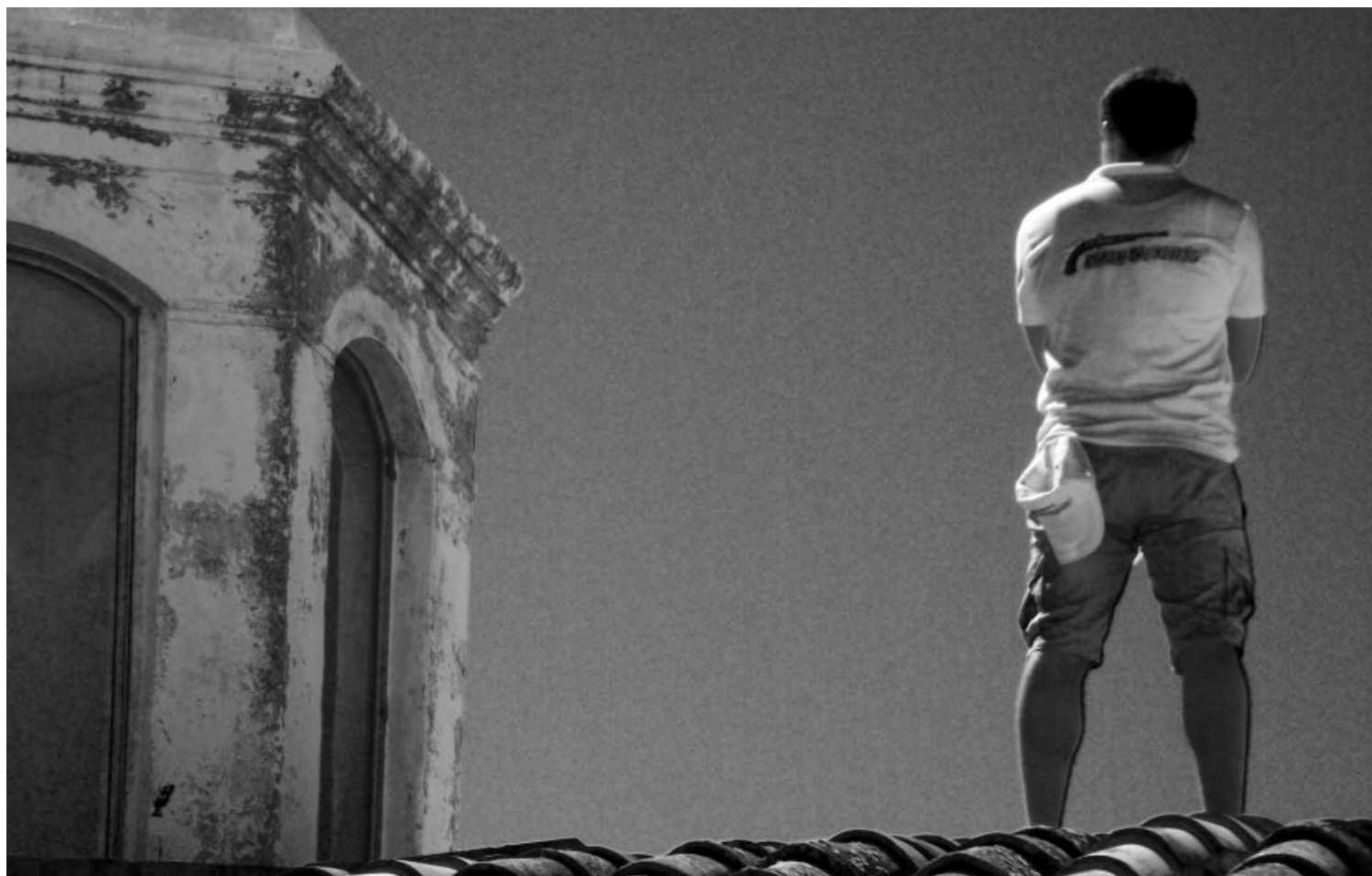


Fig. 5. Miembros del equipo de Plaza de Armas durante la fase de grabación de un documental en Badajoz (España).

Por último, si el interés es más ambicioso, el paso del mundo *amateur* al profesional también puede ser una opción, ya explorada por diversos *podcasters*. El *podcast* ha evolucionado en dos direcciones, el uso *amateur* o independiente y el profesional o lucrativo. Entre los primeros se encuentra, como ya hemos comentado, el ámbito educacional y cultural, siendo en muchas ocasiones las universidades las más prolíficas en este sentido, aunque muchas veces destinado a un público muy concreto. En los últimos años, incluso algunos autores se refieren al *podcast* como un nuevo modelo de mercado. Bonini (2015) habla de una nueva era del *podcasting* surgida en Estados Unidos en 2012, momento en que algunos de los más famosos *podcast* de la radio pública estadounidense deciden independizarse y financiarse exclusivamente mediante plataformas de micromecenazgo, publicidad y patrocinios etc., unos modelos económicos ya planteados por diversos autores cuando iniciaba el fenómeno del *podcasting*, que ahora se hacen realidad, como ya hemos apuntado en algunos ejemplos anteriormente. En su trabajo concluye que el *podcast* debería ser analizado como un medio digital de masas en sí mismo, capaz de crear nuevos mercados y modelos de negocio, también dentro del mundo de la cultura. Aunque esta tendencia se da más en países como Estados Unidos, genera para muchos *podcasters* amplios beneficios y es una tendencia cada vez más abundante en otros países como España o Italia, fundamentalmente por profesionales reconocidos, de los medios de comunicación tradicional, que financian sus programas a través de sus oyentes (FERNÁNDEZ SANDE, 2015). Aunque este no es el caso de Plaza de Armas actualmente, las cifras del canal mencionadas anteriormente indican las posibilidades de la profesionalización del medio enfocado al mundo cultural para un *podcast* con contenidos culturales con una dedicación, producción y cadencias adecuadas.



## CONCLUSIONES

Como hemos visto a lo largo de estas páginas, el fenómeno del *podcasting* ha supuesto un revulsivo importante en la democratización del acceso a la información de forma universal en todo el sentido de la palabra. Un formato que crece ajeno a límites geográficos y temporales, donde los consumidores del contenido pueden ser a la vez generadores del mismo. Su utilidad como herramienta didáctica y educativa está fuera de toda duda y ha sido explorada desde sus inicios, pero muy limitada al ámbito educativo y destinada a un público muy determinado. La mayor parte de los estudios realizados en el análisis y alcance de este fenómeno los podemos encontrar en periódicos, blogs o revistas tecnológicas o foros educativos. Aunque como ya adelantábamos en páginas anteriores, a pesar de los intentos, hoy por hoy no es fácil cuantificar el número real de usuarios a nivel mundial y el verdadero alcance de un formato en constante crecimiento.

En el ámbito que nos ocupa, queda claro que el *podcast* con temática científica, histórica y patrimonial en general es capaz de generar un público fiel, que crea debate en torno a las temáticas ofrecidas y valora la seriedad en el tratamiento de los temas con la participación de especialistas. Para el ámbito que nos ocupa, el *podcast* puede ser el medio perfecto para que los propios interesados hagan sus proyectos visibles de forma universal, de manera que sea el aliado perfecto contra la tendencia urbano-centrista en cuanto a la protección del patrimonio, siendo posiblemente el canal de difusión más versátil para cualquier proyecto autogestionado en lugares *a priori* fuera del interés de las administraciones, más tradicionalmente centrados en las necesidades urbanas. Como formato proporciona un canal de comunicación sencillo y estimulante para conectar el mundo académico con la ciudadanía siendo capaz de fomentar la cooperación en la creación de un espacio común y participativo, con un formato sencillo de difusión universal. El *podcast*, de la mano la creación de canales para la difusión de proyectos propios, puede hacer partícipe a los ciudadanos fomentando la participación y el compromiso en acciones por el bien común siendo el aliado perfecto como medio educativo y divulgativo en comunidades con escasos recursos y medios limitados, gracias a su accesibilidad, sencillez y bajo coste.

El *podcast* es el medio ideal, con el enfoque adecuado, para atraer al gran público hacia contenidos de temática específica abriendo puertas a sinergias colaborativas de carácter universal. Es en definitiva una herramienta que permite romper barreras llevando la información a todas partes, pudiendo convertirse en el foro perfecto para aglutinar a diversos colectivos y sectores, educativo, científico, administrativo, ciudadano etc., en la gestión de un proyecto comunitario con proyección universal.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Blanco Hernández, M. (2013).**

Evolución del conocimiento y consumo de *podcasts* en España e Iberoamérica, en *Trípodos*, 33. Barcelona:53-72.

**Blanco Ruíz, S. (2006).**

El *podcast*: situación actual en el mundo hispano hablante, en *XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación*:1931-1944.

<http://www.researchgate.net/publication/228460582>

[Consultado 6-07-2018]

**Bonini, T. (2015).**

La segunda era del *Podcasting*: el *podcasting* como nuevo medio de comunicación de masas digital, en *Quaderns del CAC*, Vol. XVIII:23-33.

**Cebrián Herreros, M. (2007).**

Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad. Fragua. Madrid.

**Checa García, F. (2013).**

El uso de *podcast* y wikis como herramientas de generación y gestión de conocimiento, en *Nómadas. Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 40 (4).

[http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18153270007\\_2](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18153270007_2)

[Consultado 15-07-2018]

**Fernández Sande, M. (2015).**

Radio Ambulante: Narrative Radio Journalism in the Age of Crowdfunding, en T. Bonini y B. Monclús (Eds), *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*. Routledge, Londres:176-194.

**Gallego Pérez, I.**

**(2012).**

La distribución de contenidos de audio. Relaciones entre *podcasting*, radio y movilidad, en *Telos. Revista de pensamiento, Sociedad y tecnología*, 92:127-135.

<https://telos.fundaciontelefonica.com>

[Consultado 15-07-2018]

**(2010).**

*Podcast*. Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros. UOC, Barcelona.

**Gallini, S. y Noiret, S. (2011).**

La historia digital en la era de la web 2.0. Introducción al dossier Historia digital, en *Historia Crítica*, 43. Colombia:16-37.

<http://www.redalyc.org/html/811/81122475003/>

[Consultado 21-05-2018]

**Gelado, J. A. (2007).**

Cómo producir un *podcast*, en Rojas Orduña, O. (Coord.), *Web 2.0. ESIC*. Madrid:159-234.

**Gómez, O. (2002).**

La divulgación científica en el medio radiofónico: algunos apuntes, en *Mediatika*, 8:59-68.

**González Conde, M. J. y Salgado Santamaría, C. (2012).**

Los *podcasting*, distribuidores automatizados de contenidos sonoros, orígenes, práctica y significado radiofónico, en *TecComStudies: Estudios de Tecnología y Comunicación*, 4:416-424.

<http://www.teccomstudies.com/articulos/category/4-revista-4>

[Consultado 15-06-2018]

**Lara González, A. y Del Campo Cañizares, E. (2018).**

El *podcast* como medio de divulgación científica y su capacidad para conectar con la audiencia, en *Revista Mediterránea de Comunicación*:347-359.

**Ribes i Guardía, F. X. (2001).**

Las emisoras de radio del estado español en internet: las bitcasters, Barcelona.

<https://www.tdx.cat>

[Consultado 16-07-2018]

**Salvatori, E. (2009).**

Hardcorehistory: ovvero la storia in podcast", en *Memoria e Ricerca*, 30:171-187.

<https://www.researchgate.net/publication/279660276>

[20-07-2018]

**Segura Anaya, A. (2014).**

Divulgación científica en las radios universitarias españolas, en *Edmetic. Revista de Educación Mediática y TIC*:44-60.

**Sellas Güell, A.**

**(2012).**

Repositorios sonoros y recomendación de contenidos, en *El profesional de la información*, Vol. 21, 2:206-209.

**(2009).**

La voz de la web 2.0. Análisis del contexto, retos y oportunidades del *podcasting* en el marco de la comunicación sonora, UIC-Barcelona.

<https://www.tdx.cat/handle/10803/9351>

[Consultado 15-07-2018]

**Solano Fernández, I. M. y Sánchez Vera, M. del M. (2010).**

Aprendiendo en cualquier lugar: El *podcast* educativo, en *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 36:125-139.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36815128010>

[Consultado 15-07-2018]

**VVAA. (2016).**

IAB Podcast Ad Metrics Guidelines.

[https://iabtechlab.com/wp-content/uploads/2016/07/Podcast-Metrics\\_September\\_2016.pdf](https://iabtechlab.com/wp-content/uploads/2016/07/Podcast-Metrics_September_2016.pdf)

[Consultado 15-07-2018]





# LA DESCOMUNAL

revista iberoamericana de patrimonio y comunidad



Muchas gracias por tu lectura. Te esperamos en el próximo número.

