

***LA GENERACIÓN DE CRISTAL: UNA AUDIONOVELA DE
INTERÉS JUVENIL EN TIEMPOS DE TRANSMEDIA***

Santiago Alvarez Martinez

Trabajo de Grado para optar por el título de Comunicador Social con Énfasis en Radio

Asesor de tesis

Andrés López Giraldo



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

Facultad de Comunicación
y Lenguaje
Carrera de Comunicación Social

Bogotá, año 2021

ARTÍCULO 23 DEL REGLAMENTO DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

ARTÍCULO 23: “La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

Agradecimientos:

Esta tesis va dedicada a:

- La familia Álvarez Martínez, mis padres y mi hermana, por creer en mí desde el principio, por darme alas, por formarme en un ser íntegro, y por ayudarme a cerrar este capítulo de mi vida.

Los amo y los amaré siempre, con cada fibra de mi ser.

- A mis compañeros y profesores de la carrera de Comunicación Social, en especial a cuatro profesores dentro del campo de Producción Radiofónica:

Juan Carlos Valencia, por ayudarme a darle forma a este proyecto.

Miguel Andrés Carvajal, por creer en mis capacidades y por nunca haber dejado de apoyarme a lo largo de mi carrera.

Alvaro Nuñez Zuñiga, por haberme retado a ser un mejor comunicador e impulsado a hacer de la radio y del mundo sonoro mi pasión.

Y a Andrés López Forero, por haberme guiado con franqueza y honestidad a lo largo de este último tramo de la carrera, y por darme las bases para llevar este proyecto a lugares más allá de los confines de la academia.

Les estaré eternamente agradecido por todo lo que hicieron por mí los últimos cinco años, y espero que la vida me permita poder agradecerles de frente muy pronto.

- Al equipo de Radiando y Variando, por haberme abierto las puertas al mundo de la radio y la comunicación, y por haberme dado el entusiasmo y la motivación para seguir soñando en grande.

Con ustedes, hallé mi rumbo profesional, y gracias a ustedes, puedo decir que me enamoré de las historias que se pueden contar a través del sonido.

Muchas gracias, damas hermosas y caballeros ilustres. Los llevo en mi corazón, ahora y siempre.

- To the Class of 2016 from Colegio Nueva Granada, for accompanying me for nine years of my life, and for inspiring what this final project has become.

Especially you, Zuleta. Thanks to you, this story is a reality. I will always be grateful to you, for trusting me, and for being my unconditional friend.

Bogotá, 12 de noviembre de 2021

Señora:

Marisol Cano Busquets

Decana de la Facultad de Comunicación y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Estimada Decana,

Por este medio, le presento mi trabajo de grado titulado “LA GENERACIÓN DE CRISTAL: UNA AUDIONOVELA DE INTERÉS JUVENIL EN TIEMPOS DE TRANSMEDIA”; una audionovela de tres capítulos producida luego de un extenso trabajo de recopilación documental, cuya historia busca resaltar ciertas características de mi generación, todo esto en aras de promover espacios de narración sonora y reflexión. Todo esto fue hecho con el fin de optar por el título de Comunicador Social con énfasis en Radio.

Espero que este trabajo sea de su total agrado e interés. En él, está reflejado el conocimiento y aprendizaje que he adquirido durante estos cinco años de carrera. Esta audionovela es producto de una fuerte inmersión en el tema; una investigación extensa sobre cuestiones psicológicas y sociales de la generación de cristal; un trabajo de edición y montaje altamente detallado y un honesto esfuerzo para plasmar un trabajo con altos estándares de calidad.

Dicho proceso fue llevado a cabo con el fin de dejar en alto el nombre de un estudiante digno de la Pontificia Universidad Javeriana.

Cordialmente,



Santiago Álvarez Martínez

Estudiante de Comunicación Social

C.C. 1.018.501.156

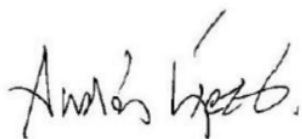
Bogotá, noviembre 16 de 2021

Respetada
Marisol Cano
Decana
Facultad de Comunicación y Lenguaje,

Es para mí muy grato presentarle el trabajo “La generación de cristal: una audionovela de interés juvenil en tiempos de transmedia”, del estudiante Santiago Álvarez Martínez, un relato vivaz construido a partir de una investigación juiciosa con los protagonistas de la llamada “generación de cristal” y expertos que permitieron la creación de una interesante serie podcast que da buena cuenta de este grupo de jóvenes y sus particulares características, para optar por el título de Comunicador Social con énfasis en producción radiofónica.

Después de haber sido tutor del estudiante en su proceso, puedo afirmar que este trabajo se destaca por su calidad y dedicación y aporta al conocimiento de los jóvenes y su cultura.

Cordialmente,



Andrés López Giraldo
Profesor hora cátedra

Índice

Capítulo 1: Introducción.....	8
Capítulo 1.1: Justificación.....	8
Capítulo 1.2: Objetivos.....	9
Capítulo 2: La generación de cristal, un fenómeno "social".....	12
Capítulo 2.1: El uso de elementos sonoros para la narración social.....	14
Capítulo 3: Problemáticas de los jóvenes urbanos bogotanos.....	17
Capítulo 3.1: Perspectivas psicológicas al respecto.....	20
Capítulo 3.2: Metodología de investigación cualitativa.....	24
Capítulo 3.2.1: Problema de la investigación.....	29
Capítulo 3.2.2: Ficha técnica de la encuesta.....	30
Capítulo 3.3: Resultados de encuestas y entrevistas a jóvenes.....	32
Capítulo 4: Contar historias a través de la voz y el sonido en un mundo audiovisual.....	34
Capítulo 4.1: Estado del arte.....	36
Capítulo 4.2: Perspectivas sobre creadores de contenido sonoro.....	44
Capítulo 5: La audionovela, un formato híbrido de narración.....	47
Capítulo 5.1: Diferencia entre las radionovelas de antaño y los formatos actuales....	48

Capítulo 5.2: Contenido transmedia.....	50
Capítulo 6: La generación de cristal, una audionovela.....	51
Capítulo 6.1: Narrativas transmedia en la presentación de la audionovela.....	53
Capítulo 7: Conclusiones Finales.....	54
Capítulo 7.1: Bibliografía completa.....	57

Capítulo 1: Introducción

Las historias que se cuentan hoy en día se presentan a través de canales audiovisuales, utilizando recursos de ambos lados para cautivar el sentido que para muchas culturas es el más importante: la vista (Criado, 2015). Aún así, los otros sentidos se prestan para nuevas formas de expresión, a su vez que consiguen llevar la relación que se crea entre el consumidor de una historia y la historia en sí a un nivel mayor de intimidad. Esto se debe a que estas historias van a ser consumidas por un público autónomo, gente que busca estímulos diferentes para poder consumir experiencias, sean reales o ficticias. Podría argumentarse que existen productos audiovisuales que combinan uno o más sentidos para darle mayor impacto a sus historias; un ejemplo son las películas, ya que usan el recurso fílmico y el sonoro para crear escenarios que sean verosímiles a la vista y palpables al oído.

No obstante, es precisamente en este sentido en el que me gustaría centrarme en este proyecto; el oído. A través de nuestras orejas, nosotros percibimos el mundo que se encuentra a nuestro alrededor, y le otorgamos forma y tamaño a objetos que ni siquiera vemos aún. Además, las historias se pasaban de generación en generación por vía oral, y la escucha activa era primordial para lograr captar detalles importantes y transmitirlos cuando la historia se volviera a contar. Ese tipo de historias se fue transformando al pasar por distintos tipos de adaptaciones, y las radionovelas fueron ese vehículo que consiguió masificar el alcance que estas historias podrían tener, antes de la llegada de la televisión actual. En esencia, este proyecto busca evocar ese sentimiento que las radionovelas generaban a través de la creación de una historia sonora que captive a las generaciones actuales al utilizar los medios que ellas usan para consumir contenido.

1.1: Justificación

Este proyecto de grado se centra en la creación de una audionovela original; un producto sonoro que tenga el espíritu de las radionovelas de antaño pero que lidie con temáticas más actuales. Dentro del devenir de este documento, se utilizará el término "audionovela" en lugar de "radionovela" de forma explícita, debido a que el fenómeno narrativo que se quiere analizar traspasa las fronteras de la radio tradicional. Eso sí, no se busca negar la pertinencia de las radionovelas de antaño, más bien se les utilizará como un contrapunto hacia las narrativas sonoras actuales.

Esencialmente, más allá de lidiar con la creatividad del productor en la creación de espacios sonoros verosímiles, esta audionovela intentará responder a la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué características debe tener una audionovela contundente para que un público juvenil la consuma orgánicamente?

Para lograrlo, se realizaron una serie de encuestas, dirigidas a jóvenes de entre 18 y 25 años, preguntándoles sobre aquello que les gusta ver en televisión, el tipo de música que les gusta escuchar, y lo que les gusta consumir en la radio y en formatos sonoros actuales (podcasts). Además de eso, se hizo una minería de datos con respecto a temas importantes tratados por los jóvenes en las redes sociales de *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*. Incluso se buscaron datos en redes como *Spotify* y *YouTube*, ya que las tendencias musicales y audiovisuales de ambas plataformas tratan contenido con mucho potencial para ser transmediático. Parafraseando a Carlos Scolari, las narrativas transmedia no abarcan meramente la adaptación de una historia de un formato a otro. Más bien, se refieren a una deliberada expansión del universo de dicho relato, hilándolo de forma continua a través de la narración en diferentes medios y lenguajes (Scolari, p 21, 2017).

Por lo tanto, después de haber recopilado toda esta información, se procedió a crear los guiones de los tres capítulos que se buscó que tuviera la audionovela, y a producirlos. El paso a seguir fue publicarlos en las plataformas sonoras de mayor alcance, como *Spotify*, *Apple Podcasts*, *Soundcloud*, etc. Esto se haría a través del servicio de *Anchor*, para que la difusión sea automática. Así tendría extensión y una mayor posibilidad de recordación por parte de su público.

Pero entonces, surge una interrogante; ¿Por qué hay que producir una audionovela cuando la producción audiovisual comercial predomina en la cultura popular? La respuesta puede parecer obvia; porque es más rentable hacer televisión. Aún así, en la experiencia de este autor, un formato como el de un podcast permite que exista una mayor conexión con el público, ya que los oyentes escucharán el podcast porque quieren, no porque se les pidió.

Según el texto *¿Veo cuando oigo? Recursos sonoros para estimular la creación de imágenes mentales en el oyente*, de la profesora Emma Roderó, la clave para que un producto sonoro

tenga éxito (refiriéndose específicamente a la radio) yace en la habilidad de estos para estimular la imaginación del oyente. Esto se debe a que la radio, como medio de comunicación, "puede ser considerado tan visual o más como la propia televisión, ya que potencialmente induce en el oyente una mayor generación de imágenes mentales propias [...] (Rodero, 2011, p 2)". Esta autora también destaca la viabilidad de los radiodramas como objetos destacables en la investigación de la creación de imágenes mentales, ya que su estructura no recae demasiado en la narración, sino en el desarrollo de un drama,

[...] en una historia de ficción, la estructura expositiva que en mayor medida estimula la creación de imágenes mentales es la dramática (a través de la acción de los personajes) frente a la narrativa (utilizando la figura del narrador). En definitiva, el componente ficcional de los radio dramas los convierte en potenciales estimuladores de la imaginación porque su sustancia misma es de carácter expresivo-imaginativo [...] Por tanto, representan un formato idóneo para analizar el proceso de creación de imágenes mentales por parte del oyente (Rodero, 2011, p 4).

Además, como las audionovelas (normalmente) son un producto de ficción, existe el reto de crear una historia que sea atrayente para adultos jóvenes de forma natural. Una audionovela permitiría explorar facetas de la imaginación que sólo se conocen a través del oído; una historia que pueda hablarle a las personas jóvenes y les permita empatizar con personajes que se conozcan sólo a través de la voz. Encontrar las características que permitan que estos personajes sean humanos y no caricaturas, permitiría crear una historia que valga la pena escucharse, y en momentos tan tensionantes como los de ahora, una historia así me permitiría brindarles una sonrisa a los jóvenes de edades similares, pero que son muy diferentes al creador de esta audionovela. Eso sí, existe un factor del lenguaje sonoro que puede permitir crear una mayor solidez en la historia que se quiere contar: el uso de planos sonoros.

Como los cambios en los planos sonoros introducen variación continua en el estímulo, gracias a las sucesivas acciones de la historia, frente a la novedad puntual de los efectos de sonido, se produce una estabilidad de la atención y, sobre todo, una mayor concentración, que refleja ese mayor esfuerzo. Esto implica, en último término, un mayor grado de actividad cognitiva y de asignación de recursos controlados a los procesos de almacenamiento y recuperación de la información en la memoria de trabajo [...] La utilización de los planos sonoros en un mensaje radiofónico, al construir espacialmente de manera más completa y realista las escenas, fomenta en mayor medida la representación de la imagen en la mente de los oyentes, por lo que se convierte en un recurso radiofónico esencial para imaginar la historia, que deberían tener en cuenta los productores de radio (Rodero, 2011, p 6).

Los planos sonoros son la representación sonora de un espacio concreto; al combinarse con la voz, la música, el silencio y los efectos de sonido correctos, estos permiten contar una historia de manera bastante efectiva. Así mismo, el mundo se mueve a través de las historias que contamos, como reflejo de nuestras realidades. Conforme pasan los años, las historias siguen relatándose de boca en boca, pero algo está claro; la expresión “boca en boca” se queda corta cuando intentamos caracterizar la infinidad de posibilidades que existen hoy en día para plasmar dichos relatos. La tecnología ha posibilitado que las historias sobrepasen aquellas barreras generacionales que dificultan la comprensión de los mensajes y valores transmitidos por estas narraciones, además de que surgen historias nuevas para contarse. Tal es el caso para los jóvenes adultos, cuyas contrastantes realidades dan paso a que surjan modalidades innovadoras para transmitir conocimientos, sentimientos y sobre todo, vivencias. Aún así, las generaciones de personas mayores, aquellos que están rigiendo el devenir del mundo, ven con ojos decepcionados las actitudes de sus descendientes más jóvenes; critican mucho su aparente falta de experiencia, de proactividad, de resiliencia, entre muchos otros comportamientos discordantes.

Este proyecto busca crear un relato sonoro (específicamente un audiodrama) en formato transmedia. Esta narrativa irá más allá del relato sonoro; procurará expandir el argumento de cada episodio y englobar aquellas realidades, problemas y tribulaciones que competen a las generaciones más jóvenes. Por lo tanto, para entender de dónde surgen esas historias, es importante comprender las observaciones que se les ha hecho a estas personas por parte de sus compañeros de generaciones anteriores. En síntesis, este proyecto fue hecho para que historias de toda índole puedan seguirse contando de oreja a oreja, y ojalá pueda inspirar a alguien más a contar su historia a través de este medio.

1.2: Objetivos

Objetivo General: Producir una audionovela que explore dimensiones creativas novedosas y trate temas relevantes para las generaciones actuales de jóvenes adultos en Colombia.

Objetivos Específicos (Particulares):

- Comprender los principales conflictos que afectan a los jóvenes colombianos ciudadanos desde sus vivencias y opiniones, con el foco en la idiosincrasia colombiana.
- Explorar el arsenal creativo actual para la producción de una audionovela contemporánea.
- Relatar una historia relevante que se mantenga vigente en años venideros.
- Diseñar un producto sonoro de alta calidad estética cuya historia sea viable para contarse en formatos transmedia.

Capítulo 2: La generación de cristal, un fenómeno "social" y "narrativo"

La filósofa española Monserrat Nebrera acuñó un término para referirse a la generación de jóvenes adultos que están empezando a salir a la realidad: la generación de cristal. Ella describe a ésta como “...la generación de cristal que se fragua en nuestros días a golpe de irresponsabilidad, de corazón de hielo y de indolencia ante el futuro, envuelta en nuevas tecnologías y empachada de formación...” (Nebrera, 2012). Dicho planteamiento fue hecho en VozPopuli, un periódico de opinión español, pero aún así, fue lo suficientemente fuerte para mostrar los variados puntos de vista que han surgido antes y después del argumento de Nebrera. Dicho acontecimiento demuestra que la comprensión de esta ‘generación de cristal’ es imperativa para muchos intelectuales, en especial por aquellos que buscan moldear a esta generación para afrontar la cruda realidad de vivir en un mundo como el nuestro.

Por su parte, el doctor en Filosofía José Luis Córdova, expresa que la generación de cristal puede ser educada de mejores formas que a través de la crítica constructiva (un hecho que, irónicamente, afecta en demasía a los jóvenes). Dichas formas son numeradas desde el ámbito de la reflexión, las vivencias de los padres, el diálogo abierto, el concepto de unidad, la epoché (suspensión de juicios sobre la juventud por parte de las generaciones anteriores), la resiliencia, el optimismo, la fortaleza, la perseverancia y la formación del carácter de los jóvenes (Córdova, 2016). Aun así, al principio de su texto *Educando a la generación de cristal*, plantea su razonamiento sobre las características más aparentes de esta generación: "... su fragilidad, su vulnerabilidad y su poca tolerancia a la frustración y al fracaso. Tal parece una generación de cristal (Córdova, p 1, 2016)." Desde este punto de vista, Córdova solventa ambos lados del argumento sobre la generación de cristal, y los expresa con aras de incentivar un cambio en la perspectiva sobre dicha generación.

Eso sí, la generación de cristal es sólo un término para abarcar el amplio espectro de generaciones jóvenes, tales como los *millennials*, los *centennials*, etc. En su trabajo de posgrado, la investigadora paraguaya Juana Domínguez De Mora enmarca a la generación de cristal como aquella donde sus individuos nacieron entre los años 1995 y 2000, y destaca sus aspectos positivos y negativos, desde los desafíos que buscan enfrentar en el futuro, sus aspiraciones personales y sus compromisos (De Mora, 2021, p 10). Entre esos elementos, De Mora enfatiza que esta generación nació en el auge de la tecnología, desarrollando una alta sensibilidad ante los contenidos digitales pero "a pesar de su buena escolaridad y de haber vivido, todavía jóvenes, magníficas oportunidades sociales y culturales anticipándose a grandes expectativas profesionales, tienen una frágil salud emocional (De Mora, 2021, p 2)". Así mismo, el periódico argentino Clarín aclara este punto en su artículo *Las tres etapas de la generación Z o 'cristal': los maestros de la virtualidad*. En él, se argumenta sobre las distintas etapas de desarrollo de los *centennials* con respecto a su fragilidad frente a lo siguiente: la exposición a las pantallas desde bebés, el bombardeo de material digital de índole didáctica y lúdica al crecer, y la creación de facetas diferentes de su personalidad dependiendo de los portales a los que accedan en la adolescencia (Clarín, 2020).

Por su parte, el autor Yamith José Fandiño Parra no usa los términos *millennial* o *centennial* específicamente, pero en su texto *Los jóvenes hoy: enfoques, problemáticas y retos*, expresa los problemas que jóvenes que forman parte de estas generaciones afrontan, específicamente en el contexto latinoamericano. Este análisis abarca mucho más que los preconceptos

estereotípicos de la “juventud”, y se cierne dentro de perspectivas epistemológicas de múltiple índole, para llegar a una conclusión contundente:

Poder ver más allá de las maneras de hablar y las formas de comportarse de los jóvenes implica entender qué los define, conocer perspectivas a través de las cuales dimensionarlos y resignificar las problemáticas y los retos que los rodean. Sin importar el enfoque, la definición de juventud no se debe restringir a una etapa de desarrollo físico, cognitivo o social, o a un posicionamiento histórico y cultural [...] A la pregunta, ¿qué pasa con los jóvenes hoy?, la respuesta no puede ser una fría descripción de sus características ni un minucioso análisis de sus problemas. Más bien, debe ser una reflexión sobre cómo fortalecer y ampliar su poder y toma de decisiones en y sobre situaciones y procesos que lo constituyen y/o configuran (Fandiño, p 12, 2011).

Además, Fandiño, citando a Carles Feixa (2006), acuña otro término para la generación de jóvenes en cuestión: la generación R (*Red*), aquella que alcanza la mayoría de edad en el apogeo de las TIC, y vive los cambios socioculturales que éstas causan. Estos nativos digitales conviven dentro de un mundo globalizado e interconectado, a la vez que “...su tiempo se virtualiza al poder vivir en un continuo de microrrelatos y microculturas (Fandiño, citando a Feixa, 2000, p 1, 2011)”. Por lo tanto, es factible asumir que Fandiño representa una perspectiva más positiva ante los jóvenes, y comprende el amplio espectro que encapsula el consumo de historias por parte de los jóvenes. No es de extrañar, entonces, que esos microrrelatos sean contados a través de una multiplicidad de medios, entre ellos el sonoro.

2.1: El uso de elementos sonoros para la narración social

En su trabajo de maestría, *Producción de una ficción sonora, Zodiac el asesino del zodiaco*, la comunicadora española Natalia Franscisca Vieira relata el proceso de creación de una ficción sonora, y los retos que aquella labor implica:

El proceso de creación de una ficción sonora supone un reto a nivel creativo ya que es necesario aportar la continuidad necesaria para la realización de un audiorelato. En un formato audiovisual tenemos una imagen con la que enlazar un sonido, en un formato sonoro sólo disponemos de nuestra imaginación y la forma en la tratamos dicho sonido para que el espectador sea capaz de visualizarlo (Vieira, p 3, 2020).

Esta es la máxima prueba para cualquier historia a ser contada de forma sonora; crear el paisaje sonoro propicio para contarla, y dejar que el oyente le dé rienda suelta a su imaginación. Además, Vieira enfatiza bastante en la portabilidad que los medios digitales le han otorgado a estas narraciones, centrándose en el caso español con la plataforma Podium Podcasts. Esta plataforma no solo le ha brindado un alcance enorme a los relatos sonoros, sino que ha logrado encapsular muchos géneros de ficción sonora en varias categorías, haciendo posible su consumo y diferenciándolos de aquellos en su contraparte análoga: el cuento radiofónico, el relato radiofónico, la radionovela, el sketch, la representación radiofónica y el radioteatro (Vieira, p 9, 2020). Todas estas categorías comparten el sentimiento de cercanía que ocasiona el acto de escuchar una historia, y a su vez, de sentirla más allá de los oídos.

La profesora Isabel Arquero Blanco trata esta cuestión desde una perspectiva híbrida, donde distintos lenguajes convergen para recrear una puesta en escena a través de los elementos primigenios de los relatos sonoros; la voz, la música, los efectos y el silencio. En su artículo De vuelta a la ficción sonora, Arquero Blanco comienza reflexionando sobre el programa “Ficción Sonora”, de la Radio Nacional de España, donde una obra dramática se presenta a un público que

[...] presencia la fusión transparente de distintos lenguajes: escénico, radiofónico, cinematográfico. En este sentido, podríamos hablar de una representación multipantalla, aunque este término suela asociarse a otros dispositivos [...] En definitiva, Ficción Sonora fusiona los lenguajes del teatro, la radio y del cine ofreciendo la adaptación de una obra dramática que deja ver los elementos propios de cada registro (Arquero, pp 1-2, 2015)”.

Eso sí, no escatima en destacar que el desarrollo de estas obras debe contar con un elemento sonoro característico que cumpla el deber de enmarcar el ambiente donde los personajes están ubicados, y un apoyo constante en los textos del personaje para plasmar el sonido de la imagen y la imagen del sonido en su totalidad (Arquero, p 2, 2015).

El lenguaje sonoro requiere cierta reiteración y sabemos que los efectos de sonido deben ser claramente identificables. No debe haber duda de la fuente de donde proceden. Aunque la experiencia nos dice que los ruidos rara vez suenan como tendrían que hacerlo y que a menudo el sonido real es pobre. Así que la tarea a emprender consiste en apoyar el efecto sonoro con el texto, si es que éste no basta por sí solo, y en hacer uso de todas las convenciones que sirvan a nuestro propósito (Arquero, p 6, 2015).

Aún así, existe un contrapunto con respecto al uso del lenguaje sonoro para crear historias, específicamente por sus implicaciones desde el ámbito de la ficción. En este aspecto, los autores y realizadores sonoros Miguel Ángel Ortiz Sobrino y Federico Volpini Sisó, recalcan que la significación de las narraciones sonoras reside en la categorización específica que se les dé a las obras en cuestión. Así lo describen en su artículo, Realización, lenguaje y elecciones narrativas de radioteatro: tres aproximaciones a la creación de espacios sonoros en el tiempo:

[...]Es como si se pensase que "ficción sonora" suena, valga la redundancia, más moderno que radioteatro. Pero hay un inconveniente: "ficción sonora" no dice lo que es, no aporta información alguna sobre lo que ofrece. "Ficción sonora" no significa nada. Claro que la ficción podría producirse, se produce, sin sonido. Por momentos, o en toda su extensión, sobran ejemplos. Pero, con no menor frecuencia, son sonoras las ficciones del cine, del teatro. Todas son susceptibles de oírse. Se pronuncian palabras, hay efectos sonoros, música. Es preciso nombrar algo que difiere del cine, del teatro; no en la ficción, ni tampoco en el hecho de oírla, sino sólo en la ausencia de imagen más allá de la que el oyente crea en su cabeza, con su imaginación por medio del sonido: rostros, acciones, movimientos, escenarios, paisajes. Lo que no se oye, en el radioteatro (en la radio), en el audiodrama, en el universo audio, no existe. Eso es lo que distingue una cosa de otra. Importa, lo primero, el sujeto (radio, audio), sólo a continuación lo que allí pasa, la ficción (la novela, el teatro) (Ortiz y Volpini, p 17, 2017).

Desde este punto, el artículo ahonda en sus aproximaciones al relato sonoro usando tres obras sonoras distintas. Cada una de estas obras de radioteatro cuenta con sus respectivas percepciones y análisis descriptivos sobre los elementos que las componen, y ambos autores destacan generalidades entre las tres obras: la importancia del narrador (o falta de él/ella), el uso del lenguaje radiofónico para resaltar características imprescindibles del relato, la interpretación de los personajes por parte de los actores, el uso de la profundidad y de los planos sonoros al ambientar las escenas, el tratamiento del espacio-tiempo en el que transcurren las obras, la imposición de imágenes preestablecidas en la mente de los oyentes (usar voces famosas, como las de actores reconocidos), las narraciones paralelas que otorgan contexto y la traslación auditiva de un plano sonoro a otro (Ortiz y Volpini, pp 19-33, 2017).

Con este exhaustivo desglose de las características de la ficción sonora, Ortiz y Volpini concluyen que la importancia del radioteatro radica en su pertinencia como espacio de creación e innovación para las nuevas narrativas sonoras que surgen de él. Es así que se puede continuar

esparciendo, a través de las ondas, aquello que, cuando es suficientemente avanzado y desconocido (tecnológicamente hablando), es indistinguible de ella:

El radioteatro es magia. Cada vez son más las universidades, los colegios, que lo incluyen como materia en sus currículos. No hay, en la radio, género más rico, más lleno de posibilidades, más sugerente y, salvo el libro, no hay ámbito más adecuado que la radio para que en él viva la ficción. No hay propuesta que pueda comparársele, en donde la narración se disfrute desde dentro, en primera persona, se haga de quien la escucha. Más visual que la imagen. Y, al contrario que el libro, que permite pararse, releer, volver atrás; urgente como la vida misma. Pasa según se oye. Es la emoción servida en el momento [...] Tendrá, sí, que adaptarse a las nuevas audiencias. Un sonido envolvente, brillante, agilidad, combinación de ritmos, contenidos más breves. Pero el hechizo está ahí. Y surte efecto. El mismo para todos y diferente para cada persona; un mundo, una burbuja, es la ficción dramatizada en audio (Ortiz y Volpini, p 33, 2017).

Capítulo 3: Problemáticas de los jóvenes urbanos bogotanos

Hasta este punto, se han considerado varias teorías sobre los temas que le competen a la narración sonora y a las características intrínsecas de los jóvenes adultos. Lo que resta ahora es crear, a partir de las tribulaciones de los jóvenes y las herramientas de la ficción sonora, una historia que consiga conmover a los oyentes a partir de la verdadera cara de la generación de cristal, o más bien, de un tema bastante relevante para ésta:

¿Puede describirse verdaderamente la generación de cristal en un contexto tan cambiante como el colombiano? De ser así, ¿cómo puede dársele herramientas para compartir sus historias?

Originalmente, la pregunta de investigación de este proyecto buscaba responder al reto de incentivar el consumo orgánico y progresivo de una audionovela que lidiase con vivencias y peripecias compartidas dentro de la cotidianidad de los jóvenes ciudadanos bogotanos. No se está diciendo que la pregunta será modificada con la cuestión presentada arriba; solamente será aumentada y especificada por ella. Desde este nuevo cuestionamiento, nuevas problemáticas han sido sugeridas por parte de terceros, con la intención de que puedan ser expuestas en el formato de esta audionovela.

Una de las principales problemáticas que le conciernen a los jóvenes de la generación de cristal es la salud mental, específicamente en tiempos donde la cuarentena impuesta por la pandemia del COVID-19 ha dañado dinámicas sociales previamente no modificadas, hoy tan anheladas por los jóvenes. Esta problemática permitiría presentar una trama donde el aislamiento y las nuevas dinámicas de la vida familiar y la vida estudiantil chocan entre sí, y por lo tanto, retratarlas con lenguaje sonoro podría brindarles mayor cercanía y aceptación por parte de los jóvenes. Desde este punto, los elementos del lenguaje sonoro que sean más relevantes a esta problemática tienen la oportunidad de ser los vehículos que lleven a los protagonistas a lo largo del desarrollo de la trama. Estos elementos pueden ser los siguientes: el sonido de una cafetera (para simbolizar el letargo y la monotonía de cada día), el sonido del ventilador de una computadora (para representar el uso constante de estos dispositivos), la respiración agitada de personas haciendo ejercicio (para mostrar el aprovechamiento de los espacios de encierro), el sonido de las páginas de un libro (para indicar un poco de calma ante la adversidad), pero también la disfonía causada por otros elementos sonoros relevantes (padres discutiendo en casa, perros y gatos dando alaridos, música a volúmenes altos desde apartamentos vecinos, camas rechinando por actividades interpersonales entre parejas amorosas, y un largo etcétera). Por supuesto, se busca que el desarrollo de los capítulos de la audionovela que traten con esta delicada problemática cuente con el apoyo de expertos en el tema de la salud mental, además de la colaboración de personas cuyos testimonios sobre salud mental puedan proveer insumos argumentales para construir las historias dentro de cada capítulo.

Otra de las problemáticas que buscan ser expuestas en la audionovela es la identidad, una cuestión que los jóvenes buscan aclarar desde muchos ámbitos; la identidad de género, la identidad profesional, la identidad individual, por nombrar algunos. Una trama que puede construirse desde esta problemática puede ser una donde se relate un pequeño “camino del héroe”, donde un grupo de jóvenes comiencen a explorar nuevas dimensiones creativas que les permite reafirmarse como individuos, al igual que parte de una comunidad. Algunos elementos sonoros que pueden ayudar a ambientar este relato pueden ser los siguientes: personas cantando (canciones de protesta, reggaetón, pop, rock, rap), gritos de alegría y algarabía (emociones fuertes), banderas ondeando y cabaret por la noche (cuando se quiera referir específicamente a la comunidad LGBTIQ+), la canción de *Pomp and Circumstance* (para referirse a la graduación del bachillerato y el siguiente paso en dirección a una formación profesional) pero también el sonido de "canciones de plancha" mezclado con los sonidos de música alternativa (para mostrar la hibridación de símbolos culturales de generaciones diferentes en la construcción de una

identidad propia). Al igual que con la problemática anterior, el desarrollo de los capítulos alrededor de ésta buscan tener el apoyo de personas verdaderamente conocedoras de las tribulaciones de la identidad juvenil, desde psicólogos y líderes de opinión, hasta jóvenes de verdad.

De forma similar a la identidad, otra problemática que puede dar paso a múltiples espacios de desarrollo argumental es la identidad nacional. Sin querer confundirla con la perspectiva de identidad expuesta anteriormente, esta problemática en particular buscar abordar distintos conceptos que las personas jóvenes que viven en Colombia comprenden en variadas medidas: el nacionalismo, el hastío con el país, el incipiente o ínfimo concepto de nación colombiana que se puede tener (dependiendo en gran medida de a quién se le pregunte), la emigración hacia otros países en busca de un mejor futuro (el sueño americano y el sueño colombiano junto con otros factores), la polarización política (evitando a toda costa el proselitismo), el hecho de atribuirle a la suerte el éxito, el acto de medir la cantidad de éxito con la fama y la fortuna, el consumo de marcas (de tendencias, de comportamientos que confieren una falsa noción de estatus), entre muchas otras medidas. Desde esta problemática, muchos elementos sonoros pueden ambientar las tramas que surgen desde la identidad nacional: el sonido de un avión despegando (con respecto a la emigración), el sonido de jóvenes en medio de protestas sociales (intentando no cometer el error de exagerar los ambientes, para que el relato suene verosímil), el sonido de dos copas chocando (pueden ser copas de champaña, de whiskey, de cerveza, de botellas de vidrio, para simbolizar la alegría en las fiestas y parrandas comúnmente asociadas con Colombia), el sonido de vehículos en el tráfico (motores de carros, motos, buses, pedales de bicicleta, bocinas de autos, mujeres anunciando aguacates, hombres repartiendo helado y Vive100), entre muchos otros sonidos. En consecuencia, para lograr captar la esencia de dichos sonidos con la mayor fidelidad posible, se deberá hacer una captura en los ambientes donde los sonidos puedan encontrarse. De esta forma, la construcción de las tramas alrededor de la identidad nacional puede comenzar, a lo largo de los capítulos que traten con esta problemática (una problemática cínicamente referenciada en el libro *Acaba Colombia: Motivos para apagar e irnos*, del autor Santiago Rivas).

Para finalizar, una de las problemáticas que inciden con mayor firmeza en la cotidianidad de los jóvenes es el uso de las redes sociales. Éstas se han convertido en los nuevos canales de distribución de información y consumo de contenido por parte de los jóvenes, y en su caso específico, variadas dinámicas son generadas por las interacciones entre ellos en estas

plataformas. Estos sucesos dan cabida a que distintos elementos sonoros puedan manifestarse: el sonido del pájaro de *Twitter* (al hablar sobre los hilos que se vuelven virales y la nueva modalidad de tweets de voz), los sonidos de *Facebook* (me gusta, no me gusta, noticias falsas, cadenas que pasan hacia *WhatsApp*), los sonidos de Instagram (historias, en vivos, reels), los sonidos de *YouTube* (videos virales, video reacciones, publicidades) los sonidos de plataformas de videollamada (*Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, Discord, Skype, StreamYard*, entre otros) y sin olvidar la infinidad de contenidos sonoros de difusión masiva (stickers, memes, audios graciosos de *WhatsApp* y *TikTok*). Con el apoyo en estos elementos sonoros, múltiples tramas pueden surgir, aunque existe una alrededor de las redes sociales a la cual es preciso prestarle bastante atención, ya que no sólo es representada a través de los jóvenes, sino de muchas otras personas en Colombia: se trata de el arte y la cultura de la queja, donde el anonimato provisto por las redes sociales permite que facetas de la personalidad de sus usuarios surjan, y se manifiesten a través de insultos, debates, despotricadas y vituperios en contra de un suceso cotidiano, una persona o una institución.

Cabe aclarar que éstas problemáticas solamente representan grupos generales de muchos sucesos y tribulaciones que afectan a los jóvenes de la generación de cristal, y por lo tanto, son de suma importancia para seguir investigando sobre la infinidad de relatos que pueden surgir desde las vivencias de los jóvenes adultos.

3.1: Perspectivas psicológicas al respecto

Durante la realización del trabajo de campo de este proyecto de grado, se llevaron a cabo varias entrevistas con ciertos personajes. Dichos personajes presentaron testimonios y respondieron unas cuantas preguntas con respecto a aquello que acongoja a la generación de cristal, al igual que al proceso de producción de una obra sonora de este estilo (desde el software utilizado hasta el tipo de investigación requerida para su elaboración). Las primeras tres entrevistas fueron realizadas a profesionales de la psicología juvenil, con especial énfasis en la construcción de identidad de los jóvenes, de acuerdo al entorno en el que se encuentran. En el trabajo de grado *Comprensión de la construcción narrativa de la identidad y su relación con la construcción de situaciones pasadas vividas como críticas en jóvenes de la Generación Z*, las investigadoras Verónica Fonseca Gutierrez y Laura Vanessa Parra Vargas buscaron responder a esta cuestión, con base en un análisis profundo de la psicología de los jóvenes y la

forma en la cual estos abordan distintos sucesos en sus vidas al construir su identidad. En dicha investigación, plantean que la identidad es

un proceso autobiográfico que se encuentra en desarrollo, al ser escrito y editado continuamente; de igual forma, también es considerada como una expresión cambiante de nuestras narrativas, que por medio del ser y devenir del lenguaje, las historias que contamos son intentos de encontrar sentido al mundo y a nosotros mismos (Fonseca & Gutierrez, p 27, 2020).

A la par de esto, también buscan concertar sus hallazgos sobre la identidad de los jóvenes con respecto a su construcción narrativa. Esto lo hicieron mediante el análisis de sus relaciones familiares, las redes sociales que utilizan, los videojuegos que consumen, la comunicación (en términos de diálogo e interacciones entre interlocutores) entre ellos, las redes de apoyo con las que contaban y sus principios y valores personales (Fonseca & Gutierrez, 2020). Dichos elementos de identidad no son disímiles a las problemáticas descritas anteriormente. Por lo tanto, al abordar a los entrevistados con estas cuestiones, se buscó describirles estas problemáticas, además de preguntarles sobre el ambiente donde se desarrollan estas problemáticas, que para efectos de este proyecto, ocurren mayoritariamente en la ciudad.

La primera entrevista le fue realizada a la psicóloga María Isabel Valencia Rincón, especialista en la psicología de niños y jóvenes, con 25 años de experiencia como psicoterapeuta. A lo largo de la entrevista, ella fue incisiva en el hecho de que los jóvenes salen a un mundo más abierto, en contraste a cuando estaban en el colegio. Por lo tanto, la realidad se torna aún más cruda para ellos, ya que las relaciones interpersonales que empezarán a construir serán determinadas por la salud mental de cada individuo: la suma del deseo y la flexibilidad en el desarrollo de su identidad. Cuando se incrementa el deseo más que la flexibilidad, o viceversa, suceden discrepancias entre los jóvenes y su entorno. A su vez, esto ocasiona que pasen a portales digitales para expresar sus sentimientos al respecto, entre los cuales se encuentra el descontento, el hastío y la simple queja frente al esfuerzo. Además, ella añade que las redes sociales han creado un entorno de idealización de la vida que pueden tener, lo que causa una desconexión entre sus modelos a seguir anteriores (normalmente sus padres) y los actuales (mayormente los influenciadores digitales). Por tanto, la emocionalidad de sus respuestas ante la vida se ve aumentada, lo que conlleva a una respuesta exacerbada por parte de ellos ante el término “generación de cristal”. Además, la doctora Valencia asegura que hay un fuerte cambio

de valores sociales entre las generaciones sociales pasadas y presentes; el dar el paso a una cultura del esfuerzo, el respeto y la perseverancia, a una del derroche, la fama y la distensión. Por ejemplo, el amor ha cambiado su manera de ser expresado entre las parejas, pasando de ser algo emocional e íntimo a algo más físico, público y efervescente: en palabras de la doctora Valencia, “un amor *Alka-Seltzer*” (Valencia, I., comunicación personal, 12 de abril de 2021). Al final de la entrevista, ella concluye diciendo que las interacciones socio afectivas de los jóvenes se han vuelto tan vertiginosas, que resulta extremadamente complejo construir una identidad propia dentro de ese entorno.

La segunda entrevista le fue realizada a la psicoterapeuta Mónica Pinilla Pineda, exdirectora del Centro de Asesoría Psicológica y Salud de la Pontificia Universidad Javeriana, con más de 30 años de experiencia en el acompañamiento psicológico de jóvenes universitarios. Ella está de acuerdo con la doctora Valencia en el sentido de que los jóvenes universitarios definen su identidad en torno a sus relaciones socio-afectivas importantes, como noviazgos y amistades, pero también se refiere al amor como un separador entre la vida dependiente y la vida independiente. Además, ella menciona que la relación de los jóvenes con las redes sociales llega a un altísimo grado de confianza, tanto así que sus vidas son afectadas por juicios que realizan en torno al contenido mostrado a través de estas redes (Pinilla, M., comunicación personal, 14 de abril de 2021). Estos portales digitales se han vuelto una ventana al mundo exterior, y según la experiencia de la doctora Pinilla, causan que los jóvenes muestren de forma exacerbada sus pensamientos inmediatos e impulsivos.

Ella enfatiza mucho en el sentimiento colectivo que la comunidad javeriana experimentó en el 2019, durante la movilización social en el Paro Nacional y el suicidio del estudiante Jhonnie Coronado¹. Dichos sucesos causaron que los jóvenes que ella atendía se cuestionasen mucho su papel en la realidad y sus maneras de afrontarla. A su vez, ella añade la fortaleza que exhibe el papel de la identidad de género en esta generación, dando a conocer nuevas alternativas de relaciones socio-afectivas, al igual que las dinámicas que han cambiado en los ritos de la seducción y el cortejo. A través del uso de aplicaciones de encuentros ocasionales, las relaciones se enfocan en lo afectivo, lo romántico y lo sexual con dinámicas claras, lo que ha

¹ El 19 de septiembre de 2019, el estudiante Jhonnie David Coronado Vanegas se quitó la vida saltando desde el noveno piso del edificio Gabriel Giraldo en la Pontificia Universidad Javeriana. Más información de la noticia aquí: <https://noticias.canal1.com.co/noticias/johnnie-el-joven-que-se-quitó-la-vida-en-la-javeriana-habria-dado-senales-de-su-decision-en-las-redes/>

cimentado el uso de las redes sociales para múltiples aspectos de la vida. Eso sí, también recalca unos cambios igual de drásticos en los valores sociales entre generaciones pasados y la de cristal, como lo son su relación con el mundo natural; las personas de antaño se relacionaban con sus mascotas de forma más dominante, mientras que los jóvenes adultos de hoy se portan de forma más horizontal con sus animales de compañía, además de estar en mayor sintonía con cuestiones ambientales. Esencialmente, los humanos somos dependientes de la naturaleza y no soberanos sobre ella. De esta forma, la doctora Pinilla finaliza aseverando que los seres humanos en general, aprenden a sobrellevar su realidad y seguir adelante cuando cometen errores. La generación de cristal no es una excepción ante esto.

La tercera entrevista le fue realizada al doctor Camilo Schumacher, psicólogo clínico especialista en tratar con jóvenes y adolescentes. El doctor se encuentra de acuerdo con las dos doctoras anteriores en varios aspectos: el deseo entre los jóvenes se vuelve primordial y el género también se convierte en un detonante socio-afectivo, al igual que para el consumo publicitario. La publicidad dirigida hacia los jóvenes ha convertido aquellos productos consumibles en necesidades inmediatas, o más bien “pseudo-necesidades primordiales”, donde el “yo” toma características de urgencia y se articula dentro de nuevos conceptos de identidad. Además, frente a la búsqueda de conocimiento, la impaciencia es alta y, por tanto, la generación de cristal se destruye por la alta necesidad que tiene por el reconocimiento ajeno. Aquí, el doctor Schumacher recalca que a los jóvenes les hace falta criterio al decidir a quién seguir, a quién idolatrar; se basan mucho en la calidad de las experiencias que observan en redes, aunque una gran parte de esas experiencias sean construcciones irreales. A su vez, según Schumacher, los jóvenes buscan diversión y entretenimiento en los entornos urbanos, pero la calle dejó de ser un lugar de habitación, para ser un lugar de distensión; el consumo por parte de los jóvenes en una ciudad como Bogotá termina pasando a entornos más privados que la discoteca y el centro comercial. Los jóvenes colombianos no habitan la ciudad, de lo contrario no la destruirían. De acuerdo con esto, se puede aclarar que los jóvenes requieren de un fuerte sentido de pertenencia hacia una ciudad para participar de su desarrollo y de su crecimiento y, de esta forma, desarrollar parte de su identidad. Con esto en mente, el doctor Schumacher finaliza la entrevista insistiendo en que los jóvenes deben buscar formas de aportar al crecimiento de sus ciudades y, por ende, de su país (Schumacher, C., 16 de abril de 2021). Todos estamos en el mismo barco, solo debemos aprender a escoger el mismo rumbo.

3.2: Metodología de investigación cualitativa

Para crear una obra narrativa original en un formato sonoro, se pueden utilizar caminos diversos; algunos empíricos, otros más informados. Lo que más importa es tener una historia que se preste para ser relatada de formas creativas y cuyas temáticas sean interesantes. Además, si esas temáticas permiten que el oyente las interiorice profundamente, relatarlas de forma transmedia será más provechoso que simplemente adaptarlas a un formato más audiovisual como la televisión, o uno más artístico como el cine. Ya se ha dicho anteriormente en este trabajo de grado que los formatos audiovisuales muestran elementos que denotan mucho más la percepción de la historia que está siendo relatada, pero sin el sonido, ninguno de esos elementos podría sentirse de forma creíble. El sonido permite que la historia sea palpable, tangible ante la imaginación del oyente. En esencia, el recurso sonoro posibilita que el consumidor de la narración quede vinculado con el tema; lo que se espera es que se conecte profundamente con el relato expresado en la audionovela.

En el caso de este proyecto de grado, se buscó poner en práctica una metodología específica para recolectar información de carácter cualitativo. Una vez se recopiló, analizó y condensó esta información, se comenzó la producción de la audionovela. Se planteó que dicha información le daría validez y trasfondo a los temas que se trataron a lo largo de esta obra sonora. De esta forma, se podría anclar a la realidad con temáticas que resonaran con el público al que fue dirigida; los jóvenes ciudadanos de Colombia.

La metodología se compuso de los siguientes elementos:

- 1. Pregunta de investigación**
- 2. Objetivos**
- 3. Métodos cualitativos y sus respectivas explicaciones**
 - a. Etnografía y autoetnografía y sus respectivas explicaciones**
 - b. Entrevistas semiestructuradas a expertos y los temas a tratar con ellos**
 - c. Entrevistas semiestructuradas a creadores de productos sonoros narrativos**
- 4. Estructura de las entrevistas**
- 5. Descripción del producto**

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

¿Qué características debe tener una audionovela para que un público joven la consuma orgánicamente?

OBJETIVOS:

6. Objetivo general: Producir una audionovela para jóvenes universitarios que aluda a la generación de cristal mediante la exploración de dimensiones creativas novedosas y temas relevantes para las generaciones actuales de jóvenes adultos en Colombia.

7. Objetivos específicos:

- a. Comprender los principales conflictos que afectan a los jóvenes colombianos ciudadanos desde sus vivencias y opiniones, con el foco en la idiosincrasia colombiana.
- b. Explorar el arsenal creativo actual para la producción de una audionovela contemporánea.
- c. Relatar una historia relevante que se mantenga vigente en años venideros.
- d. Diseñar un producto sonoro de alta calidad estética cuya historia sea viable para contarse en formatos transmedia.

MÉTODOS CUALITATIVOS:

Por temas de condensación informativa (y a sugerencia del profesor Juan Carlos Valencia Rincón), los métodos que se utilizaron para recopilar información para el producto sonoro fueron de carácter exclusivamente cualitativo. Esto quiere decir que los datos recopilados a través de los métodos descritos a continuación proveerán evidencia de las observaciones establecidas a través de interacciones entre el investigador y el sujeto investigado:

8. Etnografía y auto-etnografía: Dos procesos inmersivos de investigación social que permitieron recopilar información sobre estilos de vida y comportamientos específicos de los jóvenes ciudadanos. En este caso, ambos fueron de corta duración:

- a. El primero fue un recorrido simple por espacios de reunión del público objetivo, dónde fuese posible ponerse en los zapatos de jóvenes de entre los 18 y 25 años, y así generar una conexión con el paisaje sonoro que envolvería la audionovela

de forma contundente. Este recorrido se vió influenciado por factores externos, específicamente la pandemia por COVID-19, que imposibilitó la salida constante a estos espacios. De todas formas, los entornos virtuales permitieron realizar un ejercicio etnográfico favorable, ya que "[...] se gana simetría en la exploración, pues el investigador emplea los mismos medios que sus informantes (Mosquera Villegas, p 543, 2008).

- b. El segundo fue un ejercicio de reflexión y memoria en torno a las vivencias que se han tenido con la familia en entornos urbanos de variada índole, específicamente aquellos donde las interacciones entre jóvenes sean constantes. Se consideró relevante este método debido a que la auto-etnografía se define por su "[...] impronta etnográfica, esto es, a su carácter cultural, como descripción del otro que forma parte de un entramado social y cultural determinado, diferente a nosotros mismos, pero al mismo tiempo, igual en su humana condición (Guerrero Muñoz, p 238, 2014)".

9. Entrevistas personales semi-estructuradas: Una serie de preguntas preparadas con antelación para ser expuestas a diferentes tipos de fuentes informativas, de forma directa y personal. Además, este tipo de entrevistas permiten que el entrevistador pueda “[...] expresar su opiniones en sus propios términos (Elizalde, 2018)”, por lo que las conversaciones generadas serán orgánicas y auténticas, sin ningún tipo de respuesta preparada previamente. Las personas que fueron entrevistadas serán las siguientes:

- a. **Expertos en la psicología social de los adultos jóvenes colombianos:** Profesionales que tratan con jóvenes adultos todos los días, y que comprenden su maneras de pensar y actuar ante los vaivenes de la vida; psicólogos universitarios, preferiblemente. En el caso de la Universidad Javeriana, el Centro de Asesoría Psicológica y Salud (CAPS) busca ayudar a jóvenes universitarios con aquello que los afecta psicológicamente en un ambiente familiar, académico y ciudadano. Al lograrse, estas interacciones con interlocutores profesionales permitieron que las siguientes entrevistas fueran igualmente orgánicas y con preguntas más relevantes para su entorno.
- b. **Jóvenes ciudadanos:** Personas del rango de edad procurado para el público objetivo de la audionovela, cuyas experiencias de vida permitieron obtener información valiosa para la construcción de la misma. Estas entrevistas fueron mucho más informales, para que las respuestas fueran fluidas y naturales.

c. Creadores de audionovelas: Creativos que hayan participado directamente en la producción de audionovelas presentes en plataformas de difusión digital, ya sea como los guionistas, directores o incluso productores de dichas historias. Estas entrevistas fueron dirigidas hacia el proceso que estos personajes llevaron a cabo para materializar sus ideas en entornos casi exclusivamente sonoros. Esos creadores son:

- i. Mauricio Arévalo Arbeláez, colombiano y productor de *Las bestias invisibles*.
- ii. Fernando Araújo Vélez, colombiano, director y guionista de *Yo confieso*.
- iii. Alexander De Winter De La Parra, mexicano y diseñador sonoro de *Toxicomanía*.

ESTRUCTURA DE LAS ENTREVISTAS:

Primero que nada, se les asegurará a los entrevistados que estas entrevistas se harán exclusivamente con el fin de utilizar la información recopilada para producir la audionovela, y se alterarán nombres y datos sensibles para proteger la privacidad de los entrevistados. Segundo, se buscará el consentimiento de los entrevistados para poder registrar las entrevistas en una grabadora, para permitir su transcripción. Después, las entrevistas procederán con el siguiente esquema general de preguntas, además de los respectivos datos demográficos de cada entrevistado. En el caso de los profesionales, se procederá así:

1. ¿Qué es lo más importante para un adulto joven universitario que vive en la ciudad?
¿Causas sociales, temas urbanos, o alguna otra cosa?
2. Cada persona es un mundo distinto, y preferiría no tener que generalizar, pero estoy interesado en saber si existe alguna cualidad compartida por los adultos jóvenes que viven en la ciudad de Bogotá.
3. ¿A quiénes admiran los adultos jóvenes? Además de sus padres, ¿quiénes son sus modelos a seguir?
4. ¿Qué es lo que más busca un adulto joven universitario en la ciudad? ¿Entretenimiento, hogar, estudio, cultura, ejercicio?
5. Si no es indiscreción, ¿cuáles son los problemas más comunes que ustedes hayan identificado con los que lidian los adultos jóvenes universitarios?

En el caso de los creativos:

1. ¿De dónde viene esta historia que usted ayudó a plasmar en las plataformas digitales?
2. ¿Usted sabía utilizar alguna plataforma de edición sonora antes de producir su audionovela?
3. ¿Por qué decidió plasmar su historia en un formato sonoro y no en uno audiovisual?
¿Pueden adaptarse a un formato transmedia?
4. ¿Qué es más importante en la caracterización de sus obras sonoras: el talento del actor de voz, la buena dirección, el proceso de construcción de los personajes, u otro elemento?
5. ¿Cuál fue su parte favorita de todo el proceso de producción?

En el caso de los jóvenes:

1. ¿Cuál es su historia en esta ciudad? ¿Es usted feliz, triste, se siente inconforme, cómodo u otra cosa?
2. ¿Alguna vez ha oído hablar sobre la generación de cristal? ¿Forma parte de ella? ¿Qué opina sobre este término?
3. ¿Cual es la red social que más utiliza, independiente del porqué?
4. ¿Qué quiere hacer, o qué hace, con su vida?
5. ¿Se queja de algo? ¿Hay algo que le disguste tanto que sienta que debe publicarlo y compartirlo en redes sociales?

A lo largo de este proyecto de grado, se ha evidenciado que, de la conversación libre y orgánica, pueden salir los datos más beneficiosos. Por lo tanto, en cada entrevista, se usaron estas preguntas como guías para tener una conversación libre de encuadres, donde el conocimiento de los entrevistados primara sobre la información solicitada.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Ya con la información recolectada, se procedió a hacer una sesión de lluvia de ideas para empezar a construir la historia de la audionovela. Dicha historia tendría personajes con perfiles psicológicos característicos, para que sus interpretaciones contuviesen matices y particularidades que lograsen plasmarse a través del micrófono. Además, cada uno tendría sus respectivas motivaciones para conducir su desarrollo. Estos personajes se encontrarían metidos

en una historia que los sumergiría en una situación común para los jóvenes pero que evolucionaría a algo de carácter más ficticio, para darle originalidad al relato.

Al terminar de construir el hilo narrativo de la historia, con una longitud tentativa de entre cinco a diez episodios (con tres capítulos como mínimo), se hizo un proceso de *casting* para escoger a los actores que le dieron vida a los personajes. Este elenco fue una mezcla de actores naturales y profesionales, para darle la oportunidad a talentos natos de aportar nuevos insumos para sus personajes.

Pero más allá de eso, lo que se buscó con esta obra sonora original fue crear una historia que pudiese trascender más allá de los altavoces de un computador o de los audífonos de un celular. Se buscó que fuera una historia que inspirase a nuevos creadores a aprovechar el sonido para poder hacer arte, porque, como dijo un viejo lisiado “[el arte] es la única huella de nuestro paso por la tierra (Argentina, 2016)”.

3.2.1: Problema de la investigación

Como fue dicho anteriormente, la pregunta de investigación de este proyecto buscaba responder al reto de incentivar el consumo orgánico y progresivo de una audionovela que lidiase con vivencias y peripecias compartidas dentro de la cotidianidad de los jóvenes ciudadanos bogotanos:

¿Qué características debe tener una audionovela para que un público joven la consuma orgánicamente?

Por lo tanto, partir de las tribulaciones de los jóvenes y las herramientas de la ficción sonora, se quiso contar una historia que consiguiese conmover a los oyentes a partir de la verdadera cara de la generación de cristal, preguntándose lo que se describió al principio de este texto:

¿Puede describirse verdaderamente a una generación de cristal en un contexto tan cambiante como el colombiano? De ser así, ¿cómo puede dársele herramientas para compartir sus historias?

Para conseguir respuestas más concretas al respecto, se realizó una encuesta de carácter cualitativo. Los resultados de la encuesta se mostrarán en el siguiente apartado.

3.2.2: Ficha técnica de la encuesta y sus resultados

La encuesta se tituló *Intereses y tribulaciones de la generación de cristal*, y fue pensada para ser respondida por jóvenes entre los 18 y los 25 años, para que la población de la generación de cristal fuera validada. Al realizar esta encuesta, se procuró juntar un número de respuestas que mostrasen elementos de carácter cualitativo. Cada detalle es de suma importancia, por lo cual se insistió en dar instrucciones claras previas a la realización de la encuesta. Por lo tanto, las preguntas que se crearon buscaban recopilar perspectivas personales de cada uno de los encuestados, enfatizando en la variedad de las edades de cada uno para distinguir respuestas diferentes. Las preguntas son de carácter abierto en su mayoría, ya que cada encuestado posee una perspectiva única, la cual nunca buscó ser sesgada por respuestas cerradas frecuentes. Las preguntas en sí fueron desarrolladas pensando en los diferentes medios de consumo audiovisual existentes, con el fin de distinguir el tipo de historias a las cuales estaban expuestos los encuestados. Además, también se procuró incluir sus perspectivas musicales y sus opiniones con respecto al término “generación de cristal”. La estructura de la encuesta puede encontrarse en el siguiente [enlace](#).

Antes de iniciar la encuesta se dieron las siguientes instrucciones:

Buenas tardes, noches o días, dependiendo de cuándo respondan esta encuesta. Soy Santiago Alvarez Martinez y me encuentro realizando mi proyecto de grado. Para ello, me gustaría que me ayuden respondiendo estas preguntas de la forma más honesta y detallada que puedan.

Lo que busco es que ustedes me cuenten sus opiniones con respecto a lo que les quiero plantear; busco indagar sobre lo que es la generación de cristal. Lo que nosotros consumimos, lo que vivimos, lo que experimentamos en la vida con respecto a lo que escuchamos en nuestros alrededores.

Les agradecería mucho si me responden con total honestidad. Cada detalle cuenta, ya que prontamente lo escucharán plasmado en mi proyecto final.

POR FAVOR, respondan las preguntas opcionales SOLAMENTE de acuerdo a lo que respondieron en las obligatorias.

Puedo asegurarles que sus respuestas no serán compartidas con ninguna otra persona.

Si me lo permiten, me gustaría que pusieran también su correo electrónico, para que les quede un recuerdo de lo que ustedes me ayudaron a construir.

Las preguntas dentro de la encuesta fueron las siguientes:

- Correo electrónico
- ¿Cuántos años tienes?
- ¿Te gusta ver televisión?
- Si respondiste sí, ¿qué es lo que más te gusta ver?
- Si respondiste no, ¿por qué?
- Si respondiste "a veces", ¿qué tipo de contenido televisivo prefieres ver?
- Si prefieres las plataformas de streaming, ¿cuál es la que tiene el mejor contenido? Si prefieres otra, escríbela en "Otra".
- ¿Te gusta escuchar música?
- Si respondiste sí y/o "a veces", primero especifica cuál y luego dime: ¿Cuál es tu género favorito y por qué? ¿Cuál es tu canción favorita de ese género y por qué?
- Si respondiste no, ¿por qué?
- Si respondiste sí y/o "a veces" ¿Dónde prefieres escuchar música? Si prefieres otro lugar, escríbelo en "Otra".
- Si respondiste sí y/o "a veces", ¿cuál es la plataforma que usas para escuchar música? Si usas otra plataforma, escríbela en "Otras".
- De casualidad, ¿aún escuchas radio?
- Si respondiste sí y/o "a veces", ¿cuál es la emisora que más escuchas? Cuéntame por dónde la escuchas; en el carro, en la casa, por Radio Garden, TuneIn, etc...
- Si respondiste no, ¿por qué?
- ¿Escuchas podcasts?
- Si respondiste sí y/o "a veces", ¿en cuál de estas plataformas los escuchas? Escoge las que apliquen. Si escuchas por otro lado, escríbelo en "Otro".
- Si respondiste no, ¿por qué?

- Si respondiste sí y/o "a veces" ¿Dónde prefieres escuchar podcasts? Si prefieres otro lugar, escríbelo en "Otra".
- Todos usamos redes sociales... ¿Cuál es la que más utilizas tú?
- ¿Para qué usas tu red social preferida? Sé específico@, por favor.
- ¿Cómo te contactas con la gente? Escoge las que más apliquen para ti.
- ¿Dónde vives? ¿Qué opinas de tu hogar? ¿Te sientes parte de la historia de tu casa, de tu barrio, de tu ciudad, de tu país? Puedes ser sincer@, aquí todo se vale.
- ¿Si te digo el término "generación de cristal", en qué piensas?
- Por último, sólo quiero saber una cosa más de ti: ¿quién eres tú?

Todos los datos contabilizados por esta encuesta fueron tratados con el mayor nivel de discreción posible, al igual que los testimonios proporcionados por los entrevistados.

3.3: Resultados de encuestas y entrevistas a jóvenes

La encuesta fue creada a través de Google Forms, y compartida de forma relativamente masiva a través de Instagram el 9 de septiembre de 2021, hasta el 30 de septiembre del mismo año. Se catalogaron 68 respuestas, de las cuales se escogieron 14 para tener en cuenta como muestra de análisis. Al analizar estas respuestas, se contabilizaron en un mapa mental donde se construyó el argumento de la audionovela en cuestión. Este mapa fue realizado a través de la plataforma MindMeister; se encuentra en este [enlace](#).

Habiendo dicho lo anterior, con las nueve entrevistas realizadas para este proyecto, se buscó incluir el testimonio de jóvenes ciudadanos para conseguir insumos de mayor relevancia para la construcción de la audionovela. Dichos testimonios pueden encontrarse evidenciados en las respuestas realizadas dentro de las encuestas, al igual que en las dos entrevistas a profundidad realizadas a dos jóvenes ciudadanos. Para estas entrevistas, las siguientes preguntas fueron usadas de forma menos impuesta, para que el intercambio de información entre ambas partes fuera enmarcado dentro del ámbito de una entrevista a profundidad. Fueron realizadas así con el fin de otorgarle a los entrevistados la libertad de brindar sus puntos de vista de forma orgánica. Estas preguntas fueron creadas con base a las problemáticas que se encontraron en la investigación preliminar, además de que buscaron incluir la perspectiva personal de los entrevistados dentro de las respuestas:

6. ¿Cuál es su historia en esta ciudad? ¿Es usted feliz, triste, se siente inconforme, cómodo u otra cosa?
7. ¿Alguna vez ha oído hablar sobre la generación de cristal? ¿Forma parte de ella? ¿Qué opina sobre este término?
8. ¿Cual es la red social que más utiliza, independiente del porqué?
9. ¿Qué quiere hacer, o qué hace, con su vida?
10. ¿Se queja de algo? ¿Hay algo que le disguste tanto que sienta que debe publicarlo y compartirlo en redes sociales?
11. De nuestra conversación, ¿qué es lo que más le queda?

La primera de estas entrevistas le fue realizada a Oscar Mauricio Niño Mera, estudiante de Música con énfasis en Ingeniería de Sonido de la Pontificia Universidad Javeriana. Al haber vivido toda la vida en la ciudad de Bogotá, mostraba un apego sincero a su ciudad y a la posibilidad que le ha dado para hacer música. Por otro lado, con respecto a la generación de cristal, no se siente atacado por las declaraciones dirigidas a ella y, a veces, siente que algunas de esas cuestiones no valen la pena ser discutidas. A su vez, siente que en el doblaje de productos audiovisuales, algunos diálogos hieren susceptibilidades sin entender el contexto de la audiencia a la cual se dirigen, pero tampoco valen la pena ser censurados por esa audiencia. Comparte también este sentimiento cuando se refiere a la manifestación del inconformismo frente a causas sociales, ya que muchos miembros de la generación de cristal simplemente buscan farandulear y causar revuelo. Se tuvo una larga conversación él con respecto a las manifestaciones artísticas que pueden surgir de ese inconformismo y las sensibilidades que se tienen frente a la realidad del país por parte de personajes públicos de inclinación artística, como Alejandro Riaño y Yédinson "Lokillo" Florez; habló bastante de la importancia de tener una identidad clara con los mensajes que se muestran al público (Niño, O., comunicación personal, 9 de septiembre de 2021). Además, también se conversó con él sobre el consumo sonoro, y mencionó que lo importante para que un podcast como éste sea consumido es que tenga una identidad clara con respecto a los temas que va a tratar, al igual que un mensaje propio.

La segunda de estas entrevistas le fue realizada a Ana Maria Cuéllar Mesa, estudiante de Música con énfasis en Canto Lírico de la Pontificia Universidad Javeriana. Al haber vivido en dos partes de la ciudad de Bogotá, se siente identificada con su entorno y se enorgullece de vivir en esta gran urbe, y siente que tienen una amplia gama de experiencias culturales por

descubrir. Además, menciona que Bogotá presenta contrastes dentro y fuera de ella; hay zonas en la ciudad con muchas tiendas pequeñas donde se encuentra todo lo que se necesita, y zonas donde hay mucho verde para disfrutar visualmente; estos factores inciden de forma indirecta en las dinámicas sociales que existen entre sus ciudadanos. Ella también presentó su concepto frente a la generación de cristal; lo hizo especificando conceptos que son asociados a los comportamientos de esta generación frente a la realidad (también presentó su afinidad por el compostaje y las causas medioambientales). Según Cuéllar, la generación de cristal surgió cuando se empezó a conversar sobre temas antes ignorados (las enfermedades mentales, las causas sociales incidentes en los jóvenes, el medio ambiente, etc) y con la inmediatez con la que se presentaba la información respecto a estos temas ante los jóvenes y sus nuevos dispositivos de comunicación (Cuellar, A., comunicación personal, 7 de septiembre de 2021). Además, se tuvo una larga conversación con ella respecto a su estudio de canto lírico en Colombia, a lo que ella respondió que ella se volvió muy consciente de los patrones estandarizados de consumo musical desde su época escolar, y quiso educarse teóricamente y prácticamente en este arte para buscar quitarle los estigmas a la música clásica y disponerla más abiertamente a sus contemporáneos. Por igual, también se sintió optimista respecto a seguir haciendo cosas por el arte, al igual que consumir más podcasts y seguir consumiendo productos sonoros.

Capítulo 4: Contar historias a través de la voz y el sonido en un mundo audiovisual

Como se dijo al principio de este documento, hay una interrogante de importante consideración al querer producir una audionovela y, en su defecto, cualquier producto sonoro: ¿Por qué hay que producir una audionovela cuando la producción audiovisual comercial predomina en la cultura popular? Además, debemos añadirle a esta interrogante las demandas de las nuevas audiencias, con los nuevos formatos existentes. El profesor paraguayo Benjamín Fernández expresa sus preocupaciones al respecto, desde una perspectiva algo nostálgica pero justa con las nuevas generaciones. En su texto *La radio ante el desafío de las nuevas audiencias*, Fernández resalta que las nuevas audiencias son más fugaces y demandantes en su consumo sonoro, a la vez que los actores involucrados en los medios tradicionales de comunicación se han visto atascados en sus roles como legisladores de la realidad, cuando deberían ser más bien exégetas de la misma (Fernández, p 3, 2016). Además, añade lo siguiente:

Vivimos en una sociedad que enfrenta una triple crisis: 1. Identidad 2. Valores y 3. Destino. Nos interpelamos si la radio puede continuar siendo la extensión original de la capacidad de crear mundos nuevos a través del lenguaje en un tiempo donde la capacidad expresiva de nuestros jóvenes se limita a 300 palabras de uso diario de un idioma como el español cuya riqueza expresiva supera los 50 mil términos. Esto ha llevado a que la comunicación se reduzca hoy a interjecciones, gritos, desplantes o expresiones chabacanas intentando llamar la atención de las audiencias por la baja expresiva y visceral antes que por la capacidad de construir vínculos más amplios en el placer que la expresión verbal supone en la comunicación de las personas (Fernández, p 3, 2016).

En este término, es importante llevar en máxima consideración a los intereses de las audiencias, sin demeritar las repercusiones que formatos sonoros anteriores han tenido en dichas audiencias. En Colombia, las radionovelas han tenido un impacto desmedido desde sus primeras emisiones en los años 50, debido a los códigos que utilizaban para llegarle a sus consumidores, al transmitir "historias populares y cotidianas que dejaron huella en las audiencias que las seguían fielmente a través de las voces de sus protagonistas (Suárez Ospina, Caicedo Toro & Ortiz Ruiz, p 46, 2020)". Además, los mensajes que eran transmitidos a través de ellas venían cargados de insumos socioculturales que motivaban a la población en términos de sus "posibilidades" para seguir viviendo de forma positiva:

Por esta razón, los contenidos radiales, sea cual sea el formato, deben pensarse desde un lenguaje apto, que permita a las audiencias imaginar situaciones de la vida diaria para fortalecer valores sociales y culturales que forman parte de la cotidianidad en contextos sociohistóricos que promueven significados a partir de los conceptos usados para comunicar. La radio cumple una función de mediación entre la cultura y las necesidades de los usuarios que buscan en los medios masivos un espacio para la producción de sentido. Sin lugar a dudas, el mensaje emitido por las radionovelas, a través de voces de radioactores, acompañadas por efectos de sonido y música, tenía implícitas lecciones que se ajustaban a épocas protagonizadas por valores altamente morales y religiosos, que no solo se transmitieron de generación en generación, sino que encontraron en estas maravillosas y fantásticas narraciones, ingredientes que permitían horadar el grupo familiar, meterse en su diario devenir e intervenir en él sin un libreto preconcebido, pero con suficiente fuerza capaz de afectar positivamente su realidad en términos de sus opciones (Suárez Ospina, Caicedo Toro & Ortiz Ruiz, p 46, 2020).

Hoy en día, los usuarios tienen más opciones para consumir productos sonoros de tal forma que el lenguaje utilizado dentro de ellos no esté determinado por un medio de comunicación detrás de él, sino más bien que sea utilizado por un locutor o locutora cuyos mensajes sean afines a las realidades de su audiencia. Sobre esto, el famoso locutor de radio estadounidense Howard Stern dijo en varias entrevistas que si se iba a ser fuerte en la radio, se debía ir con toda, y no disculparse por ello (Schorn, 2005), además de que había ciertos límites que no quería cruzar, pero dado el caso, que pensaba descubrir esos límites cuando llegara a ellos (Bradley, 2006). Estas entrevistas fueron dadas bajo el contexto de anunciar la participación de Stern en dos nuevos programas de SiriusXM, una compañía de radio satelital que lleva operando en Estados Unidos por décadas. En esa misma entrevista, Stern dijo que creía firmemente en que la gente pagaría por escuchar sus nuevos programas de radio, ya que podía ofrecer contenido que el iPod –que estaba despegando en ese momento– no tenía (Bradley, 2006). En su modelo comercial, la radio satelital ofrece contenido bajo demanda, algo que las plataformas de *streaming* manejan hoy en día, pero manteniéndose bajo códigos comunicacionales referentes a la inmediatez radiofónica y a una mayor libertad de conceptos a tratar. Todas estas afirmaciones representan el pensamiento vanguardista de Howard Stern, su apego a la originalidad de su contenido y la sensibilidad que ha buscado tener para tratar con las nuevas audiencias.

En esencia, la forma de contar historias y narrarlas sonoramente ha venido evolucionando conforme a las demandas que han surgido en términos del consumo de estas historias, y refiriéndose al consumo de audionovelas y productos similares, existe información importante al respecto.

4.1: Estado del arte

INTRODUCCIÓN:

Este proyecto busca que se logre crear una obra narrativa original en un formato sonoro, con las características necesarias para que pueda contarse de formas "transmedia" también. Un trabajo como éste puede parecer complejo, ya que las historias actuales tienen una mayor

visibilidad a través de formatos audiovisuales, como la televisión o el cine. Aún así, el formato sonoro se presta para crear escenarios que logran estimular la imaginación de maneras más personales, debido a la cercanía que estos formatos generan con su público. Para ello, se ha realizado el siguiente estado del arte, que consta de una recopilación de textos que muestran el estado actual de las obras sonoras hoy en día, específicamente las que contengan elementos dramáticos (desde aquí, serán llamadas audio dramas), además de aquellas que traten con una mentalidad más joven, con historias que le den voz a ideas relevantes para las generaciones actuales. Además de eso, también se hará un análisis de productos sonoros existentes, que han sido escogidos por sus cualidades y también por sus defectos. Con esto, se plantea describir todos aquellos atributos que hacen resaltar estas historias, ya que podrían ayudar a construir algo orgánico y dispuesto para oídos jóvenes.

Para la búsqueda de los textos, se utilizaron la base de datos de EBSCO Host y el buscador de Google Scholar, específicamente este último. Se usó una franja de tiempo entre el 2005 y el 2020, para lograr conseguir textos que estuvieran actualizados en el tema, y no fueran simplemente un análisis de técnicas radiales de antaño. Por lo tanto, fue necesario definir ciertas palabras clave para conseguir información relevante a la temática del trabajo; las principales fueron "audio", "drama", "contemporary" y "context". Fueron escogidas en inglés por la facilidad de encontrar un mayor repositorio intelectual en esta lengua, pero tampoco se dejó de lado el español. Estos textos incluyen trabajos de tesis, artículos académicos, además de uno que otro artículo periodístico.

DESCRIPCIÓN DE TEXTOS

Los textos reunidos en este trabajo lidian con áreas relacionadas a los escenarios que los productos sonoros pueden crear. Algunos de estos textos tratan con turismo urbano, por el hecho de que cada lugar tiene su propia historia para contar; estas historias pueden escucharse a través de obras sonoras basados en localización, y así son analizadas en el texto *Interweaving place and story in a location-based audio drama*: este artículo analiza el caso de *Maryam*, una obra sonora compuesta por seis escenas que cuenta la historia de Maryam Al-Ijliya, una científica siria que inventó el astrolabio, un aparato que "...usaba las estrellas para medir el tiempo, el lugar y la posición, parecido a un GPS actual (Rossito, Barkhuus, Engström, 2016, p 249)." Casualmente, esta obra sólo podía escucharse al llegar a ciertas localizaciones relevantes a la historia, lo cual incentivaba a los turistas a imaginarse los escenarios que la científica visitó, y lo que ocurrió en cada uno de ellos. Incluso si esta obra estaba diseñada para

verse en un teatro, fue adaptada para que los miembros de la audiencia la experimentaran en un formato diferente, y así poder crear sus propias conexiones con los lugares que visitaban. Lo importante es que todas las experiencias de los oyentes son individualizadas y al estar encapsuladas entre dos audífonos, cada historia puede generar cercanía en el oyente, incluso si esas historias son ficticias.

Según la profesora escocesa Leslie McMurtry, las historias en los audio dramas crean tanta devoción en sus oyentes que las líneas entre la realidad y la ficción se vuelven bastante borrosas (McMurtry, 2015, p 1), como fue el caso de la adaptación de *La Guerra de los Mundos* de HG Wells en 1938. La investigadora también dice en su texto *Framing errors: reality and fiction in audio drama* que la estrategia que los medios sonoros usan para aprovechar el poder de convencimiento de sus historias se llama "error de encuadre"; aprovecharse creativamente de las libertades que ofrece el sonido para crear una realidad tan convincente que esa línea antes mencionada sea aún más difícil de distinguir: "El hecho de que el medio haya cultivado tantos encuentros cercanos entre hechos, ficción, actualidad, adaptaciones, y artificios sugiere su propia conciencia de este poderoso activo creativo (trad. McMurtry, 2015, p 8)". Además, la misma autora se muestra bastante optimista con respecto al audio drama actual; el Reino Unido es uno de sus más fervientes productores, no solo por ser una de sus cunas, sino por ser innovador en los procesos que buscan democratizar la creación de estas historias para ultrapasar las paredes de un estudio y pasar a los satélites y a la interconectividad. Así lo describe en otro de sus textos, publicado el mismo año, *The Future of Satellite Audio Drama*: "The future of continued innovation in satellite audio drama in English is implicit in creating better organization, larger talent pools, and negotiating fair use policies in fan audio production (McMurtry, 2015, p 52)."²

Otros textos también tratan con un tema clave en la historia de los audiodramas: la adaptación de otras obras a un formato completamente sonoro. Desde la creación de la radio, esta se ha utilizado como medio para vehicular información, una corriente que no tardó en evolucionar a la lectura de libros y posteriormente, el surgimiento de las obras radiales; historias leídas como si se estuviese en tablas. El profesor británico Richard Hand habla extensamente sobre la flexibilidad que la radio ha brindado a los artistas para plasmar obras antes encontradas entre

² El futuro de la continua innovación en el audio drama satelital en Inglés es implícito en crear mejor organización, mayores fuentes de talento, y en negociar políticas de uso justas en la producción de audio por aficionados (traducido por el autor)

páginas a los oídos de oyentes ávidos por historias, además de creer fielmente que el nuevo siglo trae sino opciones 'a la carta' para el "audioescucha":

Aunque es uno de los campos más descuidados de la cultura de la interpretación, a lo largo de su historia el drama de audio ha sido prolífico e impactante. Al principio del advenimiento de la radiodifusión, el drama radiofónico demostró ser enormemente flexible, creando diferentes formatos de drama, desde serializaciones hasta obras independientes, así como inventando géneros como la telenovela y desarrollando foros distintivos para la ciencia ficción, la fantasía, las novelas policíacas y otras narrativas populares. [...] En el siglo XXI, internet ha creado una nueva era de audiodrama: nunca ha existido un abanico más fluido de opciones a través de las cuales poder consumir radio en red o independiente y, además, son sitios web que transmiten materiales de archivo y podcasts de trabajos experimentales o de aficionados. En resumen, con una plétora de obras disponibles del pasado y del presente, nunca ha habido un momento más rico para ser un "oyente" (Hand, 2018, p 1).

Otro texto, *Only half the story: Radio drama, online audio and transmedia storytelling*, insiste en que, como existe tanto material siendo subido a la nube, las preferencias entre oyentes pueden surgir con mayor facilidad, ya que "la audiencia de audio descargable puede escoger cuándo escuchar [las obras] y cómo escuchar, por ende crea la posibilidad para una nueva generación de formas completamente nuevas de *audio drama* (Dann, 2014, p 348)". Así como lo describió el escritor y locutor Lance Dann, una autora y profesora holandesa llamada Eline Van der Jonckheyd está de acuerdo con él en esta visión sobre la disponibilidad del audio drama para sus fervientes oyentes. En su disertación doctoral, *When accessibility becomes storytelling: from audio description to audio drama*, la profesora añade a esta discusión el elemento de la audiodescripción (normalmente utilizada para la inclusión de gente ciega en el consumo de productos audiovisuales) como su propio audio drama, al partir de elementos similares entre ambos procesos para describir y contar historias (Van der Jonckheyd, 2016, p 29).

Sea cual sea su forma, los productos sonoros que tengan narrativas dramáticas pueden almacenarse de tal forma que lleguen a utilizarse por intereses culturales o por validez histórica. Por lo menos en Latinoamérica, el conglomerado español Grupo PRISA maneja una base de datos con gran cantidad de material sonoro a disposición de unas cuantas compañías que lo conforman, entre ellas la cadena colombiana Caracol Radio. Más allá de esto, el Grupo PRISA

inició un nuevo proyecto llamado Podium Podcast, donde la idea tras el archivo de ficciones hechas para radio –el pensamiento tras su producción– se dirija a la creación de contenido sonoro en un formato digital; que se aleje de la inmediatez informativa y le apunte a "la creación y distribución de contenidos atemporales (Rodríguez, 2016, p 93)". Aún así, en términos de su archivo, Podium Podcast va un poco más atrás con respecto a la emisora madre del Grupo PRISA, la Cadena SER. Así está descrito en el texto previamente citado, *Reutilización de la ficción sonora en la Cadena Ser. El caso de Podium Podcast*, de la investigadora Miriam Rodríguez Pallares:

[...] en su período inicial, Podium Podcast ejemplifica que las nuevas formas de producción y distribución digitales son catalizadoras de la reutilización de contenidos de archivo, por un lado, y de la creatividad radiofónica, por el otro. Sin embargo, paradójicamente, sus contenidos no son sometidos a gestión documental. Mientras la producción de la ficción sonora bajo el indicativo de la Cadena SER es descrita de acuerdo a criterios documentales y archivada en Enciclomedi@, la producción propia de Podium Podcast no. Esta última se conserva únicamente en servidores internos y en copias de seguridad externas, lo que implica, en primer lugar, que no se incluyen en el repositorio permanente de Prisa Radio y, en segundo lugar, que no se les añaden metadatos descriptivos que faciliten su recuperación lo que, en última instancia, tiene como fin su reutilización futura o, lo que es lo mismo, su rentabilización (Rodríguez, 2016, p 95).

Esta falta de documentación de los productos sonoros ha sido solventada, y hoy muestra el potencial que Podium Podcast ofrece con respecto a la utilización de "[...] la tecnología digital [...] no solo para la creación y la distribución de contenidos, sino también para la reutilización de fondos de archivo de acuerdo a criterios de trascendencia cultural. Criterio que cumple, sin lugar a dudas, la ficción sonora (Rodríguez, 2012, p 96)".

Por otro lado, existen autores como la investigadora Rachel Rochester PhD., que analizan el poder del audiodrama para internalizar temas que afectan a nuestra realidad y así generar una respuesta positiva por parte de la audiencia. Según ella, cuando un referente sonoro emula la realidad, los comportamientos representados a través de los personajes del audio drama son más efectivos para que el oyente los asimile más allá de la historia creada. Ella analiza este efecto en su escrito *We're Alive: The Resurrection of the Audio Drama in the Anthropocene*. El título de este texto se refiere a la época del antropoceno, donde los humanos nos hemos

vuelto una fuerza "biogeofísica" para el planeta, y por lo tanto debemos responder con ahínco a problemas que lo afectan, como el cambio climático (trad. Rochester, 2014, p 361). Aquí, la autora hace una declaración informada sobre la fuerza que una obra sonora puede ganar cuando aprovecha ese único recurso que tiene a su disposición para generar cercanía con el monólogo interno del oyente.

Posteriormente, al reforzar el hecho de que el sonido es un instrumento de mediación, Rochester cita al filósofo Theodor Adorno al decir que el sonido no deja "espacio para la reflexión conceptual entre sí mismo y el sujeto, y por lo tanto crea una ilusión de inmediatez en un mundo totalmente mediado (Adorno, 1976, citado en Rochester, 2014, p 364)". Con esto en mente, el resto del texto abarca el análisis de Rochester sobre el audio drama de *We're Alive, A Story Of Survival* como una obra sonora que utiliza las cuestiones psicológicas del sonido para darle paso a una narrativa con una estética contemporánea, pero a la vez ficticia. Es una serie que trata sobre un futuro apocalipsis zombie llevado a cabo por la humanidad y su abuso de los recursos de la Tierra, con un ensamble de personajes construidos con el propósito de imitar pensamientos que cualquier persona podría tener en un escenario similar.

Esto lo logra el director de la serie, Kc Wayland, al asignar momentos a lo largo de la serie donde cada personaje tenga monólogos interiores extensos; éstos refuerzan la cercanía con los oyentes al unir su pensamiento con su percepción auditiva, y así, crea empatía con el argumento de la serie (Rochester, 2014, p 365). Por lo tanto, los oyentes de *We're Alive* se disponen a escuchar activamente, y continuar la conversación sobre el cambio climático de formas que no serían posibles con métodos discursivos basados puramente en información y hechos fríos.

En resumen, esta descripción de los textos encontrados en este estado del arte da a entender que los audio dramas, sea por los escenarios que crean o por las formas y medios que usan para contar historias, aún tienen relevancia para mucha gente. Por lo tanto, también existen productos sonoros que son de especial interés para analizar, no sólo por ser bastante recientes, sino por mostrar algunas fortalezas y falencias que deben tenerse en cuenta al hacer una audionovela.

DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Además de hacer un análisis de textos empíricos, se realizó una búsqueda de productos sonoros que sirvan como ejemplo para este trabajo de grado y se encontraron tres con características

destacables para este proyecto. En los siguientes párrafos se mostrará el análisis realizado para cada producto.

Un ejemplo claro del impacto que una historia sonora puede tener es visto en la serie de podcast *Serial*: una serie de periodismo investigativo que muestra el desarrollo de una historia real a lo largo de un formato episódico. Esta serie cuenta el proceso de investigación de un asesinato, desde la perspectiva de una periodista que quiere descubrir todos los lados de la historia que la policía parece no haber contado. Fue un proyecto iniciado en 2014, y fue tan popular que llevó a que el podcast tuviera más relevancia en la escena cultural estadounidense, y hoy en día lo mantiene relevante ante los oídos de los consumidores ávidos de contenido diferente. Aún así, por ser una historia contada desde la perspectiva de una periodista investigativa, es probable que haya un interés detrás de ella, y la trama se encontraría parcializada entre la perspectiva de la periodista y la realidad de los hechos. Puede que a muchos consumidores no les importe, ya que lo verdaderamente importante es que la historia "esté buena" y que capte la atención hasta su eventual desenlace (Pinarello, 2020). Resulta irónico que un escudriño tan minucioso por parte de una periodista cree una historia contundente pero contada con detalles omitidos; es difícil que las historias basadas en hechos reales se den tanto lujo al omitir o incluir detalles, ya que la veracidad de la historia puede verse afectada, pero en el caso de *Serial*, la historia ha continuado. Luego de que la serie original acabase su primera temporada, en el 2015 se inició una historia con un tema diferente; en vez de un asesinato, se cuenta la historia de secuestro de un soldado estadounidense (una temática que los colombianos pueden entender bastante bien, por desgracia). Esta temporada fue menos alabada que la anterior, ya que su enfoque fue menos de resolver un misterio, y más de analizar el pensamiento de un soldado secuestrado, además de las repercusiones que tuvo su respectiva búsqueda en su antiguo pelotón, y muchas otras cosas (Baron, Z., 9 de marzo de 2016). Por último, la tercera temporada se centró en construir un escenario sonoro palpable y realista; el de un complejo judicial en Cleveland, donde cada empleado trabaja dentro de un sistema mucho más profundo y controvertido; el sistema legal estadounidense (Liptak, A., 23 de septiembre de 2018). En esencia, la serie de *Serial* prueba que los productos sonoros tienen el potencial de criticar la realidad en la que se vive, pero es necesario ser estratégico para hacerlo, y saber cuando se quiere hacer periodismo mediante una narración.

Otro ejemplo a destacar sobre una obra sonora innovadora es el de la audionovela *Yo confieso*, un proyecto sonoro llevado a cabo por la sección cultural del periódico *El Espectador*. Según

el guionista de la obra, Fernando Araújo Vélez, este audio drama es totalmente ficcional pero nacido de una conversación y un texto propio (Araújo, 2020) que dieron paso a la construcción de una narrativa colaborativa, mezclando elementos de la ciudad de Bogotá y su historia con un hilo conductor "eclesiástico". Cuenta la historia del padre Andrés Eugenio Santa Cruz, un hombre devoto a la Iglesia Católica que se ve envuelto en una conspiración que pondrá a prueba su vida y su fe en la institución a la que ha decidido servir. A lo largo de 22 episodios de entre 30 y 20 minutos, la narración de este protagonista nos permite adentrarnos en su propio arrepentimiento y su desconfianza en la palabra de Dios, luego de haber sufrido tanto por haber sido más curioso de la cuenta. El sacerdote se tropieza con unas maquinaciones bastante macabras, y no tarda en descubrir que sus compañeros del Seminario no son tan santos como él creía. Lo más impactante sobre este audio drama es que fue producido de forma bastante autodidacta (Araújo, 2020), con todos los involucrados aprendiendo sobre la marcha. Cabe resaltar que muy pocos actores profesionales participaron en las grabaciones; casi todos los personajes fueron interpretados por periodistas de la sección de cultura de *El Espectador*. Esto le brindó una representación más humana a los personajes, pero en términos de contenido emocional, se quedan un poco cortos en expresar sus diálogos de forma convincente. No obstante, la historia es verosímil por otros múltiples factores, como el paisaje sonoro cotidiano y las interacciones descriptivas entre varios de los personajes. Además, sus productores consiguieron solventar bastante bien la diferencia de audio presentada en ciertos diálogos, debido a que se debió producir parte de la audionovela en medio de la pandemia del COVID-19. Una de las actrices principales de la audionovela, la estudiante Manuela Cano, dijo que hacer esta obra fue por puro amor al arte, sin pensar en su rentabilidad futura ni nada por el estilo; fue por contar una historia innovadora de forma empírica, con sus respectivos retos actorales (Cano, M., comunicación personal, 8 de octubre de 2020). En esencia, esta audionovela muestra que no se necesita tener mucho entrenamiento actoral ni tanta formación técnica para producirse, sino que el amor por contar una historia que enganche con su público es lo más importante.

Finalmente, el último proyecto sonoro analizado fue uno con el nombre de *Las bestias invisibles*. Es una obra original del dramaturgo y profesor de literatura Mauricio Arévalo Arbeláez, originalmente concebida como una obra para las tablas; cuando la pandemia del coronavirus se agravó, Arévalo asumió el reto de transformarla en un relato sonoro dividido en cinco episodios de entre 13 y 30 minutos, modificando aspectos clave de su concepción original para adaptarlos a un formato de podcast (Espinoza, L., 3 de septiembre de 2020). La historia

relata las interacciones entre un grupo de estudiantes de un colegio bogotano de estrato alto y su profesor de literatura, mientras se encuentran escondidos en un armario al intentar huir de un tiroteo. Esta obra explora, a través de las voces de actores profesionales, varios aspectos; las tribulaciones de unos estudiantes con una visión del mundo algo clasista; la cínica y descorazonada perspectiva de esas visiones por parte de algunos de ellos; las conversaciones continuamente más honestas entre los alumnos y su docente, además de los pensamientos de un profesor genuinamente imperfecto. A lo largo de su corta duración, esta obra de radioteatro logra plasmar el espacio de memoria de cada personaje a través de monólogos internos y paisajes mentales de tal forma que cada "bestia" presentada en la historia se manifieste de forma implícita "en escena". A través de esta construcción sonora, se evidencia un ejercicio de adaptación contemporánea bastante completo, demostrando que los audio dramas pueden surgir de la vida cotidiana con mucha más frecuencia que la ficción, pero claro, aún hay mucho espacio para que la imaginación sonora atraviese narrativas sui generis.

Al final de este estado del arte, se evidencian parámetros muy importantes a tener en cuenta al construir una audionovela contemporánea. Aún así, se debe constatar que, para propósitos de este trabajo de grado, se hizo una labor de mayor investigación práctica para conseguir entender las narrativas que son relevantes para las generaciones de jóvenes adultos hoy en día. Esto se llevó a cabo con el fin de hacer un balance temático entre los asuntos más objetivos que se pudieran plasmar sonoramente y los gustos subjetivos del creador de la audionovela; al hacerlo, se pudo proceder con la construcción de una audionovela que pueda contarse a través de ese medio, y que también pueda compartirse de forma masiva. Así, podrán fomentarse espacios donde la historia pase a formatos transmediáticos, y evolucione más allá de la narrativa y pase a formar parte de la cotidianidad. Aunque parezca descabellado, se vale soñar en grande para un proyecto así; lo único que esta audionovela busca es sumar un granito de arena a la historia sonora colombiana e inspirar a nuevas voces a que cuenten sus historias a través del amplio e incomprensible mundo del sonido.

4.2: Perspectivas sobre creadores de contenido sonoro

En párrafos anteriores se describieron cinco de las nueve entrevistas realizadas para este proyecto. Dichas entrevistas fueron realizadas a profesionales de la psicología para entender sus perspectivas frente a las problemáticas juveniles y a jóvenes ciudadanos cuyos testimonios de vida resultaron resonaron con las problemáticas descritas previamente. Luego de esto, se

indagó sobre las perspectivas de algunos creadores de contenido sonoro, con respecto a la realización de productos con validez artística y narrativa dentro de los cánones de lo sonoro.

La sexta entrevista le fue realizada a Mauricio Arévalo Arbeláez, escritor y profesor de la Universidad de los Andes, y un amante consagrado de la literatura y el teatro. A lo largo de la entrevista, fue contando cómo fue el proceso de adaptación de una obra de su autoría, *Las bestias invisibles*, a un formato sonoro. Uno de los puntos en los que más insistió fue en la transformación de su obra a un formato de podcast debido a la necesidad de producción que la pandemia del COVID-19 abrió. Además, por su interés en formatos como las ficciones sonoras presentes en Radio Ambulante y Podium Podcast, decidió enfocar sus esfuerzos en adaptar su obra para que la historia que quería contar usase los elementos del lenguaje sonoro a su favor; la voz, la música, los silencios y los efectos. Al ser una historia de terror, los sonidos se adecuarían para crear un ambiente de tensión, idóneo para los cinco capítulos de la obra. También, al traer el tema de la generación de cristal a colación, Arévalo enfatiza que, entre más auténtica sea la historia por contar de un personaje, paradójicamente se torna aún más universal, debido al hecho de estar contando la historia de un individuo “real”. Arévalo recalca la importancia de construir personajes de forma clara (no necesariamente extensa), para darle verosimilitud al relato (Arévalo, M. comunicación personal, 20 de abril de 2021). Por ende, esto causa que los oyentes de la obra se puedan conectar con los sucesos en ella, incluso si no han vivido experiencias similares.

La séptima entrevista le fue realizada al diseñador sonoro Alexander De Winter De La Parra, quien estuvo encargado del diseño sonoro de la audionovela *Toxicomanía*, una ficción histórica sobre el intento de legalizar todas las drogas en el México de los años 40. Durante la entrevista, se mostró enfático en ahondar sobre ciertos aspectos técnicos relevantes a la producción de la obra, debido a que utilizó el software insignia del mercado para hacerlo; Pro-Tools. Además, también destacó temas que a varios realizadores se les olvida, entre ellos el presupuesto con el que se cuenta para crear sonidos, y el tiempo con el que se cuenta para hacerlo (De Winter, A. comunicación personal, 20 de abril de 2021). Un sonido no necesariamente sale de la nada, pero la verdadera creatividad surge cuando, con pocos recursos, los sonidos más increíbles pueden surgir.

En el caso de De Winter, esto también aplicó para los sonidos simples, como las pisadas de un personaje al caminar. Eso sí, también enfatiza en lo siguiente: como el sonido está tan ligado a

la imaginación, el presupuesto no necesita ser tan alto, el límite es impuesto por el mismo oyente. Tanto es así, que De Winter está de acuerdo con Arévalo con respecto a la construcción de personajes, pero le suma que la habilidad interpretativa del actor (al igual que su dirección actoral) también pesa sobre el desarrollo de la obra sonora. Finaliza la entrevista diciendo que, si un elemento es mal grabado, embellecerlo digitalmente no le favorecerá a la obra completa. La producción de cualquier obra sonora debe ser hecha con sumo cuidado frente a la calidad y la intencionalidad de cada elemento.

La octava entrevista le fue realizada a Fernando Araújo Vélez, escritor, periodista y actual editor cultural del periódico El Espectador. Fue por su gestión que se realizó la primera audionovela de un medio periodístico en Colombia, una obra sonora titulada *Yo confieso*. A lo largo de la entrevista, Araújo Vélez insiste que la creación de la obra fue un trabajo colectivo sobre la marcha, y con actores naturales. Además, insiste en un punto similar al que Arévalo presentó en su entrevista: la ficción puede llegar a ser mucho más real (más verosímil) que la realidad. Desde El Espectador, se habían llevado a cabo varias charlas para idear nuevos productos que consiguiesen llegarle al alma del consumidor más allá de una noticia en un formato periodístico (Araújo, F., comunicación personal, 24 de abril de 2021).

En ese sentido, quiso que sus compañeros periodistas, que lo estaban ayudando a producir la obra, fueran ellos mismos al interpretar a sus personajes. Esto se acomodó a la idea de darles a los personajes su propio color, y a un proceso de autodescubrimiento por parte de los intérpretes, más allá de los aspectos técnicos que requería la obra de *Yo confieso*. Por ese ámbito, insistió que la audionovela a producir para este proyecto en particular podría tomar un rumbo similar; cada persona tiene toda una vida detrás, y un formato sonoro puede ser idóneo para contarla, debido a la cercanía que se genera con el oyente. Más allá de saber escribir guiones y manejar el programa de Adobe Audition, Araújo Vélez finaliza la entrevista citando a Winston Churchill, diciendo que lo más importante no es la aptitud, sino más bien la actitud.

Por último, la novena entrevista fue realizada a Manuela Cano Pulido, estudiante de Antropología y Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana. Ella estuvo involucrada, junto con Araújo Vélez, en la realización de la audionovela de 22 capítulos titulada *Yo confieso*, del periódico El Espectador. Su participación en la obra sonora fue interpretando a una de las protagonistas de la historia, la espía Lucrecia Sandoval; fue un proceso que le permitió descubrir una dimensión de su personalidad previamente inalcanzable para ella. A su

vez, también ayudó a editar varios de los capítulos de la novela. Una de las cosas importantes que ella recalca del proceso de producción fue hacer las grabaciones de forma remota, debido a la contingencia del COVID-19 presente en el mundo. Además, también tuvo algunas cosas que decir con respecto a los jóvenes y a la generación de cristal: una de las relaciones más importantes que los jóvenes tejen es la que forman con su entorno y su ciudad, al igual que la estabilidad de su salud mental (Cano, M., comunicación personal, 27 de abril de 2021).

Capítulo 5: La audionovela, un formato híbrido de narración

Debido al alto consumo de historias sonoras a través de plataformas digitales como Spotify, Amazon Music, YouTube, Audible, Spreaker, iVoox, entre otras, el contenido de estas narraciones se ha visto transformado de variadas maneras. Aquellas transformaciones conllevan un entendimiento mayor de la audionovela como tal, por el hecho de que se utiliza un término más genérico para referirse a ellas: podcasts. Eso sí, dicho término engloba productos de géneros distintos a las audionovelas como tal, pero funciona para resaltar las capacidades que tienen las susodichas para brindarle una experiencia única al consumidor. La BBC utiliza una lista de once indicadores que determinan el éxito en los podcasts, y aquello que distingue a estos productos de la radio convencional:

1. A podcast is not a radio programme even if radio programmes can be made available to the public as podcasts.
2. For a younger generation who will never own a radio, podcasts are their radio but, reread rule 1.
3. The story and topic will always be the guide for the length of a podcast.
4. Podcasts are built for the headphone generation, be respectful, warm and gentle inside their heads.
5. Use your f-bombs wisely; be informal, be intimate, but, the freedom to use raw language does not mean it's an obligation.
6. Podcasts are a visually powerful form of audio, they can be cinema for the ears.
7. The angels are in the detail, podcasts tell big, thorny and emotionally complex stories, real and made up
8. Podcasts offer clarity in chaos; in a manic news cycle, podcasts offer focus and context.
9. Podcasts are tribal; they bond and deepen communities.
10. Regardless of where they spring from, podcasts are natively global digital forms of audio.

11. Podcasts are agile; they can take all the rules above and change them, except rule 1. (2018)³

El sexto inciso también ha sido citado por los autores Laura Martínez-Otón, Cristina Rodríguez-Luque y Mario Alcudia-Borreguero en su texto *El reportaje de historias de vida como punto de partida de la radio dramatizada y el 'podcast' de no ficción en el ecosistema digital* (2019). Estos autores reafirman la noción de la previamente mencionada Miriam Rodríguez Pallares, en el sentido de que los nuevos productos digitales buscan encapsular las fortalezas de las producciones sonoras de antaño y ponerlas a disposición de nuevas audiencias:

El podcast viene a recuperar la ficción en la radio, el teatro radiado, las novelas de sonido, etc. que quedaron desplazadas en el momento en el que la imagen tomó el relevo del pódium de la comunicación [...] Esa radio mantiene su esencia acrecentada por las posibilidades de la tecnología, que aumenta la experiencia sonora de manera más envolvente (Rodríguez Pallares, 2017, como citado en Martínez-Otón, Rodríguez-Luque & Alcudia-Borreguero, p 138, 2019).

Por lo tanto, al utilizar un formato conocido de los productos sonoros de antaño y configurarlo para las audiencias actuales, la audionovela puede constatarse como un formato híbrido para contar historias. Dicho esto, es importante recalcar algunas de las diferencias existentes entre los productos sonoros del pasado y del presente, para así poder resaltar con mayor vehemencia sus similitudes y sus mayores fortalezas a la hora de narrar experiencias y sensaciones.

5.1: Diferencias y similitudes entre la radio de antaño y los formatos actuales

-
1. ³Un podcast no es un programa de radio, incluso si los programas de radio se pueden poner a disposición del público como podcasts.
 2. Para una generación más joven que nunca tendrá una radio, los podcasts son su radio pero, releen la regla 1.
 3. La historia y el tema siempre serán la guía para la longitud de un podcast.
 4. Los podcasts están diseñados para la generación de auriculares, sean respetuosos, cálidos y suaves dentro de sus cabezas.
 5. Use sus groserías sabiamente; sea informal, sea íntimo, pero, la libertad de usar lenguaje crudo no significa que sea una obligación.
 6. Los podcasts son una forma visualmente poderosa de audio, pueden ser cine para los oídos.
 7. Los ángeles están en los detalles, los podcasts cuentan historias grandes, espinosas y emocionalmente complejas, reales y/o inventadas.
 8. Los podcasts ofrecen claridad en el caos; en un ciclo de noticias maniaco, los podcasts ofrecen enfoque y contexto.
 9. Los podcasts son tribales; unen y profundizan a las comunidades.
 10. Independientemente de su origen, los podcasts son formas digitales de audio nativamente globales.
 11. Los podcasts son ágiles; pueden tomar todas las reglas anteriores y cambiarlas, excepto la regla 1 (traducidos por el autor).

Según el autor Melvin Rivera Velázquez, el factor que determina cuándo se habla de un producto radiofónico y un podcast es la cantidad de libertad que tiene el producto para tratar diversos temas (Rivera, 2021). Los productos que normalmente se escuchan en la radio tienden a ser dirigidos

a una audiencia masiva con una limitación geográfica y de formato. Para lograrlo incluyen una variedad de temas populares como noticias, chismes de celebridades, deportes, el tránsito y el tiempo local. A menudo la radio presenta a un simpático grupo de anfitriones discutiendo temas populares. Por otro lado, los podcasts, no están limitados por un formato y la geografía, son generalmente dirigidos a una audiencia nicho y son temáticos (Rivera, 2021).

Además de esto, la tecnología de la sindicación realmente simple (RSS, por sus siglas en inglés) ha permitido que los podcasts se almacenen en repositorios digitales de alcance global. Esto ha llevado a que los productos sonoros actuales tengan una audiencia inclusive mayor que la radio convencional, pero de forma errónea, algunos productores piensan que el simple hecho de subir un programa de radio a una plataforma lo convierte directamente en un podcast. Esto no es verdad, por una sencilla razón; el lenguaje que utiliza la radio está basado en una temporalidad específica, mientras que los productos tipo podcast contienen nuevos códigos lingüísticos que permiten que puedan escucharse en cualquier momento y en cualquier lugar. En el texto *Nueva comunicación sonora. Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting*, los investigadores David García-Marín y Roberto Aparici describen esta nueva tendencia:

Los podcasts han adquirido una gramática narrativa propia, autónoma, específica y separada de la radio que se adentra en experiencias creativas transmedia al extender sus relatos en plataformas diversas, construir diferentes tipos de contenidos en distintos lenguajes mediáticos e incluir a los oyentes en la producción de los programas (García-Marín, 2017, como es citado en García-Marín & Aparici, p 1072, 2018).

Cada uno de estos productos tiene sus fortalezas y sus debilidades, pero hoy en día, los varios elementos que componen las narrativas de los productos tipo podcast los hacen una opción más apetecida por las generaciones más jóvenes, ávidas por el consumo digital. Rompiendo esquemas estandarizados provenientes de la radio tradicional, estas innovadoras creaciones fomentan una nueva manera de construir productos sonoros añadiéndoles...

múltiples manifestaciones expresivas que se dispersan en espacios diversos, tanto digitales como analógicos. Su lenguaje constituye una verdadera ruptura frente al modelo exclusivamente sonoro de sus inicios y frente a las lógicas narrativas de la radio tradicional (García-Marín & Aparici, p 1081, 2018).

En esencia, los productos tipo podcasts tienen alcances vanguardistas con respecto a las formas en las cuales se manifiestan sus historias, muchas de ellas siendo a través de formatos transmedia.

5.2: Contenido transmedia

Para los creadores actuales de contenido sonoro, se presentan nuevos desafíos al contar historias, debido a ciertos factores: la cantidad de accesos que le provean al oyente para consumir su historia, el tipo de adaptación que harán a sus obras para ajustarse al lenguaje sonoro, la expansión que tendrán sus contenidos más allá de la plataforma donde se escuchen, y la mercancía generada por dichos productos (parafraseando a Askwith, 2007, como es citado en García Marín & Aparici, p 1073, 2018). Estas características forman parte de las narrativas transmedia, que no son más que relatos "[...] donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en [los cuales] una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión de [los] relato[s] (Jáuregui, 2018)".

Los elementos externos de una audionovela pueden definirse como transmedia, aunque deben analizarse las hipermediaciones que surgen del entorno donde esta se encuentra almacenada. En el texto *Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital*, de los investigadores Carlos Gutiérrez-González y Rafael González-Pardo, se analiza este concepto partiendo de las características que lo componen dentro de los medios de comunicación actuales:

Scolari (2008) establece cinco características a la luz del concepto de hipermediaciones, que son importantes para indagar acerca de las nuevas configuraciones que van más allá de los medios tradicionales. Las nuevas formas de comunicación se diferenciarían de las tradicionales, entonces, debido a la transformación tecnológica (digitalización), la configuración muchos-a-muchos (reticularidad), las estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad), la convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad) y la participación de los usuarios (interactividad) (Scolari, 2008, como se citó en Gutiérrez-González & González-Pardo, p 100, 2019).

Si las radionovelas de antaño pretendían permear a distintas generaciones de oyentes de mensajes cargados de información contextualizada socioculturalmente (Suárez Ospina, Caicedo Toro & Ortiz Ruiz, 2020), el contenido transmedia proporciona un sinnúmero de posibilidades de creación para productos sonoros en base a su alcance y disposición ante sus usuarios. Esto decía Andrea Ximena Holgado en su texto *La radio expandida: narración sonora, arte y literatura*, con respecto a la unión de nuevos conceptos para producir piezas sonoras:

Pensar las producciones radiales como piezas sonoras nos abre el universo creativo hacia otras disciplinas; hacia otros abordajes posibles en el relato sonoro/radiofónico. El trabajo interdisciplinario es, sin duda, lo más cercano al abordaje del conocimiento. La separación de las ciencias sociales por disciplinas, ha respondido más a lógicas histórico políticas, y también miradas epistemológicas, que al discurrir de la vida de una comunidad, una cultura en sus tiempos históricos y realidades territoriales. Por esto, al abordar un proceso creativo para las producciones identitarias sonoras, el cruce con el arte en sus diferentes manifestaciones es sumamente enriquecedor, y hasta diría indispensable al momento de ponernos a trabajar (Holgado, p 94, 2016).

Al querer producir una audionovela de interés juvenil con nuevas técnicas y temas de interés para su audiencia, se buscó darle este toque "transmediático" para que las historias contadas en ella pudieran resonar con su público.

Capítulo 6: La generación de cristal, una audionovela

La audionovela que fue creada como proyecto de grado se llama *La generación de cristal*, tomando como punto de partida las historias de vida de jóvenes ciudadanos bogotanos. Estas historias de vida no fueron adaptadas palabra por palabra; más bien, fueron simplemente las bases para construir una narración creíble. Las problemáticas descritas anteriormente también sirvieron de inspiración para conformar el hilo narrativo de cada capítulo, específicamente una que no fue mencionada previamente: el amor joven.

La historia gira en torno a tres jóvenes; Manuel, Jaime y Sofía. Manuel ha sido amigo de Sofía toda la vida, y desde hace tiempo ha estado enamorado de ella; no sabe cómo decírselo, hasta ahora. Jaime –un gran amigo de Manuel– le da ánimos para que le exprese a Sofía todo lo que siente por ella. Para eso, Manuel escribe una carta donde explaya todos y cada uno de sus

sentimientos y se la lee a Sofía por videollamada. Unas semanas después, Jaime y Sofía se vuelven pareja, y Manuel sale del closet como bisexual. Debido a que Sofía no le devolvió sus afectos y empezó a salir con Jaime, Manuel se siente traicionado. Jaime y él tienen una fuerte discusión y no vuelven a hablarse desde entonces.

Años más tarde, ya en la universidad, Jaime ha estado asistiendo a terapia para tratar sus emociones suprimidas. Su relación con Sofía ha venido en declive, al igual que sus calificaciones; tanto así, que su padre ya lo amenazó con sacarlo de la casa si volvía a reprobar algún parcial. Con desánimo, se levanta de la cama para salir a la universidad y tomar un "fácil" parcial de Bioquímica. Al terminar el día, Jaime va en el carro con Sofía, y comienzan a discutir por una tontería; éste termina echándola del auto. Luego de esto, Jaime llega a su sesión semanal de terapia; una sesión que le permite a Jaime entrar en razón. Luego de esto, Jaime decide disculparse con Manuel. Ese mismo día, llama a Sofía para pedirle perdón también.

Luego de responderle a su novio, Sofía llama a un Uber para encontrarse con Jaime en un café. Por desgracia, empieza a caer una fuerte tempestad, empeorando el tráfico y dilatando la llegada de Sofía. Por lo tanto, ella y el conductor de su Uber, Ricardo, conversan para pasar el rato. Eventualmente, la historia de Ricardo conmueve a Sofía, y la deja con bastantes reflexiones sobre la realidad del país. Cuando por fin llega al café, Sofía habla un rato con Jaime, y se disculpan mutuamente, reafirmando su compromiso el uno con el otro.

Este es el argumento de la audionovela hasta el momento. Fue producida a través del programa Adobe Audition, dentro de los estudios de Centro Ático de la Pontificia Universidad Javeriana. Se contó con el uso de efectos de sonido y música de uso libre de derechos a lo largo de todos y cada uno de los episodios. Dichos elementos fueron descargados de bancos sonoros de uso gratuito. En los siguientes dos enlaces, se podrá acceder al repositorio entero de *La Generación de Cristal*. El primero es donde se encuentra alojada la audionovela en [Spotify](#), y por donde los futuros oyentes pueden compartir los episodios como a ellos les plazca. El segundo enlace es la [página web](#) de la audionovela como tal, donde se encontrará información acerca de los capítulos, los personajes y los distintos elementos transmediáticos utilizados en el desarrollo de esta obra sonora.

Al escuchar el producto terminado, se han obtenido reacciones variadas, rondando desde el disfrute y la comprensión, hasta la burla y la risa. Algunos han considerado que la realidad

presentada en uno de los episodios era algo exagerada, pero basada en hechos cotidianos difíciles de ignorar. Otro testimonio afirma que los jóvenes experimentan su vida en la ciudad de formas algo diferentes, no necesariamente desde una perspectiva tan melodramática como las presentan los episodios. Sumado a eso, la consideraron una opinión intrigante sobre las relaciones entre los jóvenes. Eso sí, la audionovela destaca ciertas críticas a la imagen creada del individuo a partir de las percepciones ajenas, especialmente en el episodio 2; no muy diferentes a las aseveraciones del doctor Schumacher. Algunos oyentes se vieron identificados con el razonamiento del personaje de Jaime, ya que muchos se han visto en una posición de hastío luego de un día difícil y largo, en especial en una ciudad como Bogotá. Dicha reacción es similar a la que fue descrita por la investigadora Rachel Rochester PhD., con respecto a la interiorización de lo sucedido en la audionovela por parte de su audiencia.

A final de cuentas, lo que se busca es que la audionovela continúe más allá de la presentación de este trabajo de grado, dándole cabida a un mayor número de historias para que sean contadas de forma sonora.

6.1: Narrativas transmedia en la presentación de la audionovela

Como fue dicho en párrafos anteriores, las narrativas transmedia permiten que los consumidores participen de forma activa en la expansión de las historias, y esta audionovela no es la excepción. Cada capítulo cuenta con un elemento transmediático en específico que profundiza ciertos aspectos del argumento de la audionovela.

El *primer episodio* habla sobre una carta que Manuel le escribe a Sofía; esta carta está basada en una pieza epistolar real. El autor de esta pieza autorizó su divulgación para fines estrictamente pedagógicos, siempre y cuando fuese modificada para servirle a la historia omitiendo ciertos eventos delicados de la carta original. Luego de llegar a este acuerdo, la carta fue interpretada por el actor de voz de Manuel, y presentada de forma audiovisual. Al mostrar esta carta junto con el primer episodio, se buscó darle verosimilitud al raciocinio del personaje Manuel, brindándole complejidad a una trama previamente simple.

El *segundo episodio* trata temas de salud mental para los jóvenes, centrándose específicamente sobre las relaciones entre los jóvenes. A lo largo de su desarrollo, este episodio cuenta como el remordimiento y la culpa pueden cegar el comportamiento de los jóvenes, llevándolos a cometer actos de agresión desmesurados. Cabe resaltar que no se insinuó ninguna demostración de agresión física a lo largo del episodio; solamente se interpretaron agresiones verbales de forma sonora. Además de esto, se mostraron distintos grupos musicales, para denotar los diferentes gustos entre miembros de la misma generación, queriendo mostrar que incluso los clásicos nunca mueren. Por lo tanto, se creó una pequeña pieza audiovisual con distintos fragmentos de piezas musicales de variada índole, basándose en las respuestas de la encuesta realizada para este proyecto.

Por último, el *tercer episodio* tocó levemente las realidades que las movilizaciones sociales significaron para la generación de cristal, desde varias de sus aristas. De igual forma, también se buscó mostrar que la reconciliación también es importante para continuar viviendo. La pieza transmedia relacionada a este episodio se divide en dos partes: los bloopers sonoros durante la filmación de la audionovela, y las respuestas de la encuesta relacionadas directamente con la generación de cristal. Así se podrá evidenciar las posibilidades para narrar incontables historias en este formato más adelante.

Capítulo 7: Conclusiones Finales

Puede parecer sesgado que una persona que forma parte de la generación de cristal cuente una historia sonora relacionada con ella. Eso sí, el objetivo que se buscó cumplir con este cometido fue utilizar las experiencias, vivencias y relatos proporcionados por jóvenes contemporáneos al autor para construir una historia sonora conmovedora; una historia que invitase a la reflexión y al entretenimiento. El único sesgo verdadero que hubo fue el uso de la propia creatividad del autor para cotejar los múltiples insumos disponibles para construir una historia que tuviera sentido.

Durante el proceso creativo, hubo ciertos momentos destacables dentro de la producción de la audionovela. Al principio, la historia estaba pensada para abarcar cinco a diez capítulos, pero terminó reduciéndose a tres solamente. Dicho acontecimiento se debió al tiempo extra que se le dedicó a complementar el documento final con mayor información acerca de la generación de cristal y la producción sonora y transmedia. En el mapa mental, se evidencia que la

audionovela tendría una trama más episódica que el producto final, con una historia individual contenida en capítulos propios, de 10 a 15 minutos de duración cada uno. El producto final terminó siendo una pequeña trama serial de tres capítulos, con el más largo siendo de 9 minutos. Se decidió tomar este camino para conseguir que los elementos principales del primer capítulo pudiesen desarrollarse a lo largo de una trama más “extensa”.

Además, en temas de producción, los guiones fueron un poco más dispendiosos de escribir, ya que se prestó intensa atención e inmenso cuidado al ambiente sonoro que se generaría en cada capítulo. En cada capítulo, se incluyeron sonidos constantes en tercer plano, al igual que múltiples paneos entre auriculares. Esto se hizo pensando en una experiencia sonora que fuera inmersiva para el oyente, con la idea de escuchar la audionovela usando auriculares. Con esto en mente, la edición y montaje de las grabaciones –las cuales no tuvieron inconvenientes en su ejecución– fue el proceso que demandó más tiempo por parte del autor. No solo se debieron recopilar todos los elementos sonoros y musicales con lujo de detalle (y posteriormente juntarlos) sino que, a su vez, se consideró también el tipo de espacios donde la audionovela pudiera ser consumida con mayor comodidad (con base en datos proporcionados por la encuesta descrita anteriormente); en un carro o en una habitación. Por lo tanto, la audionovela está producida para que pueda ser experimentada en estos dos espacios de maneras más propicias, pero eso no significa que solo pueda ser consumida por miembros de la generación de cristal. Cualquier persona que desee conocer un poco más sobre una de las múltiples facetas de esta confusa y honesta generación, solo tiene que escuchar esta audionovela para darse una idea del comportamiento de algunos de sus contemporáneos.

A lo largo de este proyecto de grado, pueden evidenciarse los componentes más importantes requeridos para la construcción de una audionovela contemporánea, con el tema principal siendo las vivencias de los jóvenes adultos. Además, al intentar constatar un mayor acercamiento hacia las narrativas sonoras que les competen, se espera que este trabajo inspire a más adultos jóvenes a continuar apropiándose de su realidad, de sus temáticas, de sus particularidades y sobre todo, de su infinita creatividad. Crear un audiodrama sobre la generación de cristal en Colombia puede parecer una labor algo anacrónica con los intereses de su público, pero en realidad, busca ser un ejercicio altamente introspectivo para los jóvenes. En palabras del gran Andrés López Forero, "[los colombianos] somos de una cultura audiovisual; 'AUDIO' en mayúsculas y 'visual' en minúsculas".

La generación de cristal colombiana no es una moneda de dos caras en manos de las generaciones anteriores; más bien, es un caleidoscopio de experiencias e interacciones que convergen en la construcción de una sociedad más conectada, más humilde, menos orgullosa, y ojalá, más tolerante. El subtítulo de la audionovela dice que la generación de cristal no se quiebra cuando la vida los golpea, pero lo que sí hace es "romperla" en todas aquellas situaciones que la vida les demande. Cuando hay energía por parte de la gente, las cosas también se rompen. Eso fue precisamente lo que *La Generación de Cristal* quiso mostrar. Se espera que este audiodrama sirva como ejemplo para evidenciar esa pluralidad de voces e historias interconectadas y llenas de buena vibra, a través del sentido más profundo para el ser humano; el oído.

7.1: Bibliografía

- Araújo Vélez, A., (Productor). (29 de marzo de 2020). *Yo confieso* [Audio podcast]. Recuperado e: <https://open.spotify.com/show/6a9tse0D2KFbb9ntSebPsv#> =
- Arévalo, M., Santelmo, F., Teatín, A., & Vallejo, C., (Productores). (3 de septiembre de 2020). *Las bestias invisibles* [Audio podcast]. Recuperado de: <https://open.spotify.com/show/02XHbrEtKwVVIwdyEwvMp6>
- Argentina Sono Film / Buena Vista International. (2016). *Inseparables* [Película]. Argentina. Adaptada de la película francesa, *Intouchables* (2011).
- Arquero Blanco, I. (2015). De vuelta a la ficción sonora. *Espéculo. Revista de estudios literarios*, (54), 155-168.
- Baron, Z. (9 de marzo de 2016). 'Serial' Season 2 Wasn't a Phenomenon-But It Was Still Pretty Phenomenal. <https://www.gq.com/story/serial-season-2>
- Bradley, E. R. (18 de septiembre de 2006). Howard Stern begins with a bang. CBS News. Recuperado el 8 de septiembre de 2021, de <https://www.cbsnews.com/news/howard-stern-begins-with-a-bang>
- Broadcasting Corporation, B. (2018). *Commissioning Brief No: 103002: BBC Sounds: Pop cultures, subcultures*. Commissioning Brief No: 103002 BBC Sounds: Pop cultures, subcultures. http://downloads.bbc.co.uk/radio/commissioning/PodcastCommissioning_PopCulturesSubCultures.pdf
- Córdova J.L: Educando a la Generación de Cristal. Recuperado el 4 de abril 2016 de www.lasalle.org.mx/materiales/archivo_art%5B797%5D_426.docx
- Clarín (2020) Familias. Tecno. *Las tres etapas de la generación Z o “cristal”: los maestros de la virtualidad*. https://www.clarin.com/familias/etapas-generacion-z-cristal-maestros-virtualidad_0_dUZIB1uXJ.html
- Dann, L. (2014). Only half the story: Radio drama, online audio and transmedia storytelling. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 12(1-2), 141-154.
- De Mora, J. D. (2021). Desafíos, aspiraciones y compromisos de la Generación Cristal. Un análisis desde la Política Sectorial como elemento de la Gobernabilidad Educativa. *Revista Internacional de Investigación en Gobernabilidad*, 1(2), 148-159.

- Elizalde, O. (21 de noviembre de 2018). La entrevista semi-estructurada. Recuperado el 19 de noviembre de 2020, de: <https://www.lamalditatis.org/post/entrevista-semi-estructurada>
- Espinoza, L. (3 de septiembre de 2020). *Las bestias invisibles se dejarán oír en podcast*. <https://www.lapatria.com/entretenimiento/las-bestias-invisibles-se-dejaran-oir-en-podcast-463238>
- Fandiño Parra, Yamith José. (2011). Los jóvenes hoy: enfoques, problemáticas y retos. *Revista iberoamericana de educación superior*, 2(4), 150-163. Recuperado en 15 de febrero de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-28722011000200009&lng=es&tlng=es
- Fernández, B. (2014). LA RADIO ANTE EL DESAFÍO DE LAS NUEVAS AUDIENCIAS. *Razón y Palabra*, (87).
- Fonseca Gutiérrez, V., & Parra Vargas, L. V., (2020). Comprensión de la construcción narrativa de la identidad y su relación con la construcción de situaciones pasadas vividas como críticas en jóvenes de la Generación Z.
- Francisca Vieira, N. (2020). Producción de una ficción sonora, *Zodiac el asesino del zodiaco*.
- García-Marín, D., & Aparici, R. (2018). Nueva comunicación sonora. Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting. *El profesional de la información (EPI)*, 27(5), 1071-1081.
- Gutiérrez-González, C., & González-Pardo, R. (2019). Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital. *Dixit*, (30), 98-107.
- Hand, R. (2018). *Sound-Stories: Audio Drama and Adaptation*.
- Holgado, A. X. (2016). *La radio expandida: narración sonora, arte y literatura*. Letras.
- Jáuregui Sarmiento, D. (1 de agosto de 2018). ¿Qué es y cómo hacer un transmedia? Señal Colombia PROYECTA. <http://proyecta.senalcolombia.tv/guias/que-es-y-como-hacer-un-transmedia>
- Koenig, S., Snyder, J., Chivvis, D., & Condon, E., (Productores). (3 de octubre de 2014). *Serial* [Audio podcast]. Recuperado de: <https://serialpodcast.org/>
- Liptak, A. (23 de septiembre de 2018). *Serial's third season is a return to form*. The Verge. <https://www.theverge.com/2018/9/23/17887612/serial-season-3-review-sarah-koenig-cleveland-criminal-justice-system>

- López, A., (Productor). (20 de noviembre de 2020). *Andrés López al Aire* [Audio podcast]. Recuperado de: <https://open.spotify.com/album/0xC3uGQa3i9Bv5n0xPOJEG>
- Martínez-Otón, L., Rodríguez-Luque, C., & Alcuía-Borreguero, M. (2019). El reportaje de historias de vida como punto de partida de la radio dramatizada y el 'podcast' de no ficción en el ecosistema digital. Estudio de caso: 'Sin mi identidad' (Cadena COPE), 'Lo conocí en un Corpus' (Podium Podcast) y 'Las tres muertes de mi padre' (Cuonda).
- McMurtry, L. G. (2015). Framing errors: reality and fiction in audio drama. *Journal of American Studies of Turkey*, 41, 5-16.
- McMurtry, L. G. (2015). The future of satellite audio drama. *Peripeti*, 12(22), 46-54.
- Monserrat Nebrera, Vox Populi, 31, 10, 2012, España.
- Muñoz, J. G. (2014). *El valor de la auto-etnografía como fuente para la investigación social: del método a la narrativa*. Azarbe, revista internacional de trabajo social y bienestar, (3).
- Ospina, A. M. S., Toro, M. C. C., & Ruiz, I. O. (2020). La radionovela, utopía de una realidad. *La Tercera Orilla*, (24), 38-47.
- Pallares, M. R. (2017). Reutilización de la ficción sonora en la Cadena SER. El caso de Podium Podcast/Reusing of radio drama in Cadena SER. The case of Podium Podcast. *Área Abierta*, 17(1), 83.
- Pinarello, J. [Te lo resumo] (19 de febrero de 2019). ¿Por Qué El Cine No Tiene Que Ser Políticamente Correcto? [Archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=QKH2YnOm560>
- Rivas, S. (2018). *Acaba Colombia: motivos para apagar e irnos*. Planeta.
- Rivera, M. (6 de marzo de 2021). *Similitudes y diferencias entre la radio y los podcasts*. Via Podcast. <https://viapodcast.fm/similitudes-diferencias-la-radio-los-podcasts/>
- Rochester, R. (2014). We're Alive: The Resurrection of the Audio Drama in the Anthropocene. *Philological Quarterly*, 93(3), 361.
- Rodero, E. (2011). ¿ Veo cuando oigo? Recursos sonoros para estimular la creación de imágenes mentales en el oyente. *Portal de la Comunicación InCom-UAB*.
- Rossitto, C., Barkhuus, L., & Engström, A. (2016). Interweaving place and story in a location-based audio drama. *Personal and Ubiquitous Computing*, 20(2), 245-260.

- Schorn, D. (1 de diciembre de 2005). Howard Stern's new challenge. CBS News. Recuperado el 8 de septiembre de 2021, from <https://www.cbsnews.com/news/howard-sterns-new-challenge/>
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. EDITORIAL GEDISA.
- Scolari, C. A. (2017). *Narrativas transmedia: Cuando Todos los Medios cuentan*. Deusto.
- Sobrino, M. Á. O., & Sisó, F. V. (2017). Realización, lenguaje y elecciones narrativas de radioteatro: tres aproximaciones a la creación de espacios sonoros en el tiempo/Radio Drama. Production, Language and Narrative Choices: Three Approaches to the Creation of Space in Time. *Área Abierta*, 17(1), 13.
- Universidad de los Andes. (4 de septiembre de 2020). *Podcast: Las bestias invisibles: Festival de teatro de Los Andes*. Facultad de Artes y Humanidades | Universidad de los Andes | Colombia. <https://facartes.uniandes.edu.co/evento/lanzamiento-podcast-las-bestias-invisibles/>
- Van der Jonckheyd, E. (2016). *When accessibility becomes storytelling: from audio description to audio drama* (Disertación doctoral, Universiteit Antwerpen).
- Villegas, M. A. M. (2008). *De la Etnografía antropológica a la Etnografía Virtual. Estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet*. Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología, 18(53), 532-549..