

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.13.26.7>



Recibido el 13 de abril de 2026

Aceptado el 5 de agosto de 2026

Publicado el 21 de agosto de 2026

Un mundo violento: un podcast friki para frikis y creado por frikis. Estudio de caso de la ficción sonora de David Sainz

*Un mundo violento: a geek podcast for geeks, created by geeks. A Case
Study of David Sainz's Audio Fiction*

García-López, Marcial

Universidad de Málaga (UMA)

marcial@uma.es



López-Villafranca, Paloma

Universidad de Málaga (UMA)

pallopvil@uma.es



Forma de citar este artículo:

García-López, M., & López-Villafranca, P. (2026). Un mundo violento: un podcast friki para frikis y creado por frikis. Estudio de caso de la ficción sonora de David Sainz. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 13(26), raeic132607. <https://doi.org/10.24137/raeic.13.26.7>

Resumen:

En el presente estudio se analizan las dinámicas de construcción narrativa friki y articulación del *fandom* en torno al podcast de ficción *Un mundo violento* (2021–2025), como un caso representativo de estas prácticas culturales en el ámbito del *podcasting*. El objetivo general de la investigación es examinar cómo se articulan los imaginarios frikis y las dinámicas de participación de la comunidad en torno a esta producción independiente. Se adopta una metodología cualitativa basada en un estudio de caso de los 30 episodios pertenecientes a las tres temporadas del podcast, que combina el análisis de contenido del corpus sonoro, la observación etnográfica digital de la comunidad *fandom* en la plataforma iVoox y la realización de una entrevista en profundidad a su creador. Los resultados muestran que los personajes se construyen a partir de arquetipos frikis reconocibles que evolucionan favoreciendo procesos de identificación y apropiación por parte de la audiencia. Asimismo, se identifica un nivel alto de intertextualidad y una expansión *transmedia* que refuerzan el universo narrativo. Los hallazgos permiten plantear que el *fandom* constituye un elemento clave en la sostenibilidad económica y creativa del proyecto, lo que sugiere que el podcast puede favorecer la creación de comunidades culturales participativas y *geeks* en narrativas sonoras independientes.

Palabras clave: *podcast*, ficción sonora, *fandom*, friki, *crowdfunding*, *engagement*.

Abstract:

This study examines the dynamics of geek narrative construction and fandom formation surrounding the fiction podcast *Un mundo violento* (2021–2025) as a representative case of these cultural practices within the podcasting landscape. The main objective is to explore how geek imaginaries and community participation are articulated around this independent production. A qualitative case study was conducted on the 30 episodes across the podcast's three seasons, combining content analysis of the audio corpus, digital ethnographic observation of the fan community on the iVoox platform, and an in-depth interview with the podcast's creator. The findings show that the characters are built around recognizable geek archetypes that evolve over time, fostering processes of

audience identification and appropriation. In addition, a high degree of intertextuality and transmedia expansion reinforces the narrative universe. The findings suggest that fandom constitutes a key factor in the project's economic and creative sustainability, indicating that podcasting can foster the development of participatory geek cultural communities within independent audio storytelling.

Keywords: podcast, audio drama, fandom, geek culture, crowdfunding, engagement.

1. INTRODUCCIÓN

En la última década, el ecosistema sonoro ha consolidado el crecimiento del podcast, encadenando en 2026 su quinto año consecutivo de expansión (Prodigioso Volcán, 2026). A pesar de ello, la ficción sonora representa menos del 10% de la producción total, concentrándose principalmente en servicios de *streaming* y en los catálogos de emisoras de radio tradicionales (Pedrero Esteban et al., 2025).

Este género, que representa la máxima expresión del guion sonoro al vertebrar palabra, ruido, silencio y música, ha cobrado protagonismo en la literatura académica en los últimos años (Aguilera & Blanco, 2017; Rodríguez-Pallarés, 2017; López-Villafranca, 2019; Hernando-Lera et al., 2020; Toyos, 2022; Ruiz-Gómez & Legórburu, 2023; López-Villafranca, 2024; Carlos-García, 2025). Si bien plataformas como iVoox o Spotify albergan una gran oferta de creadores independientes —preferidos por el 65% de los oyentes (Observatorio iVoox, 2025)—, la producción de ficción ha estado históricamente ligada al respaldo de grandes grupos, como ocurrió con la serie *El gran apagón* (2016) de *Podium Podcast*. No obstante, la creación independiente se abre paso con creadores como Matsuki, Bartual o Sainz. Este último, reconocido por el éxito de *Malviviendo*, es el creador de *Un mundo violento* (2021-2025), objeto de este estudio. Esta producción es uno de los ejemplos más representativos de comedia absurda y cultura *geek*, un ejemplo de narrativa sonora apoyada por una comunidad fiel mediante *crowdfunding*. La investigación se propone analizar cómo se articulan la cultura friki y las dinámicas del *fandom* en el podcast de ficción *Un mundo violento* (2021-2025), creado por David Sainz. Mediante este estudio de caso, se examinan la construcción de

personajes, las referencias intertextuales y *transmedia* y la participación de los seguidores en el proyecto. El interés de esta investigación radica en que permite explorar la relación entre ficción sonora, cultura participativa y sostenibilidad de los contenidos independientes, un ámbito todavía escasamente estudiado dentro de la investigación sobre audio. De este modo, el trabajo contribuye a comprender cómo determinadas comunidades de audiencia no solo consumen productos culturales, sino que también participan activamente en su viabilidad económica y consolidación.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EL FENÓMENO FANDOM EN EL PODCAST

La ficción sonora actual se caracteriza por el auge de las distopías y una estructura narrativa cercana a la serie televisiva (López-Villafranca, 2023), atrayendo a creadores de diversos ámbitos audiovisuales. En este contexto se sitúan ficciones como *Adoleszentes* y *Un mundo violento*. No obstante, la singularidad de esta última reside en su comunidad *fandom* que, a través de la interacción y el debate (García-Marín, 2020a), no solo consume el contenido, sino que actúa como soporte fundamental para su continuidad.

El fenómeno *fandom* en el ecosistema sonoro europeo no solo actúa como receptor, sino como un agente activo que garantiza la sostenibilidad de los proyectos mediante el mecenazgo y la promoción en redes sociales (Mañas-Pellejero & Paz, 2022). Esta dinámica se detecta en podcasts conversacionales con comunidades activistas, como *Estirando el chicle* (Piñeiro-Otero, 2021), o las comunidades productoras y mecenas de las emisoras online *Radiocable* o *Carne Cruda*. No obstante, el podcast narrativo también demuestra una capacidad única para fidelizar audiencias (López y Monteiro, 2021). *Serial* (2014) marcó un punto de inflexión al generar «metapodcasts» dedicados a su análisis, una tendencia que en España tuvo su reflejo en *Funcionarios del Tiempo*, el podcast no oficial creado por fans de la serie *El Ministerio del Tiempo*.

Esta expansión narrativa se apoya en estrategias *transmedia* que refuerzan el *engagement* emocional “tanto por la facilidad de producción y distribución multiplataforma como por su impacto emocional en el usuario, sin olvidar las

posibilidades de generación de negocio” (Pedrero-Esteban et al., 2023, p. 200). En este contexto, García Marín (2020a) introduce el término «transpodcast», cuya lógica se basa en la distribución de material personalizado y en la interacción del usuario (comentarios, *likes*, suscripciones). De esta forma, el *podcasting* favorece el *narrowcasting* —emisiones hiperespecializadas para nichos concretos (Pedrero-Esteban y García Lastra, 2019)— y redefine la comunicación hacia un modelo más horizontal. Este nuevo paradigma de *engagement* depende de la naturaleza del medio, los hábitos de consumo y la alfabetización mediática de los creadores, alejándose de la jerarquía unidireccional de los medios tradicionales.

2.2. EL PODCAST COMO UN MEDIO DE ENGAGEMENT

Más allá de la interacción métrica (*likes* o compartidos), el *engagement* define una conexión emocional y una experiencia cognitiva y afectiva que transforma al seguidor en parte de una comunidad activa (Broersma, 2019; Leandro et al., 2025). En este escenario, la participación de la audiencia ha reconfigurado la producción mediática (Jenkins, 2012), estableciendo un nuevo marco para las industrias del entretenimiento.

De manera específica, el podcast emerge como un canal de alta eficacia para generar conexiones valiosas, especialmente entre las generaciones Z y Milenial, quienes priorizan la autenticidad y el consumo bajo demanda (Berry, 2018). Estudios recientes (Leandro et al., 2025) sugieren que este medio refuerza el sentimiento de pertenencia a través de identidades compartidas entre creadores y oyentes. Esta capacidad de vinculación aumenta en formatos narrativos, donde el relato de experiencias subjetivas fomenta la colaboración (López & Monteiro-Homssi, 2021). Como señala García Marín (2020b), la comunidad del podcast se construye mediante la suma de interacciones *online* y *offline*, tejiendo una «robusta comunidad de base» que permite la deriva narrativa y la especulación colectiva.

Para comprender el éxito de producciones como las de David Sainz, es preciso hacer dialogar el *engagement* sonoro con la psicología de la cultura friki. La literatura especializada (Woo, 2012; Parsakia & Jafari, 2023) identifica tres motores clave en este colectivo:

1. Participación activa: Desde el debate intertextual hasta el *crowdfunding*. Como indican Peebles et al. (2018), la pasión *fandom* impulsa al individuo a crear algo propio a partir de la obra original, convirtiendo la narrativa en un acto de "confabulación" (Le Guin, 2025).
2. Sentido de pertenencia: La cultura *geek* funciona como un refugio ante el individualismo social, proporcionando redes de solidaridad y reforzando la autoestima de identidades no normativas (Woo, 2012).
3. Evasión cooperativa: A diferencia de la desconexión pasiva, la evasión friki es creativa y proactiva. Permite a los sujetos sentirse parte creadora de mundos alternativos, confrontando contextos vitales donde su capacidad de intervención social es limitada (Peebles et al., 2018).

La intersección entre la naturaleza horizontal del podcast y las necesidades de participación de la comunidad friki genera un ecosistema de *narrowcasting* donde el contenido no solo se consume, sino que se habita y se co-crea.

Del mismo modo, el *engagement* no debe entenderse únicamente como un indicador de interacción o fidelidad, sino como un fenómeno que integra dimensiones afectivas, identitarias y participativas, especialmente relevantes en las comunidades fan.

2.3. EL FRIKISMO EN EL PODCASTING

Al fandom se suma el frikismo, cuya genealogía remite al término *freak*, cuyo hito fundacional es el filme homónimo de Tod Browning (1932). Su impacto y posterior censura iniciaron una resemantización de la palabra hacia lo no normativo y lo marginal, convirtiéndose en un escenario para la representación de identidades alternativas (Krugman, 2018). Esta transformación se consolidó en la década de los 60 como una categoría vinculada a la contracultura —desde el cómic *underground* de Gilbert Shelton hasta la música de Frank Zappa—, desplazando la acepción peyorativa original hacia una figura de *outsider* o inadaptado.

En el contexto hispanohablante, la Real Academia Española incorporó el término *friki* a su diccionario en 2012, reflejando la progresiva normalización social de una etiqueta que, al igual que el concepto anglosajón *geek*, ha pasado de funcionar como un estigma

a constituirse como una categoría de autoidentificación cultural (Peeples et al., 2018; McCain et al., 2015). No obstante, la literatura reciente advierte que ni la identidad friki ni la cultura *geek* conforman realidades homogéneas, sino espacios diversos atravesados por diferencias de género, generación, capital cultural y formas de participación (Woo, 2018; Scott, 2019). En esta línea, Camacho-Quiroz (2023) entiende la cultura friki como un ecosistema compuesto por múltiples *fandoms*, entre ellos los vinculados al anime, los videojuegos o el cosplay, articulados en torno a imaginarios de la fantasía, la ciencia ficción y el terror. Conviene distinguir, sin embargo, entre *friki* o *geek*, que remiten principalmente a formas de identidad y adscripción cultural heterogéneas y sujetas a procesos de negociación y legitimación social (Woo, 2018; Scott, 2019), y *fandom*, que hace referencia a las comunidades y prácticas de interpretación, apropiación y participación desarrolladas en torno a determinados textos y productos culturales (Jenkins, 1992; Hills, 2002; Gray, Sandvoss & Harrington, 2017).

Asimismo, los estudios más recientes subrayan que estas comunidades no solo favorecen la colaboración y el sentido de pertenencia, sino que también pueden generar jerarquías internas, disputas por la legitimidad y mecanismos de exclusión que complejizan la experiencia fan (Johnson, 2017; Scott, 2019).

De este modo, tanto el frikismo como el *fandom* pueden entenderse menos como categorías cerradas y homogéneas que como espacios dinámicos de negociación identitaria, donde se articulan pertenencias, prácticas culturales y relaciones de poder.

Lo narrativo constituye el eje vertebrador de esta identidad. Si bien la fabulación es una técnica de supervivencia humana (Huston, 2017), la cultura friki lleva esta condición al extremo al dotar a sus miembros de modelos de conducta para enfrentar la realidad (Camacho-Quiroz, 2023). En estas comunidades, el individuo ejerce una agencia creativa que desborda la evasión pasiva, habitando los universos de ficción como si fueran reales mediante el *role-playing* o la *fan-fiction* (McCain et al., 2015).

Resulta significativo el predominio de personajes inadaptados o marginales en estas narrativas, lo que refleja una «arquitectura emocional del fracaso embellecido» y una

oposición manifiesta al *mainstream*. Finalmente, cabe destacar que, pese al crecimiento de la producción científica sobre el podcast desde 2019 (González-De la Mano y Sánchez-Serrano, 2024), no existen investigaciones que vinculen este formato con la cultura friki. Por tanto, este trabajo constituye una aportación novedosa al abordar un cruce temático inédito en el campo de la comunicación

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de esta investigación es analizar el fenómeno de la cultura friki y las dinámicas de *fandom* en el podcast de ficción *Un mundo violento* (2021–2025). Para ello, se propone un estudio de caso que integra el análisis de contenido narrativo, el examen de la comunidad desde la cultura participativa y la triangulación de datos mediante entrevista en profundidad a su creador.

Para cumplir el objetivo general, tendremos en cuenta los siguientes objetivos secundarios:

- a. Examinar la construcción de los personajes de ficción, atendiendo a su inscripción en los imaginarios de la cultura friki y a los procesos de identificación y apropiación por parte de la audiencia.
- b. Identificar y analizar las referencias intertextuales y *transmedia* presentes en el podcast, valorando su función en la expansión del universo narrativo.
- c. Analizar las dinámicas de participación, interacción y producción de sentido dentro de la comunidad fan, desde la perspectiva de la cultura participativa y el *fandom* activo.
- d. Explorar, mediante la entrevista en profundidad a su creador, las estrategias de creación, desarrollo narrativo y vinculación con la audiencia por parte de los productores del podcast.

4. METODOLOGÍA

La elección de *Un mundo violento* como caso de estudio responde a varias razones. En primer lugar, es uno de los ejemplos más representativos de ficción sonora

independiente en España, que se ha desarrollado al margen de los grandes grupos mediáticos y se sostiene mediante fórmulas de financiación participativa. En segundo lugar, destaca por su duración y consolidación entre la audiencia, con tres temporadas publicadas entre 2021 y 2025 y una comunidad de seguidores activa que ha contribuido a garantizar su continuidad durante este mismo periodo. Además, su combinación de comedia absurda, referencias a la cultura *geek* y diseño sonoro elaborado permite analizar las posibilidades expresivas del podcast de ficción contemporáneo más allá de los modelos tradicionales. Por último, el prestigio previo de su creador, David Sainz, y la capacidad de la obra para articular estrategias narrativas y de producción propias del ecosistema digital convierten a *Un mundo violento* en un caso especialmente pertinente para examinar la evolución y profesionalización de la ficción sonora independiente.

La presente investigación se inscribe en un enfoque cualitativo de carácter interpretativo, que se articula mediante un estudio de caso (Yin, 2009) centrado en el podcast de ficción *Un mundo violento* (2021–2025). Este diseño permite un análisis en profundidad de un fenómeno contemporáneo en su contexto real, especialmente pertinente en el estudio de prácticas culturales emergentes como el *podcasting* y el *fandom* digital.

4.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo el estudio se realizó una triangulación metodológica que permite abordar el objeto de estudio desde la producción, el texto y la recepción, en línea con los estudios culturales y de audiencias (Hall, 2012; Jenkins, 2006). Para llevar el estudio de caso se lleva a cabo una estrategia metodológica mixta con predominio cualitativo que combina:

1. análisis de contenido del corpus sonoro,
2. análisis de la comunidad fan en entornos digitales, y
3. entrevistas en profundidad al creador del podcast.

4.2. TÉCNICA DE RECOGIDA DE DATOS

- a) Análisis de contenido

Se aplica un análisis de contenido cualitativo (Krippendorff, 2018) orientado a la identificación de construcción de personajes, elementos del imaginario friki y referencias intertextuales y *transmedia*. El análisis se apoya en un sistema de categorías mixto (deductivo-inductivo), construido a partir del marco teórico (Jenkins, 2006) y ajustado durante el proceso de codificación. Para ello se emplea una estrategia de escucha activa analítica, inspirada en la propuesta de *close analytical listening* de Spinelli y Dann (2019), que consiste en una escucha detenida, segmentada y reflexiva, orientada a identificar estructuras narrativas y elementos sonoros, discursivos y emocionales. Se elabora la siguiente **ficha técnica**:

Tabla 1. Ficha técnica del análisis de contenido *Un mundo violento*

Dimensión	Variable	Indicadores	Valores / Categorías
Variables formales Identificación	Episodio	Nº episodio / título /	Abierto
	Duración	Minutos totales	Númerica
Variables de contenido Construcción del personaje	Tipo de personaje	Rol narrativo	Protagonista / coprotagonista / secundario / antagonista / coadyuvante
	Rasgos del personaje	Características psicológicas y sociales	Arquetipo, evolución, complejidad
	Arquetipo friki	Vinculación con imaginarios frikis	Héroe, antihéroe, nerd, outsider, etc.
	Tipo de personaje friki	Clasificación según sus características	Geek (informático, musical), Gamer, Hacker, Fanboy, Otaku-manga, K-poppers, Cosplayer, Strawberry, Epic Freak, Inmortal.
	Evolución del personaje	Cambios a lo largo del episodio/serie	Alta / media / baja / nula
Variables intertextuales Imaginario friki	Referencias culturales	Presencia de elementos frikis	Cine, cómic, videojuegos, sci-fi, fantasía
	Intensidad referencial	Frecuencia y densidad de referencias	Alta / media / baja
	Función narrativa	Uso de la referencia	Humor / construcción mundo / guiño fan
Intertextualidad Transmedia	Tipo de intertextualidad	Forma de referencia	Explícita / implícita
	Origen del referente	Medio de procedencia	Serie, película, libro, cultura pop
	Expansión transmedia	Extensión del universo narrativo	Sí / No
	Tipo de expansión	Forma de expansión	Redes sociales / contenido extra / spin-off

Fuente: elaboración propia

b) Análisis de la comunidad fan

Se emplea una aproximación de corte etnográfico digital (Hine, 2011), centrada en el análisis de las dinámicas de participación, interacción y producción de sentido desarrolladas por la comunidad de seguidores de *Un mundo violento* durante las tres temporadas publicadas entre 2021 y 2025. La observación se llevó a cabo principalmente en la plataforma iVoox, por constituir el espacio de interacción más activo entre creadores y audiencia, complementándose con la revisión de los perfiles oficiales del proyecto en redes sociales e iniciativas de financiación participativa asociadas a las campañas de *crowdfunding*.

La unidad de análisis estuvo formada por los comentarios publicados por los usuarios en los episodios del podcast y por las interacciones generadas en torno a las campañas de apoyo al proyecto. Se registraron y analizaron tanto las intervenciones relacionadas con la valoración de los episodios como aquellas vinculadas a los personajes, las referencias culturales, las teorías elaboradas por los seguidores, las muestras de apoyo al equipo creativo y las manifestaciones de participación económica y emocional. En total, se examinaron 1.841 comentarios publicados en iVoox, así como los mensajes e interacciones más relevantes asociados a las campañas de financiación colectiva.

El análisis se fundamenta en el concepto de cultura participativa (Jenkins, 2006) y en los estudios sobre *fandom* (Hills, 2016), atendiendo a prácticas como la conversación entre usuarios, la interpretación colectiva de las tramas, la construcción compartida de significados, la expresión de vínculos afectivos con los personajes y la implicación de la comunidad en la continuidad del proyecto. A partir de un proceso de codificación temática de carácter inductivo-deductivo, se identificaron cuatro categorías principales de análisis: a) referencias al universo friki y a la intertextualidad de la serie; b) comentarios centrados en personajes y desarrollo narrativo; c) expresiones de apoyo, fidelidad y reconocimiento al equipo creativo; y d) manifestaciones de participación activa vinculadas al *engagement* y al sostenimiento económico del podcast mediante *crowdfunding*. Estas categorías permitieron interpretar el papel desempeñado por el *fandom* en la consolidación de la comunidad y en la sostenibilidad del proyecto.

Tabla 2. Análisis de la comunidad fandom

Comunidad y fandom	Mención a la audiencia	Referencias explícitas a fans	Sí / No
	Estrategias de engagement	Llamadas a la participación	Directa / indirecta
	Participación fan	Evidencias de interacción	Comentarios, redes, contenidos derivados (frecuencia, temas- personajes, tramas, universo friki, apoyo, otros)) Número de comentarios, likes, descargas
	Influencia del fandom	Impacto en la narrativa	Alta / media / baja / nula

Fuente: elaboración propia

c) Entrevista en profundidad (Hernández y García, 2008)

Se realiza entrevista semiestructurada al creador del podcast, David Sainz, con el objetivo de explorar los procesos de creación narrativa, las estrategias de relación con la audiencia y la percepción del *fandom* y su influencia en el desarrollo del proyecto. La entrevista se realizó de forma online con el creador del podcast en marzo de 2026 y se transcribieron sus respuestas tras su grabación.

5. RESULTADOS

5.1. VARIABLES FORMALES

Analizamos las tres temporadas del podcast *Un mundo violento*. En total son 30 episodios, lo que supone una escucha de 726,46 minutos (12 horas 6 minutos y 27 segundos), en la que aplicamos la técnica *close analytical listening*.

Un mundo violento es un podcast de humor que gira en torno a un grupo de marginados que, tras una explosión que desencadenó una ola de agresividad en la población, descubren que ellos son inmunes al fenómeno. Estos amigos, con torpes habilidades y gracias a su imaginación, se enfrentan a un mundo hostil en el que tendrán que aprender a sobrevivir.

5.2. VARIABLES DE CONTENIDO

5.2.1. Construcción de los personajes

Los personajes principales de esta serie de ficción son cuatro, aunque luego se unirán a lo largo de la primera temporada otros dos personajes coprotagonistas que adquieren gran peso en la trama. El análisis muestra que los personajes no responden a héroes convencionales, sino a identidades tradicionalmente periféricas dentro de la cultura popular. La narrativa reconfigura al friki como sujeto capaz de afrontar el conflicto y liderar la acción, desplazando los estereotipos históricos asociados a la marginalidad. De este modo, la serie construye un proceso de legitimación simbólica de la identidad friki, convirtiendo conocimientos tradicionalmente vinculados al ocio (videojuegos, juegos de rol, fantasía o cultura popular) en recursos útiles para la supervivencia dentro del universo narrativo.

5.2.2. Arquetipos frikis y evolución de los arquetipos

Los arquetipos identificados se construyen a partir de las tipologías propuestas por Woo (2012), McCain et al. (2015) y Camacho-Quiroz (2023), quienes distinguen diferentes formas de adscripción a la cultura *geek* según las prácticas de consumo, producción cultural e identificación comunitaria. Más que categorías cerradas, estos arquetipos funcionan como posiciones identitarias flexibles que permiten a la audiencia reconocer códigos culturales compartidos.

Kai, interpretado por el propio David Sainz, encarna un arquetipo friki híbrido entre el *geek* informático y el *fanboy*: un sujeto fascinado por el conocimiento tecnológico y profundamente vinculado a la cultura pop —videojuegos, ciencia ficción y cómic—, seguidor acérrimo del universo *gaming* y las videoconsolas. Roldi, por su parte, representa una mezcla entre el friki *cosplayer* —que asume la representación performativa de un personaje concreto, en su caso un arquero medieval— y el *epic freak*, caracterizado por una devoción obsesiva hacia *El Señor de los Anillos*. En cuanto a Morkon, se presenta como un personaje inmortal cuya identidad está marcada por su obsesión por los juegos de rol, lo que lo sitúa dentro del mismo espectro friki que el resto de los personajes, con quienes comparte códigos culturales y prácticas de ocio.

Finalmente, Tania responde al perfil de friki gótica, con una identidad que fusiona elementos de la estética oscura y romántica con los rasgos propios de la subcultura gótica, además de responder al arquetipo de friki inmortal como fiel seguidora de los juegos de rol.

A lo largo de la primera temporada se incorporan otros dos personajes: Jepardo y Benita. Jepardo encarna el arquetipo quinqui, heredero de los antihéroes del cine quinqui, cine social de la Transición, posteriormente reapropiado por subculturas de finales de los noventa y, más tarde, incorporado al consumo friki y *geek* mediante lecturas irónicas y afectivas. En este marco, se integra en el imaginario friki como figura castiza y reconocible: un antihéroe carismático, marginal y *outsider*. Narrativamente, funciona como contrapunto del resto de protagonistas, aportando un registro cómico y pragmático que estabiliza el tono del relato. Benita, sin embargo, es monja, pero no obedece a las características o estereotipos de monja convencional. Por el contrario, es una monja rockera, que utiliza gafas de sol y su lenguaje y forma de ser evolucionan a lo largo de la trama, de no blasfemar y escandalizarse con el lenguaje de Jepardo a utilizar un lenguaje rudo y violento y comportarse de igual manera.

Los personajes secundarios son normalmente obstáculos en la trama, que impiden que los personajes puedan seguir su camino o grandes antagonistas, como los personajes de la Ciudadela, que quieren eliminarlos, además de personajes coadyuvantes como los científicos que ceden sus vacunas para que los personajes dejen de estar infectados o Poncho, una especie de vaquero justiciero, que aparece en momentos claves para ayudarles a enfrentar obstáculos.

Tabla 3. Construcción y evolución de los personajes

Personaje	Arquetipo predominante	Referente cultural	Función narrativa	Evolución
Kai	Geek tecnológico / fanboy	Cultura gamer y ciencia ficción	Líder improvisado y mediador	Pasa de consumidor de ficción a agente activo
Roldi	Cosplayer / epic freak	Fantasía épica y rol	Comicidad y referencia constante al imaginario fantástico	Reafirma su identidad friki como herramienta de supervivencia
Morkon	Rolero inmortal	Juegos de rol	Conector entre fantasía y mundo postapocalíptico	Evoluciona hacia posiciones ambiguas
Tania	Friki gótica	Subcultura gótica y rol	Contrapunto emocional y moral	Deriva hacia funciones antagonistas
Jepardo	Outsider quinqu	Cine quinqu español	Desestabilizador cómico	Se integra progresivamente en el grupo
Benita	Antiestereotipo religioso	Cultura rock y humor absurdo	Inversión de expectativas	Radical transformación conductual

Fuente: elaboración propia

5.3. INTERTEXTUALIDAD Y EXPANSIÓN TRANSMEDIA

Las variables intertextuales se mantienen relativamente constantes a lo largo de las tres temporadas, con una intensidad referencial predominantemente alta. En la primera y segunda temporada se observan oscilaciones entre intensidades altas, medias y bajas. Lo que no afecta al *engagement*, al expresar de manera explícita en algunos episodios su condición de frikis, también hay mayor intensidad en los episodios relacionados con los protagonistas. En la tercera temporada, la intensidad intertextual es mayor y más homogénea, y de manera destacable en el último episodio.

Las referencias textuales más comunes se relacionan con el cine, cómic, videojuegos y series. El tipo de intertextualidad más común consiste en referencias a películas, series, a los videojuegos y a la cultura pop. Se contabilizan 269 referencias. Se articulan en torno a cuatro ámbitos principales del imaginario friki. En el cine, destacan títulos icónicos como *Conan*, *Terminator 2*, *El señor de los anillos* o *Star Wars*. Entre los personajes, se

mencionan figuras ampliamente reconocibles —*Frodo, Thor, Batman, Jon Nieve*— junto a actores del *star-system* como Schwarzenegger, Uma Thurman o Nicolas Cage. El repertorio se amplía con series, cómic, videojuegos y rol —*Juego de Tronos, Stranger Things, Death Note*, universos DC, orcos, elfos o zombies— además de referencias nostálgicas como *Fraggle Rock*, la EGB, Bruce Lee o las cintas VHS. Asimismo, aparecen referencias contemporáneas y virales, desde telenovelas turcas hasta creaciones de *fandom* (John Wick vs *T-Rex*) y guiños *geek* como la paradoja de Schrödinger, configurando un paisaje híbrido propio de la cultura friki actual.

La música del compositor Jesús Calderón desempeña un papel importante en la construcción del universo del podcast. En algunos episodios se incorporan versiones musicales que remiten a bandas sonoras como la de series como *Stranger Things*, *Lost* (*ending Stranger version, ending Lost version*), reforzando la dimensión intertextual del relato. Estas referencias musicales junto a las alusiones culturales sitúan tanto a los protagonistas como a su audiencia en un horizonte generacional compartido. Se trata de una generación formada en referentes culturales de la década de los 80 o 90, y con un rango de edad entre los 40 y 60 años, que comparte una cultura *geek* madura.

El creador, productor y actor de este proyecto, David Sainz, justifica así la creación de estos personajes y la relación con el mundo friki de sus creadores y su audiencia:

Los personajes de un mundo violento son cuatro frikis que de repente se juntaban a jugar Dragones y Mazmorras con 40 años en un piso que habían alquilado para eso. Ese era el nivel y está lleno de referencias por ese deseo de revivir eso. Jugábamos a Dragones y Mazmorras en aquella época y no se nos daba muy bien el deporte en general. Durante ese rato que jugábamos, éramos un guerrero, un elfo, un paladín y un mago. Y de repente, tenemos la posibilidad de sobrevivir en un universo donde te puedas convertir en un paladín.

Estas referencias intertextuales no solo suponen un guiño a esta comunidad fan de esa edad, se utilizan de forma humorística para exagerar situaciones y comparar determinados productos audiovisuales con tramas específicas, además de construir el propio mundo friki del *podcast*. Por otra parte, las alusiones a referencias culturales audiovisuales relacionadas con el guion son constantes, como por ejemplo la mención a

los puntos de trama, giros o el concepto «deus ex machina» para comparar el propio universo narrativo del podcast con el de otras obras audiovisuales que son referencia para el *fandom*.

La expansión *transmedia* se produce principalmente en la plataforma iVoox, donde la comunidad participa activamente mediante comentarios, se establece una relación directa con la audiencia y se ofrecen contenidos exclusivos accesibles únicamente para mecenas, tal como señala Sainz (2026). Asimismo, la serie se distribuye en otras plataformas como Spotify, donde también se generan interacciones, aunque con menor frecuencia y un grado de vinculación más limitado. En el perfil de Instagram de *Un mundo violento* (4241 seguidores) se publican fotografías, vídeos del *making of*, saludos del elenco e invitaciones a colaborar mediante campañas de *crowdfunding*. No obstante, David Sainz concentra un mayor número de seguidores en su cuenta personal (267 mil seguidores), que funciona como principal espacio de comunicación con su comunidad, que sigue de forma transversal el conjunto de sus proyectos.

Figura 1. Actores y miembros del equipo de *Un mundo violento* en Instagram



Fuente: cuenta de Instagram de *Un mundo violento* podcast.

5.4. COMUNIDAD FANDOM

5.4.1. Comunidad de *Un mundo violento*

El podcast parte de una base de fans desde su origen, seguidores del propio David Sainz en la conocida webserie *Malviviendo* (2008). Una comunidad fiel que el propio Sainz

(2026) define como “friki”. *Un mundo violento* es un podcast de ficción con una amplia variedad de elementos cruzados (hibridación) de narrativas distópicas, cómic, videojuegos, referencias pop de los medios de comunicación y referencias geek. Sus contenidos se alinean con los intereses, personajes y contenidos del *fandom* friki.

Sainz afirma que en estos años esta relación con el *fandom* se ha mantenido de manera regular a través de sus redes sociales, fundamentalmente en su cuenta de Instagram, donde tiene más de 267.000 seguidores. La comunidad de *Un mundo violento* ha sustentado el proyecto en la segunda y tercera temporada a través de la plataforma de *crowdfunding* Verkami, ya que la primera temporada fue un contenido exclusivo de la plataforma iVoox que logró monetizar el podcast, pero no cubría los gastos de personal y los esfuerzos de producción de la serie.

En Instagram y en las plataformas de audio donde se emite el podcast, David Sainz y el co-guionista de la serie, Manuel Noguera, lanzaron las campañas de *crowdfunding* a finales de la primera y segunda temporada para que el *fandom* apoyara sus proyectos porque como él afirma “la gente entiende que al final somos personas que hacen un trabajo y que tenemos que seguir trabajando para poder pagar una hipoteca o lo que sea” (Sainz, 2026).

La implicación del *fandom* logró que el proyecto fuera viable. Según Sainz (2026):

Conseguimos dos veces seguidas 20000 euros para sacar adelante sendas temporadas. Entonces sí que nos apoyó el público, como pasó en otros proyectos míos, como por ejemplo en Malviviendo. El público formó parte directa de esta historia, de que se pusiera en pie gracias al apoyo, no solo en redes a nivel comentarios y likes, sino a nivel mucho más tangente como el presupuesto.

5.4.2. Estrategias de engagement

Entre las estrategias de *engagement* que utilizaron con su comunidad se encuentra la elaboración de episodios con contenidos exclusivos para los mecenas en iVoox. En la primera temporada el contenido extra se muestra en el episodio adicional *El diario de Kai*, además de la llamada a la colaboración y suscripción en una promoción sonora al final de cada temporada. Cuando tuvieron el suficiente número de episodios para atraer

a su audiencia recurrieron al *crowdfunding* en Verkami, lo que supuso una serie de ventajas para la audiencia.

Y ahí es cuando tuvo sentido hacer ese crowdfunding, porque ya había un ejército de fans deseando que eso no se acabara. [...] notamos que la gente no nos pagaba las recompensas para obtener una camiseta, sino para que pudiéramos seguir adelante con la historia que ellos querían escuchar. Y al final creo que crear la necesidad al espectador de seguir escuchando una historia que le gusta es la clave (Sainz, 2026).

Las estrategias de *engagement* fueron las recompensas, que según Sainz (2026) “eran digitales, eran los guiones, era la banda sonora exclusiva, era un capítulo. Funcionó muy bien un capítulo especial, que solo han escuchado los mecenas”.

Posteriormente, cuando lograron crear una comunidad más estable las recompensas fueron físicas, como “venir al último programa con público y estar con nosotros. Había unas tazas que diseñó Diego Villalba, el actor que hacía de Jepardo, y organizamos una cena con nuestros oyentes. Fuimos a cenar con tres personas que nos confesaron que les daba igual cenar con nosotros, lo que querían era que avanzara el proyecto” (Sainz, 2026).

En poco tiempo de lanzamiento de la primera campaña alcanzan un 26% del objetivo en Verkami. Al final de la tercera temporada, *Un mundo violento* supera el millón y medio de seguidores y consigue con creces su objetivo, e incluso lo supera, ya que inicialmente la cifra a la que querían llegar oscilaba entre los 15.000 y 17.000 euros y en las dos temporadas llegaron a 20.000 euros cada una.

Figura 2. Verkami de *Un mundo violento*



Fuente: Verkami

Otra técnica de *engagement* fue la promoción cruzada con el guionista Manuel Bartual, conocido por el podcast *Biotopía*. El guionista recomendó el podcast de Sainz porque como él mismo afirma:

Nos conocimos hace mucho tiempo y tenemos una trayectoria paralela. El uno siempre recomienda al otro y el otro al uno, porque lo hacemos de corazón, porque nos gusta lo que hacemos. Creo que eso forma parte del boca-oreja y funcionó muy bien. Es una de las grandes alegrías que hemos tenido con este tema porque a nosotros nos encantaba hacerlo y hay otros proyectos que no han tenido tanto éxito como Un mundo violento.

Esta promoción cruzada y el aumento de seguidores a través de las recomendaciones como las de Bartual permitió a Sainz mayor libertad creativa:

Escribir una historia donde un helicóptero se choque con un tiranosaurio sin tener que buscarme la ruina económicamente para hacerlo es increíble. Como escritor se abre un

universo de posibilidades que es genial en la ficción sonora y creo que la gente abrazó esta libertad a la que nosotros nos acogimos.

5.4.3. Participación y compromiso del fandom en el contenido

Analizamos la participación del *fandom* en iVoox, porque tal y como afirma Sainz (2026) la relación con la comunidad fue mucho más directa en esta plataforma:

Es mucho más directa y mucho más fácil la relación entre creador oyente, más allá de los comentarios, ya que hay un muro dentro del canal donde la gente puede hablar y es muy fácil responder. Se parece a un foro. Y luego las recompensas que dábamos en el Verkami. Al final de la temporada había un capítulo especial que era una especie de making charla donde hablábamos de toda la temporada, de cómo se hizo, el quién era quién y asistía el propio público de la serie.

Figura 3. Canal de iVoox de *Un mundo violento*



Fuente: iVoox

Analizamos la frecuencia de comentarios en las distintas temporadas en la plataforma iVoox. El número de comentarios en los episodios (1,841 en total) oscilan entre los 6 y los 136 del primer episodio, con una media de 40 comentarios por episodios. Los “me gusta” (16.1140) desde los 195 a los 1,1K, también coincide en que es el primer episodio el que acumula más comentarios y *likes*. Los episodios exclusivos o extra son los que cuentan con menos comentarios y *likes*. Hasta la fecha de análisis las descargas totales son 2.086.388. El episodio con mayor número de descargas es el primero con 140,4K.

Las menciones más frecuentes no se centran en aspectos técnicos o valoraciones aisladas de episodios concretos, sino en personajes, referencias culturales y continuidad narrativa. Este patrón sugiere una recepción orientada al universo ficcional más que al episodio individual, característica habitual de las comunidades *fandom* descritas por Jenkins (2006).

En cuanto a las temáticas más comunes en los comentarios es la alusión al universo friki de *Un mundo violento* y el apoyo y felicitaciones al equipo. Asimismo, la reiterada presencia de comentarios vinculados a Jepardo indica que determinados personajes funcionan como nodos de identificación colectiva dentro de la comunidad (**Véase figura 4**) y las tramas más comentadas son las coincidentes con puntos de giro importantes o finales de las distintas temporadas.

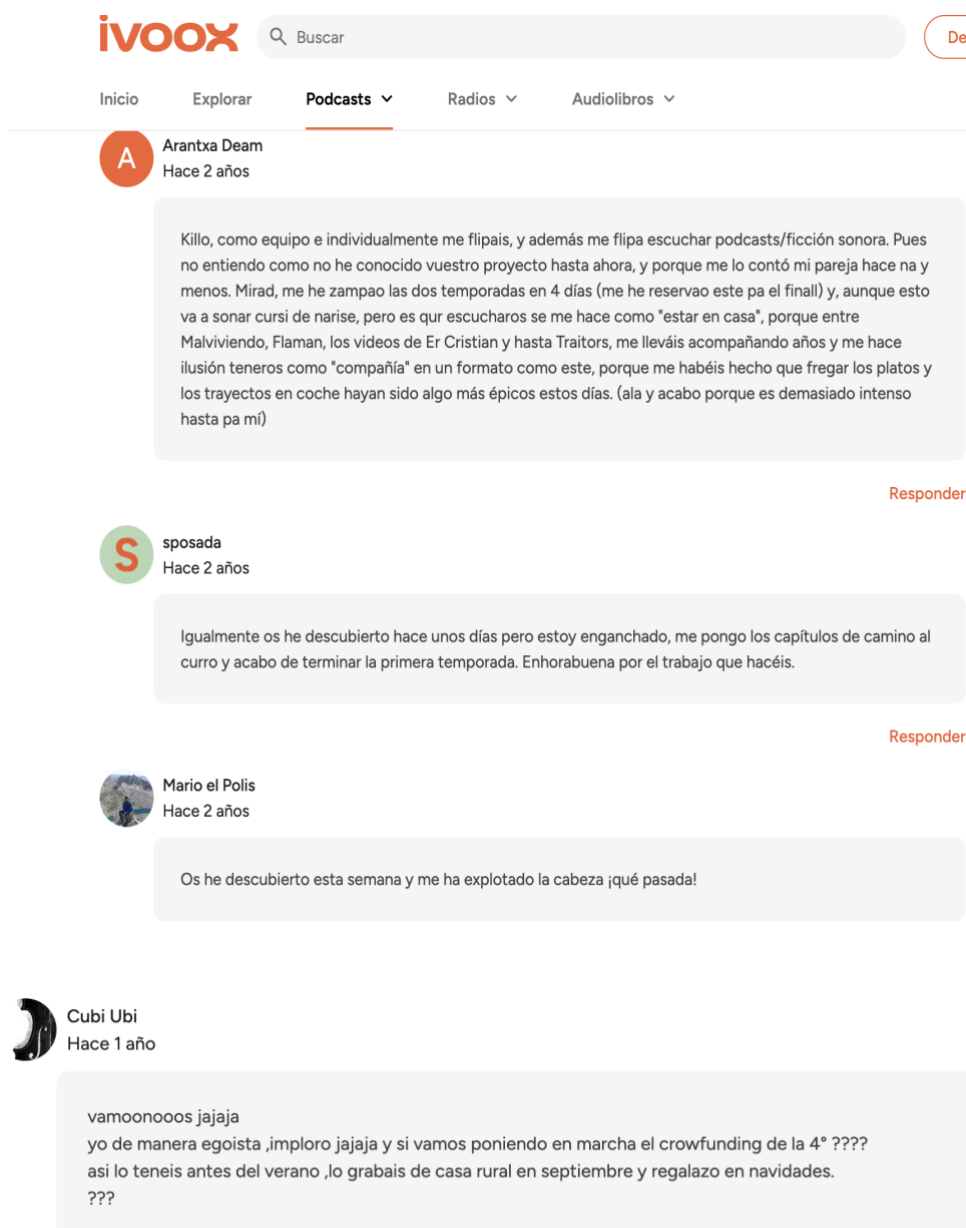
Figura 4. Comentarios sobre el personaje Jepardo



Fuente: iVoox

Comprobamos que la influencia de la comunidad *fandom* es elevada, ya que desempeña un papel clave en la continuidad del podcast. La comunidad muestra un apoyo constante a la ficción sonora, reconoce el trabajo creativo del equipo y mantiene una presencia activa en todos los comentarios de los episodios de todas las temporadas. Asimismo, el *fandom* participa en la construcción del universo narrativo con alusiones recurrentes a David Sainz y al equipo de la webserie *Malviviendo*, lo que evidencia una fidelidad previa vinculada al universo narrativo del creador.

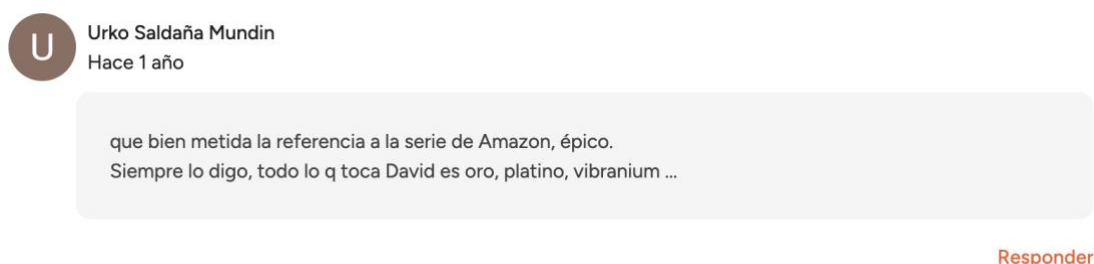
Figura 5. Comentarios de apoyo al creador y su universo creativo



Fuente: iVoox

Finalmente, comprobamos que en el episodio 29 se lleva a cabo una estrategia de promoción cruzada de la serie televisiva de Sainz en Prime Video, *En Fin*. En este episodio, el personaje de Jepardo plantea a los protagonistas, Kai y a Roldi, cómo reaccionarían ante la caída de un meteorito y un hipotético fin del mundo, a lo que Kai responde con la expresión: “En fin”. Este recurso funciona como un guiño a la comunidad *fandom* familiarizada con las producciones audiovisuales del autor.

Figura 6. Referencias de los fans sobre la promoción cruzada



Fuente: iVoox

5. DISCUSIONES

Los resultados obtenidos muestran que *Un mundo violento* se dirige de una manera explícita a una comunidad friki adulta (40–60 años), favoreciendo procesos de cohesión comunitaria y resignificación cultural, en línea con lo señalado por Woo (2012) sobre el *fandom* adulto como refugio cultural. Lejos de presentar a los frikis como identidades marginales, la serie los resignifica positivamente oscilando entre roles de héroes, nerd o de *outsider* y consolidando la idea de “arquitectura emocional del fracaso” embellecido (Kallifatides, 2025), presente en la ficción sonora inmersiva.

Los resultados permiten matizar parte de la literatura previa sobre el *fandom* en *podcasting*. Mientras que Mañas-Pellejero y Paz (2022) destacan la participación de las audiencias como mecanismo de interacción y visibilidad, el caso de *Un mundo violento* evidencia que dicha participación puede adquirir también una dimensión económica capaz de condicionar la continuidad de proyectos independientes.

En línea con Yeates (2018), el caso de *Un mundo violento* muestra cómo la ficción sonora favorece la consolidación de comunidades participativas que trascienden el consumo del relato y se implican activamente en su sostenibilidad económica y simbólica. Aunque no se observa una influencia directa del *fandom* sobre las decisiones creativas del pódcast, sí se constata una fuerte vinculación afectiva y un compromiso comunitario que contribuye a su continuidad.

Además, la elevada densidad intertextual actúa como lenguaje compartido que fortalece la narrativa y posibilita prácticas de apropiación por parte del *fandom* como

describe Jenkins (2006) a través del textual *poaching*. El éxito de las campañas de *crowdfunding* confirma el papel del mecenazgo como forma de participación activa y alternativa a los modelos tradicionales de monetización. Y las estrategias de *engagement* basadas en el cuidado de la comunidad consolidan el universo creativo compartido, reforzando la fidelidad de la audiencia (Mañas- Pellejero & Paz, 2022). Se trata precisamente de uno de los principales referentes del *engagement* de la audiencia en el podcast (Lopez & Monteiro-Homssi, 2021).

Finalmente, esta investigación cubre un vacío en la literatura académica relacionada con el ecosistema sonoro, ya que aborda el estudio del podcast de ficción en estrecha relación con la cultura friki y las dinámicas del *fandom*, escasamente explorado hasta la fecha y propone un modelo analítico replicable en otras ficciones sonoras con comunidades activas.

6. CONCLUSIONES

En términos generales, se confirma que *Un mundo violento* es un caso prototípico de ficción sonora sustentada por una comunidad *fandom* comprometida con el universo del podcast. La audiencia desempeña un papel central en la continuidad y expansión del proyecto.

En relación con la construcción de los personajes, se evidencia que son arquetipos reconocibles por la cultura friki, evolucionando narrativamente adquiriendo complejidad psicológica. Esta evolución favorece los procesos de identificación y apropiación por parte de la audiencia. El friki deja de ser un ente marginal para convertirse en un héroe con valores narrativos positivos.

En relación con la intertextualidad y expansión *transmedia* se produce una alta densidad intertextual que se sostiene a lo largo de las tres temporadas con referencias constantes al cine, las series, cómic, videojuegos y la cultura pop, con numerosas lecturas irónicas y afectivas. Reapropiaciones que también parodian los códigos del *mainstream* al tiempo que articulan marcos culturales alternativos. Las referencias cumplen una función que va más allá del guiño humorístico, actuando como lenguaje compartido entre el creador y audiencia. Esto es clave para la expansión *transmedia* que se materializa principalmente en la plataforma iVoox, donde la participación es activa,

constante y afectiva. Los oyentes no solo comentan los episodios, sino que interpretan las tramas, celebran los giros, admiran a los personajes y refuerzan colectivamente el universo de la ficción. Esto influye en la continuidad y viabilidad del proyecto, ya que actúan como infraestructura económica que garantiza la producción de las distintas temporadas. Por tanto, se muestra un modelo de ficción sonora independiente basada en la confianza y corresponsabilidad entre creador y audiencia.

Los creadores desarrollan estrategias narrativas orientadas a fortalecer el vínculo con la comunidad con cercanía y autenticidad donde el equipo reconoce formar parte de esta misma cultura friki. La interacción directa en redes sociales entre creadores y comunidad activa procesos de identificación. Esta relación horizontal favorece un alto grado de *engagement* emocional y creativo.

Desde una perspectiva industrial, los resultados sugieren que la sostenibilidad de determinadas ficciones sonoras independientes ya no depende exclusivamente de las grandes plataformas o grupos de comunicación. La consolidación de comunidades *fandom* altamente comprometidas permite desarrollar modelos híbridos de financiación y distribución sustentados en la participación de la audiencia. En este sentido, *Un mundo violento* muestra cómo el *fandom* puede convertirse en un activo estratégico para la producción cultural independiente dentro del ecosistema contemporáneo del *podcasting*.

En general, la investigación aporta una contribución original al campo de la comunicación y en la investigación sobre el *podcasting*, donde el *fandom* puede actuar como agente económico y creativo.

En cuanto a las limitaciones, señalamos que se trata de un estudio de caso único, por lo que los resultados no se pueden generalizar al conjunto de la ficción sonora. En segundo lugar, el análisis de la comunidad se centra principalmente en los comentarios de iVoox y en la entrevista a su creador, dejando fuera otras plataformas y posibles perspectivas de la audiencia.

Como líneas futuras de investigación, se podría ampliar el análisis a otros casos de ficción, comparar comunidades *fandom* de distintos géneros o explorar el impacto

generacional y de género en la recepción de estos proyectos sonoros, además de examinar el comportamiento de las audiencias en distintas plataformas.

7. APORTACIÓN

	Firmante 1	Firmante 2
Conceptualización	X	X
Tratamiento de datos	X	X
Análisis formal	X	X
Investigación	X	X
Metodología	X	X
Supervisión	X	X
Validación	X	X
Visualización	X	X
Redacción (borrador)	X	X
Redacción (revisión y edición)	X	X

8. CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún conflicto de interés.

9. DECLARACIÓN DE USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Durante el proceso de redacción se emplearon herramientas de apoyo de inteligencia artificial (Microsoft Copilot) exclusivamente para tareas de mejora lingüística y traducción, bajo supervisión humana.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilera Moyano, M., & Blanco Alfonso, I. (2017). La ficción sonora y la realización en directo: el reto de RNE. *Área Abierta*, 17(1), 117-146.

<https://doi.org/10.5209/ARAB.54404>

Berry, R. (2018). Just Because You Play a Guitar and Are from Nashville Doesn't Mean You Are a Country Singer: The Emergence of Medium Identities in Podcasting. En D. Llinares, N. Fox & R. Berry (Eds.), *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media* (pp. 15–33). Palgrave Macmillan.

Broersma, M. (2019). *Audience Engagement*. En F. Hanusch & T. Vos (Eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley.

Camacho-Quiroz, N. P. (2023). Guided by superpowers: Building role models out of geek culture. *Comunicación y Sociedad (0188-252X)*, 20.

<https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8416>

Carlos-García, S. (2025). Producción y difusión de obras teatrales en las radios generalistas en España (ser, Cope, Onda cero y RNE): cuando el radioteatro es ficción sonora (2014-2024). *ACOTACIONES. Investigación y Creación Teatral*, 1(54).

<https://doi.org/10.32621/ACOTACIONES.2025.54.11>

González De la Mano González, M., & Sánchez Serrano, C. (2024). El pódcast como objeto de estudio en el área de comunicación: análisis de la producción científica en Scopus (2004-2023). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(2), 635-646.

<https://doi.org/10.5209/emp.96085>

García-Marín, D. (2020). Universo transpodcast. Modelos narrativos y comunidad independiente. *Historia y comunicación social*, 25(1), 139.

<https://doi.org/10.5209/hics.69232>

García-Marín, D. (2020b). Mapping the factors that determine engagement in podcasting: design from the users and podcasters' experience. *Communication & Society*, 33(2), 49-63.

Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (Eds.). (2017). *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. NYU Press.

Hall, S. (2012). 10 Encoding/decoding. *Media and Cultural Studies: Keywords*, 137.

Hernández, T. B., & García, L. O. (2008). Técnicas conversacionales para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista (I). *Nure investigación*.

Hernando-Lera, M., López-Vidales, N., & Gómez-Rubio, L. (2020). Ficción radiofónica en tiempos de crisis: Ficción Sonora de RNE (2009-2015). *Historia y comunicación social*, 25(1), 113.

Hine, C. (2011). *Etnografía virtual*. UOC.

Hills, M. (2003). *Fan cultures*. Routledge.

Hills, M. (2016). Returning to ‘becoming-a-fan’ stories: Theorising transformational objects and the emergence/extension of fandom. In *The Ashgate research companion to fan cultures* (pp. 9-21). Routledge.

Huston, N. (2017). *La especie fabuladora*. Galaxia Gutenberg.

Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. NYU Press.

Jenkins, H. (2012). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.

Johnson, D. (2007). Factions, institutions, and constitutive hegemonies of fandom. En J. Gray, C. Sandvoss, & C. L. Harrington (Eds.), *Fandom: Identities and communities in a mediated world* (pp. 285-300). NYU Press.

Kallifatides, T. (ed.). (2025). *Brotar duele: Poemas de Karin Boye seleccionados y comentados por Theodor Kallifatides*. Galaxia Gutenberg.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE publications.

Krugman, S. D. (2018). Reclamation of the disabled body: A textual analysis of Browning’s *Freaks* (1932) vs modern media’s sideshow generation. *Word and Text: A Journal of Literary Studies and Linguistics*, 8(1), 95–110.

Le Guin, U. K. (2025). *Contar es escuchar: Sobre la escritura, la lectura, la imaginación*. Círculo de Tiza.

Leandro, A., Morais, J., & Silva, E. (2025). *Digital storytelling in higher education: The use of podcasts in building institutional identity and engagement*. *Innovative Higher Education*. Advance online publication, 1-20.

López, D. C., & Monteiro-Homssi, A. (2021). Cuando se encuentran cultura fan y podcasting: las nuevas relaciones con la audiencia en O Caso Evandro. *Hipertext. net*, (23), 93-103. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2021.i23.09>

López Villafranca, P. (2019). Estudio de casos de la ficción sonora en la radio pública, RNE, y en la plataforma de podcast del Grupo Prisa en España. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 12(2), 65-78. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6547>

López Villafranca, P. (2023). Nuevas alianzas entre la creatividad y la tecnología en los pódcast de ficción de las plataformas sonoras españolas. Estudio de casos. *Enclaves. Revista de Literatura, Música y Artes Escénicas*, 3, 94-110. <https://doi.org/10.12795/enclaves.2023.i03.06>

López Villafranca, P. (2024). L'evolució del gènere dramàtic a RNE: Del radioteatre a la ficció sonora binaural en l'era del podcàsting. *Quaderns del CAC*, (50), 109-124. <https://orcid.org/0000-0003-4193-1365Paper>

Mañas-Pellejero, M., & Paz, E. (2022). Podcast fandom in Europe: Audio audiences' participation in a digital context. *El Profesional de la Información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.25>

McCain, J., Gentile, B., & Campbell, W. K. (2015). A psychological exploration of engagement in geek culture. *PLoS ONE*, 10(11), e0142200. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0142200>

Observatorio iVoox. (2025). *IV Informe anual del Observatorio iVoox 2025: Estadísticas del podcast en España 2025* [Informe en línea]. iVoox. <https://landings.ivoox.com/observatorio2025>

Parsakia, K., & Jafari, M. B. (2023). The Dynamics of Online Fandom Communities: A Qualitative Study on Engagement and Identity. *AI and Tech in Behavioral and Social Sciences*, 1(3), 411.

Pedrero-Esteban, L. M., & García-Lastra, J. M. (2019). La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica. *Tirant Humanidades*.

Pedrero Esteban, L. M., Terol-Bolinches, R., & Arense Gómez, A. (2023). El podcast como extensión transmedia sonora de la ficción audiovisual. *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*, 14(1), 189-202.

<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23392>

Pedrero-Esteban, L. M., Espada, A., & Fernández-Sande, M. (2025). ¿Cómo suenan los podcasts en España? Workshop Podcast Days, Madrid, 02/10/2025. Disponible en <https://escuchad.es/publicaciones>

Peeples, D., Yen, J., & Weigle, P. (2018). Geeks, Fandoms, and Social Engagement. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 27(2), 247–267.

<https://doi.org/10.1016/j.chc.2017.11.008>

Piñeiro-Otero, T. (2021). ‘Escúchanos, hermana’. Los podcast como prácticas y canales del activismo feminista. *Revista inclusiones*, 231-254.

Prodigioso Volcán (2026). *V Estado del Audio y la Voz*.

<https://www.prodigiosovolcan.com/pv/sismogramas/informe-voz-2025/>

Rodríguez Pallarés, M. (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.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/es/article/view/53445>

Ruiz Gómez, S., Borreguero, M. A., & Hortelano, J. M. L. (2022). Radio y podcast: la nueva vida de la ficción sonora en España (2012-2021). *Austral Comunicación*, 11(2), 1-30. <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.gom>

- Ruiz-Gómez, S., & Legorburu-Hortelano, J. M. (2023). Pódcast y ficción sonora en España: una relación simbiótica para recuperar un género olvidado (2013-2022). *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (62), 69-87.
<https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.04>
- Scott, S. (2019). Fake geek girls: Fandom, gender, and the convergence culture industry. In *Fake geek girls*. New York University Press.
- Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury.
- Toyos, S. (2022). Del radioteatro a la ficción sonora de RNE en 2021. Los Santos inocentes, La reina muerta y Ventajas de viajar en tren. *Acotaciones. Investigación y Creación Teatral*, 2(49).
- Woo, B. (2012). Alpha nerds: Cultural intermediaries in a subcultural scene. *European Journal of Cultural Studies*, 15(5), 659–676. <https://doi.org/10.1177/13675494124457>
- Yeates, Robert (2018). Serial fiction podcasting and participatory culture: Fan influence and representation in The Adventure Zone. *European Journal of Cultural Studies*, 23(2).
<https://doi.org/10.1177/1367549418786420>
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). SAGE Publications.