

La "historia audible": podcasts históricos en la divulgación del conocimiento académico



Camila Perochena

Universidad Torcuato Di Tella, Argentina.
Correo electrónico: camila.perochena@utdt.edu

Fecha de recepción: 7 de marzo de 2025.
Fecha de aceptación: 12 de mayo de 2025.

Resumen

Entre los diversos medios disponibles, los podcasts se han consolidado como un formato especialmente valioso para historiadores interesados en acercar sus saberes profesionales a públicos más amplios. Este artículo tiene por objeto reflexionar sobre los formatos y las funciones de los podcasts históricos a partir de programas realizados por historiadores académicos en Estados Unidos, Inglaterra, Australia y Argentina. Un punto central de esta revisión radica en entender cómo diversos podcasts históricos han manejado la tensión entre el entretenimiento y la transmisión de visiones académicas complejas y rigurosas sobre el pasado.

Palabras clave: comunicación, podcast histórico, divulgación de la historia, historia pública

"Audible History": Historical Podcasts in the Communication of Academic Knowledge

Abstract

Podcasts have become an especially valuable tool for historians seeking to engage broader publics with their scholarly work. This article examines the formats and functions of historical podcasts produced by academic historians in the United States, the United Kingdom, Australia, and Argentina. A key focus of this analysis is how these podcasts negotiate the tension between accessibility and entertainment on the one hand, and the communication of complex, methodologically rigorous interpretations of the past on the other.

Keywords: communication, historical podcast, history for everyone, history communication, public history

Introducción

La divulgación de la historia académica adquirió una creciente relevancia en los últimos años en Argentina. Historiadores de universidades e instituciones de investigación científica participaron en la publicación de libros dirigidos a públicos amplios, manuales escolares, programas televisivos para niños y adultos, dirección de museos, e intervinieron de diferentes formas en medios de comunicación y redes sociales.¹ En un contexto en el que las humanidades son desacreditadas desde diversos espacios de poder, la divulgación histórica se ha convertido en un campo clave por su impacto en la sociedad.

Entre los medios disponibles, los podcasts se han consolidado como un formato especialmente valioso para historiadores interesados en acercar sus saberes profesionales a públicos más amplios. Por ser un medio inmersivo y a la vez entretenido, facilita dicho acercamiento a los variados y múltiples pasados (Cuffe, 2019). En el mundo anglosajón, los podcasts históricos han logrado un notable impacto, permitiendo el acceso de millones de oyentes a la historia académica. En Argentina, y en el ámbito hispano en general, este fenómeno aún está en sus primeras etapas, pero posee un gran potencial de crecimiento. Cada vez más colegas producen podcasts, los utilizan para sus clases o son entrevistados.

Este artículo tiene por objeto reflexionar sobre los formatos y las funciones de los podcasts históricos a partir de programas realizados por historiadores académicos en Estados Unidos, Inglaterra, Australia y Argentina. De esta manera, se busca poner en perspectiva los proyectos de podcast locales en relación con los producidos en otras latitudes que se han destacado por su influencia en la opinión pública. Un punto central de esta revisión radica en entender cómo diversos podcasts históricos han manejado la tensión entre el entretenimiento y la transmisión de visiones académicas complejas y rigurosas sobre el pasado. El principal desafío consiste, precisamente, en mantener al oyente interesado y cautivado, sin sacrificar conocimiento. A tal efecto, las siguientes páginas se organizan en dos secciones. En la primera se traza un recorrido sobre el impacto de los podcasts como medio de comunicación y su utilización como herramienta de divulgación científica. La segunda se concentra en el análisis de diversos podcasts históricos y se divide en tres apartados correspondientes a los distintos formatos analizados: entrevistas, conversacionales y narrativos.

El material seleccionado para el análisis procede, pues, de podcasts creados por historiadores académicos o que divulgan investigaciones académicas, los cuales representan una minoría en la amplia oferta de podcasts históricos disponibles.² Con este criterio –que no pretende abarcar más que una porción del universo en estudio– se escogieron, por un lado, cuatro podcasts históricos anglosajones:

1 Sobre la divulgación de la historia y la historia pública en Argentina en las últimas dos décadas ver Morea (2024) y Trímboli (2015).

2 Existen numerosos podcasts realizados por historiadores (profesionales o *amateur*) que se encuentran por fuera de los circuitos académicos y que tienen gran impacto de audiencias. En la mayoría de esos casos, se reproducen interpretaciones tradicionales del pasado que fueron revisadas por los avances historiográficos de las últimas décadas.

In our time: history (2004-presente), *The rest is history* (2020-presente), *Now and Then* (2021-2023), *Stuff the British Stole* (2020-2023) y *History that Doesn't Suck!* (2017-presente); por otro lado, tres podcasts con formatos equivalentes realizados en Argentina: *HistoriAr* (2021-presente), *Sobremesa* (2021-2022), *La Banda presidencial* (2019).³

El podcast como herramienta de divulgación científica

En 2024 se cumplieron dos décadas desde que el término "podcast" fue utilizado por primera vez para describir una transmisión de audio disponible en Internet, descargable a dispositivos móviles. Fue acuñado por el periodista de *The Guardian*, Ben Hammersley, quien combinó el prefijo *iPod* (en referencia al reproductor de Apple) con el sufijo *cast* (proveniente de *broadcast*). Aunque los podcasts habían surgido como una innovación tecnológica en 2001, no fue hasta 2014 que experimentaron un auge exponencial en su audiencia. Este crecimiento fue impulsado por *Serial*, un podcast de investigación periodística que retomaba un caso policial sobre el asesinato de una estudiante en Baltimore. *Serial* se convirtió en un fenómeno cultural: para 2021, su primera temporada acumulaba 250 millones de reproducciones. El caso fue reabierto en los tribunales, su presentadora fue reconocida como una de las 100 personas más influyentes del año y, a nivel académico, dio origen a un nuevo campo de estudios dedicado al *podcasting*.

Después de 2014, la oferta de podcasts y su audiencia crecieron exponencialmente. La cifra de podcasts activos superó en 2024 los 4.150.000 en todo el mundo con más de 500 millones de oyentes para 2023. Estas cifras, sin embargo, representan menos del 10% de los usuarios de Internet, y desagregadas pertenecen 143 millones al mercado norteamericano anglosajón (Estados Unidos y Canadá), 135 millones al hispanoamericano y 111 millones al europeo. Las proyecciones de estas métricas estiman que en 2025 Latinoamérica sobrepasará a América del Norte por el diferente grado de penetración de los podcasts.⁴ En Estados Unidos, el país que más ha desarrollado la industria del *podcasting*, el 67% de la población mayor de 12 años escuchó alguna vez un podcast y el 47% lo hace con una periodicidad mensual.⁵ En Latinoamérica el grado de penetración es de un 20,4% mientras que, en el caso argentino, la escucha de podcasts de manera habitual alcanza al 17% de toda la población.⁶

3 Cabe aclarar que las reflexiones aquí expuestas surgen de la experiencia que vengo transitando en la producción de podcasts históricos desde el año 2019 (de allí el carácter autorreferencial de algunos de los ejemplos utilizados). Por otro lado, es importante señalar que las métricas de los podcasts no son públicas, sino solo visibles para quienes los producen. Por tal motivo, los análisis de audiencias y reproducciones se limitan a los podcasts en los que he podido tener acceso a la información.

4 Estudio "Cómo suenan los podcasts en España y Argentina. Radiografía de la producción original plataformas y productoras de audio en 2023" dirigido por el Observatorio Nebrija del Español (ONE).

5 Encuesta "The Podcast Consumer 2024" de Edison Research (consultado en línea en <https://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2024-by-edison-research/> 4/1/2025).

6 Estudio "Inside Audio 2024" de Kantar Ibope Media (consultado en línea en <https://kantariibopemedia.com/argentina/contenido/estudio/inside-audio-2024/> 4/1/2025).

Si analizamos los números absolutos, la audiencia de podcasts en Argentina (10,4 millones de oyentes) sigue siendo pequeña en comparación con Brasil (51,8 millones) y México (27,5 millones).⁷ En cuanto a las edades, en Argentina tienen mayor impacto entre el público joven: el 60% de los oyentes tiene entre 12 y 34 años.⁸ Estos datos reflejan no solo su creciente presencia como medio de comunicación, sino también su gran potencial futuro en países como Argentina, donde la industria aún se encuentra en una etapa más incipiente.

En relación con los temas abordados, según la "EncuestaPod 2022", realizada a 2.213 oyentes activos de podcasts en toda Latinoamérica, el 32,47% de los participantes indicó que su temática favorita es la "historia". Esto ubica a los podcasts históricos en el tercer lugar de preferencia, por detrás de las categorías "investigación periodística" (36,7%) y "comedia" (37,6%).⁹ Además, según el portal *Listen Notes*, Argentina, con 882 podcasts activos, ocupa el segundo lugar como productor en América del Sur, superada únicamente por Brasil, que cuenta con más de 10.000 programas vigentes.

Ahora bien, ¿qué buscan los oyentes de podcasts? Los dos motivos principales por los cuales las personas los escuchan, según diversas encuestas y autores, es para obtener conocimiento y/o entretenerse. La periodista Siobhán McHugh (2022), podcastera e historiadora oral, afirma que los tres pilares fundamentales del podcasting son: conocimiento, entretenimiento y empatía. Los buenos podcasts logran transmitir conocimiento de manera entretenida, generando una conexión emocional con el oyente a través del audio y la voz, que en la mayoría de los casos llega de forma directa mediante auriculares. Por tal motivo, los podcasts se convirtieron en una herramienta altamente efectiva para la divulgación del conocimiento.

En este sentido, las ventajas que provee el formato son diversas. En primer lugar, pueden escucharse en cualquier momento y mientras se realizan otras actividades. En segundo lugar, funcionan como un complemento ideal para la publicación de libros o artículos ya que puede incentivar su lectura o servir como una forma accesible de familiarizarse con sus principales argumentos (De Marco, 2022). En tercer lugar, constituyen herramientas útiles para el dictado de clases. Según Hayley Bowman (2021):

Escuchar o crear un podcast permite a los estudiantes acceder a la información de una manera diferente y, a su vez, los impulsa a considerar métodos creativos de comunicación de la historia [...] la comunicación de un argumento o una historia de forma sintética y atractiva, métodos de entrevistas, colaboración con otras profesiones como editores de sonido o actores que graban voces [...] y las posibilidades y limitaciones de la narración oral.

7 Estudio "Cómo suenan los podcasts en España y Argentina. Radiografía de la producción original plataformas y productoras de audio en 2023" dirigido por el Observatorio Nebrija del Español (ONE).

8 Estudio "Inside Audio 2024" de Kantar Ibope Media (consultado en línea en <https://kantariibopemedia.com/argentina/contenido/estudio/inside-audio-2024/4/1/2025>).

9 "Encuesta Pod2022" (consultado en línea <https://encuestapod.com/2022/resultados/4/1/2025>).

Para los estudiantes de humanidades representan, además, un medio para acercarse al mundo de las humanidades digitales, al transmitir tanto habilidades digitales como narrativas. Por último, el costo de producción de un podcast es bajo, ya que no se requieren equipos tecnológicos costosos ni conocimientos técnicos avanzados.

En el caso de los podcasts históricos, se presentan ventajas adicionales. Uno de los recursos claves que utilizan para atraer al público es el *storytelling*. Los podcasts que cuentan historias son los que logran mayor impacto en la audiencia. El uso del género narrativo para dar una interpretación del pasado es siempre un recurso eficaz. La historiadora Liz Covart, *host* de *Ben Franklin's World*, uno de los podcasts de historia de mayor impacto, sostiene que “ante la necesidad humana de contar historias y establecer conexiones, los podcasts ofrecen una forma única y poderosa de humanizar las narrativas. Su intimidad, el arte de la narración oral y esta capacidad de acercar lo humano los convierten en una herramienta valiosa para que los historiadores comuniquen el pasado” (Covart, 2022: 221).

Podcasts históricos: oportunidades y desafíos en diversos formatos

La capacidad de los podcasts para transmitir conocimiento académico y llegar a públicos no especializados varía según el formato. Aunque al respecto existen diversas clasificaciones y tipologías, en este caso se adoptan tres categorías: entrevistas, conversacionales y narrativos. Para cada una de ellas, analizamos un ejemplo anglosajón de alto impacto en la opinión pública y uno local.

Podcasts de entrevistas

Los podcasts de entrevistas suelen seguir un formato tradicional en el que participan dos o más personas, con una estructura claramente definida entre el entrevistador y el entrevistado. Uno de los primeros podcasts de entrevistas a historiadores fue *In Our Time: History*, de *BBC Radio 4* que inició como programa de radio en 1998 y se convirtió en el primer podcast de BBC en 2004.¹⁰ De frecuencia semanal, conducido por Melvyn Bragg, reúne a dos o tres académicos en cada episodio para debatir sobre “las ideas, personas y eventos que moldearon nuestro mundo”. Actualmente, cuenta con más de 1.000 entrevistas a destacados historiadores y un promedio de 2 millones de oyentes por episodio. Las preguntas que Bragg formula a sus invitados logran que el contenido sea accesible y comprensible para un público amplio, lo que contribuye a su éxito y popularidad. Fue descrito por *The Guardian* como un “curso universitario para las masas”.¹¹

¹⁰ Todos los episodios de *In Our Time: History* se encuentran disponibles en <https://www.bbc.co.uk/programmes/b006qykl>.

¹¹ “‘I’d been fired once; it didn’t hurt’: Melvyn Bragg on breakdowns, bust ups and 1,000 episodes of *In Our Time*” (15 de septiembre 2023). *The Guardian* (consultado en línea en <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2023/sep/15/melvyn-bragg-1000th-episode-in-our-time-interview-4/1/2025>).

En el caso argentino, uno de los podcasts dedicados a la divulgación de conocimiento académico a través de entrevistas es *HistoriAr*, producido por la Asociación Argentina de Investigadores en Historia (ASAIH).¹² La iniciativa surgió en 2021 de la mano de Roy Hora, Magdalena Candiotti, Lila Caimari y la autora de este artículo. Con el tiempo, el equipo inicial se amplió para incluir a otros historiadores que se alternan como entrevistadores, entre ellos Inés Pérez, Flavia Fiorucci, Gabriel Entín, Alejandro Rabinovich y Nicolás Sillitti. Además, el podcast cuenta ocasionalmente con anfitriones invitados que conducen entrevistas sobre temas o libros específicos.

HistoriAr mantiene una frecuencia semanal y hasta el momento suma 165 episodios de, aproximadamente, una hora de duración. Las métricas reflejan su llegada a públicos amplios: con 15.000 seguidores en Spotify, acumula más de 377.000 reproducciones totales. De los oyentes, el 78% tiene más de 35 años, lo que indica un público más adulto en comparación con el promedio de los podcasts en general. Es posible que se deba al formato y tipo de entrevistas que, en su mayoría, presentan un grado mayor de complejidad que el de podcasts narrativos.

Para comprender qué temáticas o enfoques resultan más efectivos para divulgar conocimiento histórico, es útil analizar las métricas de los episodios más escuchados de *HistoriAr*. Podemos dividirlos en tres categorías. En primer lugar, están los temas de debate público o relacionados con el presente, como son los casos de "Juan Manuel de Rosas" (8.223 reproducciones), "La conquista del desierto" (6.614), "Juan Bautista Alberdi" (4.248), "La Contraofensiva de Montoneros" (4.371), "Historia de las derechas en Argentina" (4.310) y "Juan Domingo Perón" (3.937). En segundo lugar, las efemérides, centradas en conmemoraciones históricas, como "La revolución de mayo" (4.500 reproducciones) y "La guerra de Malvinas" (3.300). En tercer lugar, los procesos clave de la historia mundial como "La Primera Guerra Mundial" (4.935 reproducciones), "La Revolución francesa" y "Napoleón" (ambos con 3.800).

La evidencia revela que los episodios centrados en figuras históricas o acontecimientos ampliamente reconocidos suelen tener mayores audiencias. Por esta razón, el equipo de producción intenta mantener un equilibrio entre los temas que generan particular atracción y los denominados "temas boutique", más orientados a un público especializado. En las temáticas de mayor impacto, el objetivo es presentar nuevas interpretaciones historiográficas sin perder de vista la aproximación biográfica (en los casos de figuras) o la narración de acontecimientos clave (en las efemérides o procesos generales), recursos necesarios para captar a un público no especializado. Por ejemplo, en el episodio dedicado a Juan Bautista Alberdi, con Juan Manuel Romero como entrevistador y Eduardo Zimmermann como invitado, se explora la vida del protagonista al mismo tiempo que se abordan debates historiográficos sobre el origen del liberalismo

¹² Los episodios de *HistoriAr* se encuentran disponibles en: <https://open.spotify.com/show/6ZzcVyllDzcc3YaXAb7KEg>.

en Argentina.¹³ De manera similar, en el episodio sobre “La revolución de mayo”, con Fabio Wasserman y Gabriel Di Meglio como entrevistados, se combina una narración de los acontecimientos con el análisis de debates académicos acerca de las causas de la revolución, el rol de los sectores populares y la construcción de la idea de nación.¹⁴

El caso de *HistoriAr* permite analizar las ventajas y limitaciones de este formato de podcast. Entre las ventajas, caben destacar la ampliación del público al que llegan las investigaciones difundidas –reflejado en el número de reproducciones y seguidores–, la posibilidad de que los historiadores tomen contacto con temas que no son necesariamente los propios, y que los docentes de historia en escuelas secundarias y universidades lo utilicen como herramienta educativa para preparar clases o como material complementario para los estudiantes. Finalmente, se trata de un proyecto colectivo que ha contado con la colaboración desinteresada de más de 300 colegas en los últimos tres años.

Entre las principales limitaciones del formato se encuentra la heterogeneidad de las entrevistas en relación con la audiencia objetivo. Algunas resultan más accesibles para públicos amplios, mientras que otras adoptan un registro específico y profesional, dependiendo de los temas tratados como del estilo de exposición del entrevistado o del tipo de preguntas realizadas. Esta limitación suele atenuarse en otros formatos de podcast, como los conversacionales y los narrativos.

Podcasts conversacionales

En los podcasts conversacionales, dos o más personas discuten o intercambian ideas sobre un tema, en un formato conocido también como “chatcast”. La clave radica en la química que se establece entre los *hosts* y en la dinámica que se genera en el diálogo para abordar un tema desde diferentes perspectivas. Los más exitosos suelen ser aquellos en los que los *hosts* están bien informados y logran transmitir su conocimiento de una manera relajada y entretenida, cautivando a la audiencia sin perder rigor.

The Rest is History (TRIH) es el podcast de historia más popular a nivel mundial, con 11 millones de reproducciones mensuales.¹⁵ En 2024, se posicionó entre los cinco más escuchados en el Reino Unido, según datos de Spotify.¹⁶ Se trata de una conversación entre los historiadores Tom Holland y Dominic Sandbrook sobre los más diversos momentos, temas y personajes de la historia mundial. Desde su lanzamiento en noviembre de 2020 han publicado 547 episodios y han logrado captar una audiencia joven, con un 70% de sus oyentes menores de 40 años.¹⁷

13 “Juan Bautista Alberdi”, *HistoriAr*, disponible en: <https://open.spotify.com/episode/7qlkxMraJ5BNHm6NV2JOM>.

14 “La revolución de mayo”, *HistoriAr*, disponible en: <https://open.spotify.com/episode/2JhbMVZbjFUEk208JFfRMO>.

15 Los episodios de *The rest is history* se encuentran disponibles en: <https://open.spotify.com/show/7Cvsbcjhtur7nplC148TWy>

16 Datos disponibles en: <https://www.spotify.com/es/wrapped/> (consultado 4/1/2025).

17 Bojan Pancevsky (25 de octubre 2024). “How Two Irreverent Historians Made Their Podcast a Global Sensation”, *The Wall Street Journal* (consultado en línea en <https://www.wsj.com/arts-culture/>

Uno de los mayores aciertos de este podcast es el sentido del humor y el enfoque desenfadado con el que los anfitriones tratan los temas históricos. Según Holland, su dinámica consiste en hablar “como si estuviéramos en el pub, sin consecuencias y sin presión”.¹⁸ A su vez, tienen un estilo contundente y sintético para transmitir las ideas que, una vez presentadas, pueden ser matizadas o sometidas a un análisis más complejo. En algunos episodios tienen invitados a los que les piden explícitamente que se ajusten al formato, como es el caso del dedicado a “Las causas de la Primera Guerra Mundial” donde desafían al especialista a que “cuente que pasó en un minuto para los que no saben nada del tema”.¹⁹

Uno de los recursos más efectivos de este podcast es el uso de paralelismos entre la historia y el presente, manejados con precaución para evitar caer en anacronismos simplistas. Un ejemplo destacado se encuentra en el episodio “Lessons from History”, donde exploran momentos del pasado que ofrecen claves para comprender las “batallas culturales” actuales. En este caso, retroceden al momento de la reforma protestante, que presentan como una suerte de “guerra cultural,” y explican su rápida expansión utilizando una analogía con la difusión de noticias en Twitter (hoy X). Este enfoque no solo capta la atención del oyente, sino que contribuye a iluminar procesos históricos complejos. A la vez, los anfitriones de TRIH logran crear una comunidad sólida con sus oyentes, retomando preguntas que reciben a través de las redes sociales y seleccionan los temas a partir de las demandas de su audiencia.

Otro exitoso podcast conversacional anglosajón es *Now and Then*, conducido por las historiadoras Heather Cox Richardson (Boston College) y Joanne Freeman (Yale University). Emitido entre 2021 y 2023, con un total de 121 episodios, se presentaba con la siguiente pregunta: “¿Cómo puede el pasado ayudar a enfrentar los desafíos más urgentes del presente?”. Cada semana, las anfitrionas exploraban un tema de agenda desde una perspectiva histórica. En este podcast, también se aborda la temática de las “guerras culturales” en el presente y el pasado. Uno de los episodios se inicia con el interrogante acerca de si la sociedad actual está atravesando un cambio de época. Para explorar esta idea, analizan cómo ha evolucionado la identidad estadounidense, especialmente la forma de definir el “nosotros” y el “ellos,” en diferentes momentos históricos.

Para la reflexión que este artículo propone sobre la divulgación histórica, resulta especialmente útil el último episodio del podcast, en el que las anfitrionas, junto al equipo de producción, reflexionan sobre los resultados del programa y la trastienda que subtiende el proceso de elaboración.²⁰ Según relatan, la secuencia de cada episodio supone elegir un tema con alguna conexión con el presente, contar

how-two-irreverent-historians-made-their-podcast-a-global-sensation-81de0a1b 4/1/2025).

18 Bojan Pancevsky (25 de octubre 2024). “How Two Irreverent Historians Made Their Podcast a Global Sensation”, *The Wall Street Journal* (consultado en línea en <https://www.wsj.com/arts-culture/how-two-irreverent-historians-made-their-podcast-a-global-sensation-81de0a1b 4/1/2025>).

19 “Causes of the First World War”, *The Rest is History*. Disponible en: <https://open.spotify.com/episode/2AzigsE8OkmEnzZdJSEXau>

20 Episodio “Then and now” del podcast *Now and Then*, disponible en: <https://cafe.com/now-and-then/then-and-now/>.

con un productor dedicado a analizar los temas de la agenda y debatir junto al equipo sobre cuáles podían ser relevantes para el programa. En este proceso aparecía una figura clave, la productora ejecutiva, que era quien le daba una dirección al podcast. Freeman y Cox comentan que, mientras ellas pensaban en posibles temas, la productora ejecutiva preguntaba: “¿Qué importa y a quién le importa?”. Esta pregunta resultaba fundamental para definir qué historias eran significativas para discutir sobre el pasado con una mirada sobre el presente. Una vez seleccionado el tema, contaban con un productor editorial cuya tarea consistía en revisar el material de archivo para cada episodio y buscar materiales específicos para intercalar algunas anécdotas históricas que permitieran ilustrar la temática. El episodio descripto revela la importancia de contar con un equipo interdisciplinario, compuesto por historiadores y productores enfocados en las agendas del público potencial para –según exponen las anfitrionas– “encender una chispa de interés”.

Una versión local de este formato fue *Sobremesa*, “un podcast del DiarioAr donde los historiadores Pablo Gerchunoff y Roy Hora conversan sobre pasado, presente y futuro”.²¹ Con una duración aproximada de 20 minutos por episodio, se publicó semanalmente entre mayo de 2021 y marzo de 2022, acumulando un total de 30 episodios. Al igual que en *Now and Then*, aunque sin un equipo de producción detrás, los historiadores elegían un tema de agenda de la semana y lo pensaban históricamente. Algunos títulos lo ejemplifican: “La ciudad y la nación: un viejo conflicto que vuelve renovado”, “Las coaliciones políticas: ¿una rareza en la historia argentina?”, “Deudicidio: ¿desde cuándo y por qué la deuda es un problema?”.

Un gran logro de *Sobremesa*, además de su estilo relajado y accesible, es que enseña al oyente a “pensar históricamente”, siguiendo las pautas que guían al historiador profesional. En este sentido, Gerchunoff y Hora logran desactivar la recurrencia a la idea de que la historia se repite, utilizada con frecuencia en medios de comunicación, y reflexionar no solo sobre las similitudes que es posible establecer entre el pasado y el presente, sino también sobre sus diferencias. Un ejemplo claro de esta aproximación puede observarse en el episodio “El escándalo como problema político”, donde analizan diversos escándalos sucedidos en la historia –desde fines del siglo XIX hasta el presente– a partir del impacto que tuvo la publicación de una fotografía del entonces presidente de la República Argentina en un festejo de cumpleaños durante el período de cuarentena estricta vigente en la epidemia de Covid-19.²² El objetivo del episodio no es simplemente narrar otros escándalos políticos o de corrupción, sino entender en qué contextos esos eventos generan impacto en las agendas públicas de la sociedad. Asimismo, el podcast aporta una perspectiva de proceso para comprender el presente, como ilustra el episodio “¿Es posible debatir sobre el desarrollo en Argentina?”, donde los anfitriones reflexionan en torno a dónde situar históricamente la discusión

21 Los episodios de *Sobremesa* se encuentran disponibles en: <https://open.spotify.com/show/4b85hiD31n8pAxOtI40be3>.

22 Episodio “El escándalo como problema político”, *Sobremesa*, disponible en: <https://open.spotify.com/episode/3dq6dW71JuWgVpsBC9uaNi?si=aa00ad3439524755>.

sobre el desarrollo en el país y recorren diversos momentos clave de ese debate a lo largo de los siglos XIX y XX.²³

Una de las limitaciones de los podcasts conversacionales es que, al prescindir de un proceso elaborado de edición y posproducción, no explotan plenamente las posibilidades del formato para contar historias a través de sonidos. Estas potencialidades, en cambio, se aprovechan en los podcasts narrativos, que analizamos a continuación.

Podcasts narrativos

Este formato es el que mejor capitaliza la potencia expresiva de los podcasts históricos. En este tipo de producción, una historia estructurada con guion y personajes se desarrolla a través del audio, combinando la voz del narrador con testimonios de fuentes consultadas, material de archivo y diversos recursos, como efectos de sonido, música y diálogos dramatizados. Tal como se mencionó, el podcast *Serial* fue el primero en explotar al máximo esas herramientas para producir un podcast narrativo cautivante que se convirtió en un fenómeno cultural.

En su libro *The Power of Podcasting for Storytelling*, Siobhán McHugh (2022) analiza la "magia" de los podcasts narrativos y su capacidad para transmitir historias a través del audio. Según la autora, narrar historias en este formato implica mucho más que hablar frente a un micrófono puesto que supone una gramática específica y lógicas propias (McHugh, 2022: 4). Uno de los conceptos clave es aprender a "pensar a través del oído", lo que implica construir escenas utilizando la voz y los sonidos como herramientas fundamentales. La unidad de podcasts de la BBC refuerza esta idea con uno de los "11 mandamientos del podcasting": "Los podcasts son una forma de audio visualmente poderosa; pueden ser como cine para los oídos". En este formato, la producción previa y posterior a la grabación adquiere una importancia central. Aspectos como el guion, la edición de entrevistas, la selección de material de archivo y la posterior mezcla con efectos de sonido son esenciales para crear una experiencia inmersiva.

Sin duda que la Historia, a diferencia de otras disciplinas, es especialmente adecuada para el desarrollo de podcasts narrativos. Permite establecer una dinámica entre el relato de procesos y acontecimientos del pasado, la presentación de personajes complejos y el uso de recursos que pueden interpelar el campo de las emociones de los oyentes. Integrar fuentes históricas, sonoras o no, como testimonios, cartas o discursos, enriquece la narración y contribuye a transportar a la audiencia a los escenarios del pasado narrado. Para lograrlo, es fundamental la edición y el proceso de elaboración del guion. En este sentido, es crucial seleccionar y condensar las ideas principales en pocos minutos para mantener al oyente intrigado y evitar que se sienta abrumado o aburrido. Un desafío frecuente, especialmente en los podcasts producidos por académicos, es adaptar el guion a un registro diferente del lenguaje escrito: debe "escribirse

²³ Episodio "¿Es posible el desarrollo en Argentina?", *Sobremesa*, disponible en <https://open.spotify.com/episode/308bHokjXpkgR4l7Xo3nn9?si=93a6b9741fec40b2>.

como se habla". Según McHugh (2022), es preciso eludir palabras o expresiones que no se usarían en una conversación informal, lo cual implica priorizar frases cortas y un lenguaje coloquial.

Uno de los podcasts narrativos de historia más exitosos de Estados Unidos es *History That Doesn't Suck*,²⁴ escrito y conducido por Greg Jackson, profesor e investigador en la Universidad de Utah Valley. El programa cuenta con 178 episodios que recorren la historia de Estados Unidos desde la Revolución hasta la actualidad. En la mayoría de ellos, la narración está a cargo exclusivo de Jackson, acompañado por efectos de sonido que enriquecen el relato. Jackson se define como historiador y narrador de historias (*storyteller*), y deja en claro que lo hace de manera profesional, no como un aficionado. Cada episodio dura aproximadamente una hora y comienza con una anécdota o escena que condensa el tema central.

En la introducción del podcast, Jackson explica que sus interpretaciones del pasado apuntan más a lo que la gente debería saber que a lo que quiere saber. Sin sacrificar nunca la fuerza narrativa, desmonta sentidos comunes, distingue entre relatos documentados y versiones inventadas, y presenta debates historiográficos con claridad. Además, en la web del podcast, se puede encontrar una lista exhaustiva de bibliografía recomendada por episodio. Luego del éxito del podcast, Greg Jackson armó un espectáculo en el que relata la historia de Estados Unidos en vivo frente a miles de espectadores. A diferencia de los podcasts que veremos a continuación, el formato de HTDS es el de una narración del conductor que, sólo en casos excepcionales, recurre a otros historiadores como invitados. A través de la voz del narrador se arma la estructura dramática y los personajes, con el acompañamiento de los efectos sonoros.

Un podcast de historia que logra funcionar como "cine para los oídos" es *Stuff the British Stole*.²⁵ Conducido por el periodista australiano Marc Fennell, este programa explora la historia del Imperio británico a través de objetos robados que actualmente se encuentran en museos, galerías, colecciones privadas o sitios de enterramiento. Cada episodio sigue la "vida" de un objeto (botellas, esculturas, manuscritos, armaduras, cadáveres) y, a través de él, desarrolla la historia del imperio británico y de diversas culturas y países como Australia, Nueva Zelanda, India, Barbados, entre otros. Desde su lanzamiento en 2020, el podcast se ha ubicado entre los cinco más populares en varios rankings, con más de 5 millones de reproducciones en sus 20 episodios emitidos. Gracias a su éxito, se adaptó a una serie de televisión que ya cuenta con dos temporadas. Detrás de este podcast, coproducido entre dos grandes corporaciones de medios de Australia (ABC Radio National) y Canadá (CBC News), existen importantes recursos y equipos.

El gran logro de este podcast reside en la habilidad de su anfitrión para encontrar pequeñas historias con las que contar una gran historia. Según lo describe

²⁴ Los episodios de *History That Doesn't Suck* se encuentran disponibles en: <https://open.spotify.com/show/7AVu47DIP4G9YGMJXtMgRi?si=a0c086298e084c56>.

²⁵ Los episodios de *Stuff the British Stole* se encuentran disponibles en: <https://open.spotify.com/show/7y2q3VMC6WLSMIFXT3TyO7?si=d002b7f92e8a46f0>.

Fennell: “La gente cree que la mejor historia es la que no han escuchado. No lo es. La mejor historia es la que la gente cree conocer, y tú levantas la tapa y les muestras algo diferente”. El podcast mantiene un ritmo dinámico, combinando diversos recursos sonoros. El guion está diseñado para generar suspenso e intriga, evitando una bajada de línea moral explícita. Fennell afirma: “Nadie quiere que le den una lección sobre el colonialismo, pero a todos les encanta una búsqueda del tesoro [...] Primero es un misterio, segundo un programa de viajes y, en tercer lugar, se trata de historia”. De esta manera, logra articular historias atractivas, guiones ágiles y recursos sonoros con aportes sustanciales de investigaciones académicas sobre los temas abordados. Para la realización de cada episodio, Fennell viajó a diversos países, visitando museos, explorando sitios históricos y entrevistando a especialistas, incluidos historiadores, museólogos y antropólogos.

En Argentina, *La Banda Presidencial* (LBP) ilustra un caso de podcast narrativo, que realicé junto al politólogo Santiago Rodríguez Rey en 2019, con producción del diario *La Nación*.²⁶ Inspirado en el podcast *Presidential* del *Washington Post*, LBP traza un recorrido por la historia argentina a través de todos sus presidentes, desde Bernardino Rivadavia hasta Mauricio Macri. Con una frecuencia semanal, cada episodio está dedicado a relatar y reflexionar sobre las trayectorias de uno o más presidentes, integrando las interpretaciones historiográficas recientes sobre la historia política argentina. Son podcast editados y guionados que requirieron de un intenso trabajo de pre y posproducción. Cada episodio cuenta con al menos tres entrevistas a historiadores especialistas en los respectivos periodos y personajes, de las cuales se seleccionaron y editaron fragmentos de corta duración que se intercalan combinados con material de archivo. La realización y edición de las entrevistas, el guion de los capítulos y la conducción estuvieron a cargo de los dos anfitriones, mientras que *La Nación* se ocupó de mezclar el material, agregar efectos de sonido y publicarlo. Es importante señalar que, a diferencia de otros podcasts narrativos internacionales, esta experiencia contaba con un equipo de producción mínimo y recursos escasos. Fueron 23 episodios y, al día de hoy, tienen un total de 550 mil reproducciones totales con 14.832 seguidores en Spotify.

El podcast tenía como principal objetivo divulgar las interpretaciones historiográficas generadas en ámbitos académicos de manera rigurosa y captar la atención del público no especializado, enfocando la narración en los personajes, salpicada de anécdotas y “datos de color”. Dado que se buscaba equilibrar conocimiento y entretenimiento, las interpretaciones y debates historiográficos se integraban al relato a través de las voces de los 40 historiadores invitados y se reforzaban en el guion mediante explicaciones más concisas por parte de los *hosts*. Así, se ponían en discusión tanto los sentidos comunes heredados de la “historia liberal” o “revisionista” como los debates internos de la disciplina. Durante el proceso de guion, era fundamental mantener una narración dinámica

²⁶ Los episodios de *La Banda Presidencial* se encuentran disponibles en: <https://open.spotify.com/show/2Js8jTzuiQP0FkybFbsjcB?si=17f9dbff6cd44000>

que girara en torno a la figura del presidente, utilizado como un prisma para analizar el contexto político de la época. A su vez, el guion estaba escrito en un registro oral que simulaba una conversación fluida entre los dos conductores.

Para ejemplificar esa búsqueda por combinar narración con interpretaciones historiográficas se puede escuchar el capítulo "Mitre, Sarmiento y Avellaneda".²⁷ Este episodio comienza con un relato sobre las personalidades de estos presidentes y una observación clave de Hilda Sabato que sirve como hilo conductor: "No tienen nada en común, pero los historiadores que vinieron después inventaron la idea de presidentes fundadores o primeras presidencias [...] Si bien los tres tuvieron una importancia en la construcción de la Argentina como república, eran muy diferentes entre sí". A partir de esta afirmación, el episodio se enfoca en destacar las diferencias entre los tres líderes y en explicar cómo se hacía política en el contexto republicano previo a 1880. Estas interpretaciones, alineadas con investigaciones académicas de las últimas décadas, se complementan con anécdotas y detalles que iluminan el período histórico tales como la escena del conflictivo traspaso de mando entre Mitre y Sarmiento, o las caricaturas que circulaban en Buenos Aires ridiculizando a Avellaneda por su baja estatura y su catolicismo.

En un contexto donde el mercado de podcasts en Argentina todavía estaba en una etapa incipiente, LBP logró un impacto significativo al llegar a un público amplio, especialmente a través de redes sociales, en particular Twitter (hoy X). De esta manera, se formó una comunidad de oyentes que participaba activamente compartiendo los episodios y debatiendo sobre su contenido. Con la salida del último episodio, un día antes de las elecciones presidenciales de 2019, propusimos un juego en el que participaron miles de usuarios. Al final de cada episodio, se les preguntaba a los entrevistados cómo debería componerse el "Monte Rushmore" argentino. Esta misma pregunta fue replicada en Twitter para que los oyentes respondieran. La iniciativa recibió 2084 respuestas que resultaron en un Monte Rushmore vernáculo conformado por Juan Domingo Perón, Julio Argentino Roca, Domingo Faustino Sarmiento e Hipólito Yrigoyen.

Como se adelantó, los podcasts narrativos de historia tienen la ventaja de generar mayor impacto en públicos no especializados debido a su capacidad para explicar y reponer información en un corto período de tiempo. Además, son los que permiten aprovechar al máximo las potencialidades del medio, al integrar narración con diversos recursos sonoros y material de archivo. Sin embargo, este formato sigue siendo el menos desarrollado en Argentina. Esto se debe, en gran parte, al trabajo intensivo que requiere en términos de pre y posproducción, así como a los limitados recursos financieros disponibles para su producción.

²⁷ Episodio "Mitre, Sarmiento y Avellaneda" de *La Banda Presidencial*, disponible en: <https://open.spotify.com/episode/230Gx0CFeJqGczaYPDyxV?si=c59dd775c8df4fb4>.

Reflexiones finales

Los podcasts históricos, a pesar de ser una herramienta poderosa para la divulgación del pasado y de lo producido desde ámbitos académicos, presentan todavía limitaciones para su desarrollo en países como Argentina. Algunas han sido indicadas en el análisis precedente. La ponderación trazada con los ejemplos citados de los países anglosajones permite visualizar las variables que operan en esos límites. Entre ellos, el más obvio remite a la financiación. La producción de podcasts en Argentina aún se encuentra poco mercantilizada (Espada, 2022). Este problema afecta no solo a los podcasts históricos, sino también a los podcasts en general. En 2023, plataformas como Podimo y Spotify dejaron de producir localmente, y también se redujo la oferta generada desde medios tradicionales como La Nación, La Voz, Los Andes o Infobae. Aunque existen productoras como Anfibia, Posta, Wetoker y Parque Podcast, que combinan diferentes fuentes de financiación, todavía se encuentran en proceso de definir su modelo de negocios. En comparación con otros países, la facturación de los podcasts en Argentina es muy baja. En 2023, la facturación total de América del Sur alcanzó 72 millones de dólares, de los cuales Brasil concentró el 82% de ese monto, mientras que Argentina registró solo alrededor de 3.4 millones de dólares.²⁸

Otro límite relevante para la divulgación histórica radica en la falta de formación específica en comunicación de la ciencia en la mayoría de las universidades. En el caso particular de los podcasts, contar historias a través del audio es una habilidad que se aprende principalmente con práctica y experiencia. La incorporación de contenidos y herramientas específicas en los planes de estudio o la oferta de talleres de divulgación podrían contribuir significativamente a mejorar las capacidades de comunicación de los futuros investigadores y docentes, fomentando un enfoque más accesible y efectivo para la divulgación del conocimiento (Di Meglio, 2011).

Por último, la producción de podcasts sigue ocupando un lugar menor en instituciones como el CONICET o las universidades. En diversos países, las instituciones académicas impulsan la producción de podcasts a través de becas, premios o reconociéndolos como parte de la investigación. Un ejemplo de este impulso es el Social Sciences and Humanities Research Council (SSHRC), el principal ente de investigación en Canadá, que apoyó la producción de podcasts realizados por académicos mediante becas y a través de la creación de una red de podcasts llamada "Amplify". Esta iniciativa permite difundir los resultados de investigaciones rigurosas no solo como una forma de publicidad sino de producción académica legítima. En Argentina, el caso de *HistoriAr*, realizado por la Asociación Argentina de Investigadores en Historia, es un ejemplo de este tipo de iniciativas que, sin embargo, no cuenta más que con los recursos propios que aportan sus asociados. A nivel internacional existen revistas académicas que realizan reseñas de

²⁸ Estudio "Cómo suenan los podcasts en España y Argentina. Radiografía de la producción original plataformas y productoras de audio en 2023" dirigido por el Observatorio Nebrija del Español (ONE).

podcasts de historia, como *The Public Historian* o *Journal of American History*, lo que refuerza su importancia y valor académico para la divulgación.

En suma, los podcasts constituyen un medio para reimaginar el trabajo científico en un contexto de disrupción digital (Cuffe, 2019). La tarea, como se desprende de lo dicho hasta aquí, requiere *expertise* tanto en los saberes que se transmiten como en las vías que se eligen para conectar con públicos de distintas edades, contextos sociales y niveles de conocimiento. Las instituciones académicas argentinas poseen un enorme potencial en este sentido, al contar con recursos humanos de excelencia capaces de desarrollarlo y con audiencias ávidas por conocer el pasado. Pero para articular ambas dimensiones es preciso superar las limitaciones descriptas y trabajar conjuntamente con los diversos formatos divulgativos que han transformado la historia pública.

Bibliografía

- » Bowman, H. (2021). *A Glimpse Behind the Curtain. Pedagogical Thinking with Podcasting and Narrative. Perspectives on history* (consultado en: <https://www.historians.org/perspectives-article/a-glimpse-behind-the-curtain-pedagogical-thinking-with-podcasting-and-narrative/>, 4/1/2025).
- » Covart, L. (2022). History Podcasts: An Overview of the Field. *The Journal of American History*, 109(1), 220-229.
- » Cuffe, H. (2019). Lend me your ears: the rise of the history podcast in Australia. *History Australia*, 16(3), 553-569.
- » De Marco, C. (2022). Hear Here! The Case for Podcasting in Research. *Journal of Research Administration*, 53(1), 30-61.
- » Di Meglio, G. (2011). Wolf, el lobo. Observaciones y propuestas sobre la relación entre producción académica y divulgación histórica. *Nuevo Topo. Revista de historia y pensamiento crítico*, (8), 107-120.
- » Espada, A. (2022). Profesionalización e industrialización del modelo productivo del podcast en la Argentina. *Austral Comunicación*, 11(2).
- » McHugh, S. (2022). *The power of podcasting. Telling stories through sound*. New York: Columbia University Press.
- » Morea, A. (2024). Historia pública. Algunas reflexiones sueltas sobre su presencia en Argentina, 2005-2023. En C. Fernández y K. Halpern (Coords.), *Múltiples enfoques en la comunicación pública de las ciencias: de la teoría a la práctica* (pp. 89-109). Mar del Plata: Es pulpa.
- » Trímboli, J. (2015). La vuelta de la historia: Consideraciones sobre la nueva presencia pública de la historia. *Pasado Abierto*, 1(1), 220-229.