

ESTRATEGIAS OBSERVADAS EN LOS MEDIOS EUROPEOS

Pasar a un «diseño centrado en el vídeo» desde la fase de producción

Los medios más avanzados no se limitan a grabar un podcast: producen un programa de vídeo adaptado para audio.

Utilizar YouTube como plataforma editorial principal

YouTube se está convirtiendo en un canal de publicación por derecho propio, no solo en un medio de difusión.

Estructurar una estrategia de contenido en múltiples capas

Episodio de formato largo (YouTube / podcast de vídeo)/clips cortos (TikTok, Reels, Shorts)/audio nativo (Spotify / Apple Podcasts)

Reforzar la presencia periodística

El presentador se convierte en un «activo editorial» central (rostro + voz + personalidad).

Adapta el ritmo narrativo al vídeo

Gancho rápido, edición visual, presencia de la cámara integrada en la narración.

MÁS INFORMACIÓN SOBRE CARL

👉 Visite el sitio web **Data for Creators** : <https://dataforcreators.com/>

👉 Únase a la iniciativa **Carl** en **Linked In** : <https://www.linkedin.com/company/data-for-media>

CONTACTO

Carla Bertone
Head of Marketing, Distribution
& Communication
carla.bertone@louiemedia.com

ABOUT OUR EUROPEAN PARTNERS

TULODZ  <https://tulodz.pl>
LOUIE MEDIA  <https://louiemedia.com/>
PRENSA IBÉRICA  <https://www.prensaiberica.es/>
KARJALAINEN  <https://www.karjalainen.fi/>
SME  <https://www.sme.sk/>

PODCAST DE VÍDEO

Cómo los medios europeos están adaptando sus formatos a las plataformas

«El podcast está evolucionando hacia un formato híbrido, en el que el vídeo se está convirtiendo en un factor clave para la distribución, el descubrimiento y la fidelización.»

«El público más joven tiende mucho más a preferir ver o escuchar las noticias que leerlas.»

Fuente: Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo, Informe sobre Noticias Digitales 2025



Co-funded by
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones expresadas son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente las de la Unión Europea ni las de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la entidad financiadora se hacen responsables de ellas.





CIFRAS CLAVE

28%

de los adultos escucha un podcast cada mes. en Europa

Fuente: WARC, Tendencias Globales de Audio 2025

2 MM

de usuarios mensuales en YouTube (los podcasts se han vuelto centrales)

Fuente : YouTube

1 MM

de espectadores mensuales de podcasts de vídeo en YouTube (enero de 2025)

Fuente : YouTube

44%

entre los 18–24 años: las redes sociales = principal fuente de información

Fuente: Instituto Reuters, Informe sobre Noticias Digitales 2025



MÉLISSA BOUNOUA

cofundadora de Louie Media, Francia

Cuando lanzamos nuestro medio de comunicación y estudio de podcasts en 2018, al principio publicábamos todo en YouTube para que los usuarios pudieran encontrarnos, conocernos y escuchar todos los episodios de todos nuestros podcasts. La imagen era estática. En 2024, antes de que YouTube se convirtiera en la principal plataforma de podcasts en Estados Unidos, adaptamos nuestros episodios de audio animándolos con ilustraciones y pinturas, lo que creó una nueva forma de mostrar nuestro trabajo y nos permitió llegar a un público nuevo y más joven.



BENCHMARK EN LOS MEDIOS

BBC

«The News Agents (formato de vídeo en YouTube)» y «Grounded with Louis Theroux»

La BBC está implementando una estrategia de «audio + vídeo nativo» en la que los podcasts se diseñan para YouTube desde la fase de producción. → «Grounded with Louis Theroux» se concibió como una entrevista filmada de larga duración, distribuida simultáneamente en audio y vídeo. Objetivo: potenciar el toque humano y captar al público de YouTube sin perder profundidad editorial.

The Guardian

podcasts filmados y clips para redes sociales

The Guardian desarrolla formatos de vídeo en torno a sus podcasts de noticias y opinión. → Clips filmados utilizados en YouTube y redes sociales para prolongar la vida útil de los episodios. Justificación: transformar cada episodio en «contenido social distribuido».

Le Monde

adaptaciones en vídeo de podcasts editoriales

Le Monde está experimentando con formatos de vídeo en torno a sus podcasts para mejorar la distribución en las plataformas sociales. → Enfoque: «una historia, múltiples formatos» (audio de larga duración + vídeo corto + clips para redes sociales).

El País

integración nativa de vídeo/audio

El País produce determinados podcasts diseñados específicamente para ser filmados. → Los episodios se estructuran desde la fase de redacción para su consumo dual en audio y vídeo (tal y como destaca Apple Podcasts desde la actualización de iOS 26.4)