


# Calificación por edades de los *podcasts* en España: estudio de caso en la plataforma RNE Audio

## *Age rating of podcasts in Spain: a case study in RNE Audio platform*




**Rebeca Martín-Nieto.** Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (2010), Máster en Neurodidáctica por la Universidad Rey Juan Carlos (2018) y Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid (2001). Personal docente e investigación en la URJC desde 2005. Profesora Contratada Doctor del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad (URJC). Sus líneas de investigación giran alrededor del Audio (radio y pódcast), de la relación de Internet con la infancia y la adolescencia y su aplicación en la innovación educativa, así como de la comunicación en las organizaciones. Ha participado en diversos proyectos nacionales (Plan de I+D+i) e internacionales. Cuenta con dos sexenios de investigación reconocidos.

Universidad Rey Juan Carlos, España   
rebeca.martin@urjc.es  
<https://orcid.org/0000-0003-3184-3564>




**Laura Martínez-Otón.** Doctora acreditada en Comunicación Social por la Universidad San Pablo CEU. Licenciada en Periodismo. Docente e investigadora en la Universidad Nebrija de Madrid, donde dirige el Máster de Radio, Pódcast y Audio Digital. Miembro del equipo de investigación INNOMEDIA de la Facultad de Comunicación y Artes con dos líneas de trabajo que relacionan los nuevos entornos digitales de comunicación y los nuevos públicos. Con interés especial en la comunicación y medios sonoros digitales (radio, pódcast y nuevos formatos) así como en las competencias digitales y la alfabetización mediática y su relación con la desinformación. Forma parte de diferentes proyectos activos de investigación. Ha publicado numerosa literatura académica en torno a estas líneas. Más de 20 años de experiencia en medios de comunicación (*COPE, Trece TV, SER, TVE, Tele5, ABC*). Premio “Lolo” de Periodismo a su trayectoria (2018) y Premio de Radio Grupo Norte contra la Violencia de Género (2016).

Universidad Nebrija, España   
lmartinezot@nebrija.es  
<https://orcid.org/0000-0002-2535-8282>



**Luis Miguel Pedrero-Esteban.** Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad (UAB). Licenciado en CC. de la Información (UPSA). Profesor e investigador en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Francisco de Vitoria, donde coordina el grupo reconocido Medios, Innovación y Cultura Digital (Media-MIND). Sus intereses se centran en la transformación digital del ecosistema de medios, con especial foco en el audio hablado (radio y podcasts). Co-iP del proyecto I+D+i ESCUCHAD.es. Autor de más de un centenar de artículos, capítulos de libro y libros coeditados, como *La radio musical en España, La televisión y los niños* (con J. J. Muñoz), *La transformación digital de la radio, Cartografía de la comunicación postdigital* y *Cadena SER: 100 años de radio*. Cofundador y editor de la *newsletter* semanal *AudioGen 3x3*. Miembro del jurado de los premios Ondas, los Premios iVoox y los Premios Gabo.

Universidad Francisco de Vitoria, España   
luismiguel.pedrero@ufv.es  
<https://orcid.org/0000-0003-4949-2360>

### Cómo citar este artículo:


Martín-Nieto, R.; Martínez-Otón, L.; Pedrero-Esteban, L. M. y Pérez-Escoda, A. (2026). “Calificación por edades de los *podcasts* en España: estudio de caso en la plataforma RNE Audio. *Doxa Comunicación*, 42, pp. 499-518.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n42a3055>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0



**Ana Pérez-Escoda.** Profesora acreditada titular, investigadora y docente en la Facultad de CC. de la Comunicación de la Universidad Francisco de Victoria. Miembro del grupo reconocido Media-MIND. Dirigió el doctorado *Innovación en Comunicación Digital y Medios* en la Universidad Nebrija (2021-2024), y fue directora de la Escuela de Doctorado (2017-2019) y coordinadora de Innovación (2016-2019) en la Universidad Pontificia de Salamanca. Sus líneas de investigación se centran en la alfabetización digital, la desinformación, los medios sociales y la comunicación digital. IP del proyecto europeo *WISE-ME: The right use of social media to face disinformation and fake news*, y miembro de varios proyectos europeos y nacionales sobre este ámbito. Autora de más de 40 artículos académicos en JCR y Scopus altamente citados. Universidad Francisco de Vitoria, España   
ana.perez@ufv.es  
<https://orcid.org/0000-0002-4895-0043>

Recibido: 07/07/2025 - Aceptado: 03/11/2025 - En edición: 15/12/2025 - Publicado: 01/01/2026

Received: 07/07/2025 - Accepted: 03/11/2025 - Early access: 15/12/2025 - Published: 01/01/2026

## Resumen

El *podcast* se ha afianzado como un medio informativo y de entretenimiento con cada vez mayor alcance que, sin embargo, no dispone aún de un sistema de clasificación por edades que oriente sobre la adecuación de sus contenidos al perfil de cada usuario. Los menores están protegidos en el consumo audiovisual con códigos de advertencia etaria frente al cine, la televisión o los videojuegos, pero no frente a los productos sonoros. Pese al interés desde los gobiernos por proteger a la infancia de contenidos que puedan afectar a su desarrollo cognitivo, todavía no se han consensuado directrices para el audio digital. A partir del pionero código *Audio Con\_Sentido* (2025) diseñado por iCmedia para solucionar esta carencia, este artículo testea su aplicación en los *podcasts* de la plataforma pública española RNE Audio (RTVE) estrenados durante 2024. Los resultados constatan la pertinencia de esta herramienta al identificar títulos y tratamientos potencialmente perjudiciales para los menores, y confirman la idoneidad de la propuesta para que la industria pueda incorporar de manera sencilla un sistema de advertencias sonoras y/o visuales referidas al contenido de audio con el fin de que padres y tutores puedan orientar la selección de *podcasts* de los servicios de *streaming*.

## Palabras claves:

*Podcast*, Clasificación por edades, RNE, Código de audio, Infancia.

## Abstract

*Podcasts have become a prominent medium for both information and entertainment, demonstrating their growing popularity. However, the platform has not yet established an age rating system to guide users in evaluating the suitability of content for their profile. Research demonstrates that minors are protected in their consumption of audiovisual content through the implementation of age warning codes for films, television, and video games. However, no such regulatory measures are in place for audio products. Despite the interest of governments themselves in protecting children from content that could affect their cognitive development, no guidelines for digital audio have yet been agreed or standardized. The following article will test the application of the *Audio Con\_Sentido* (2025) code, developed by iCmedia to address this shortcoming, in podcasts on the Spanish public platform RNE Audio, which was launched in 2024. The findings corroborate the pertinence of the tool in identifying potentially harmful titles and treatments for minors, thereby validating the industry's proposal for straightforward incorporation of an audio and/or visual warning classification based on content. This would empower parents and guardians to guide the selection of podcasts available on streaming audio services.*

## Keywords:

*Podcast*, Age classification, RNE, Audio code, Childhood.

## 1. Introducción

El consumo de *podcasts* en España aumentó en 2024 un 30% (Spotify, 2024); de hecho, se ha duplicado desde 2017 (AIMC, 2024), y para los más jóvenes –Generación Z– se trata de un contenido digital que interesa a siete de cada diez. Los escuchan uno de cada tres usuarios de Spotify, la plataforma de audio en *streaming* líder en España (Martín Barbero, 2025), lo que sitúa a este país entre los cinco de Europa con una mayor presencia de los *podcasts* en el menú de consumo sonoro. La tendencia al alza de este producto cultural multiplicará esta cifra e incorporará a oyentes cada vez más jóvenes, como advierten organismos e instituciones que reclaman una mayor protección de los menores en Internet.

El acceso al audio se realiza mayoritariamente a través de los dispositivos móviles. Estos llegan a manos de los menores a la edad media de 12 años, según el informe de Qustodio (2024) con datos de España, Francia, Reino Unido, Estados Unidos y Australia. Las familias consideran que sus hijos pasan más tiempo del necesario navegando en la red, y se muestran preocupadas por la facilidad para acceder a contenidos sexuales (72%), relacionados con el suicidio (55%) y el consumo de drogas y alcohol (53%); las autolesiones, violencia y retos peligrosos preocupan al 49% de los progenitores (Qustodio, 2024).

Los expertos están de acuerdo en que la conectividad digital incide significativamente en el desarrollo cognitivo y emocional de los menores, dado que el cerebro aprende mediante las emociones a asentar comportamientos futuros. El acceso fácil a contenidos perjudiciales tiene consecuencias dañinas para el desarrollo mental de los más pequeños incapaces de asumir o reaccionar a cierta información, comportamientos o lenguajes (ONTSI, 2023). Más allá de la desinformación de la manipulación, los daños psicológicos y emocionales se asocian en los estudios nacionales e internacionales, con mayores tasas de depresión, ansiedad y menor bienestar emocional (Fundación ANAR, 2025; Ives *et al.*, 2025; OPS, 2023; AAP, 2016). Si existe el control parental en contenidos audiovisuales y, pese a ello, el 41,7% de los menores entre 11 y 17 años han visto contenido inapropiado en línea (Incibe, 2021), cabe imaginar cuál es la proporción no medida de los contenidos que pueden consumir en audio donde la clasificación etaria es inexistente.

Además del acceso temprano a la tecnología o el tiempo de conexión, la multiplicación del contenido a través del uso global del *smartphone* ha supuesto que la oferta de los medios tradicionales ya no se recibe de manera organizada, sino que se diluye en un flujo continuo que dificulta a los usuarios discernir si lo que se consumen es un producto procedente de la televisión, la radio, los periódicos o el cine. Los trabajos que preceden a esta investigación (Martín-Nieto, Martínez-Otón y Pedrero-Esteban, 2023) demuestran que en el ámbito audiovisual no se dispone de una regulación homogénea para asegurar la idoneidad del consumo según el rango de edad.

Además, la rápida renovación tecnológica, la diversidad de plataformas, y la hibridación de géneros y lenguajes complican la categorización de la oferta: se vuelve imposible estar al día con las nuevas formas de distribución y acceso, que evolucionan rápidamente. La protección de los menores en línea supone un desafío constante y creciente, más cuando sabemos que en 2024 el 69,4% de la población mundial (5.610 millones de personas) usa un teléfono móvil; más de 5.300 millones de personas navegan en internet; y 5.400 millones usan redes sociales, habiendo aumentado el tiempo que se pasa en ellas (Digital Report, 2024).

El uso cada vez más exacerbado de la tecnología convive con una creciente tendencia a limitar el uso de los dispositivos móviles en el público infantil. Los expertos sugieren la necesidad de eliminar las pantallas hasta los seis años; a partir de esa edad, con la supervisión de un adulto, y entre los 12 y los 16 años, con fuertes controles parentales no solo en el tiempo de uso, sino también en los contenidos (Europa Press, 2024). El Anteproyecto de Ley Orgánica para la protección de los menores en los entornos digitales impulsado por el Gobierno de España en abril de 2024 establece la necesidad y el objetivo de “garantizar los derechos de los menores en el ámbito digital, así como el derecho a la protección de sus datos personales y al acceso a contenidos adecuados para su edad” (Ministerio de la Presidencia, 2024). Tanto en el anteproyecto como en los trabajos preliminares de los expertos se esboza un escenario donde predominan la responsabilidad de la industria creadora de contenidos y el papel de las familias y otros actores de la sociedad.

Los *podcasts* se han convertido en una industria cultural que en 2023 dio lugar en España, solo en las principales ocho plataformas de audio, a 209 títulos originales, de los cuales apenas el 3% contenían alguna recomendación o aviso sobre contenido poco apropiado para menores (Pedrero Esteban et. al, 2024). Pese a que el audio se está demostrando como un gran aliado para el ocio de las familias o el aprendizaje en el aula lejos de pantallas, existe una escasa oferta creada *ad hoc* para esos públicos que, muchas veces, consumen el contenido sonoro en una escucha compartida con los adultos cercanos. Se hace necesario conocer, por tanto, si el producto al que se accede puede vulnerar el normal desarrollo cognitivo del menor.

Al igual que se revisaron, ordenaron y sistematizaron los criterios e indicadores de los modelos de clasificación por edades en la TV, el cine, las plataformas de *streaming* de vídeo y los videojuegos utilizados en España, Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y Portugal (Martín-Nieto, Martínez Otón, Pedrero-Esteban, 2023), resultaba imprescindible definir un código para el audio: una clasificación por edades de lo sonoro implica proteger al menor del acceso incontrolado a contenidos inadecuados, y al igual que en otros escenarios digitales, ello no supone someterlo a vigilancia y seguimiento (AEPD, 2023), sino ofrecer una guía para un consumo acorde con la edad. Ese objetivo se ha conseguido a través del código *Audio Con\_Sentido*, una iniciativa de la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios iCmedia desarrollada con el apoyo del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030 (Cacharela, 2024), y disponible desde febrero de 2025 para su aplicación por parte de creadores, editores y plataformas de audio hablado bajo demanda.

## 2. Objetivos y metodología

El objetivo principal de esta investigación es comprobar la aplicabilidad del código de clasificación por edades para contenidos sonoros *Audio Con\_Sentido* en la industria del *podcast* en español, de manera que sirva como guía consensuada que ayude a progenitores y tutores a seleccionar contenido adecuado para la infancia y la adolescencia. El objetivo específico es aplicar el código al catálogo de RNE Audio, la plataforma pública de radio y audio de RTVE, con el fin de evaluar su efectividad y determinar si cumple con los requisitos necesarios para su implementación en los entornos reales que representan las plataformas de audio en *streaming*.

RNE-Audio es el servicio gratuito de audio hablado bajo demanda que agrupa a todos los programas de la radio pública española, así como a los contenidos de audio exclusivos originales de RTVE Play *Podcast*. Nació en julio de 2023 como RTVE-Audio, para pasar a denominarse RNE-Audio en 2024. Además de las emisiones de la corporación, ofrece *podcasts* nativos, objeto de estudio en esta investigación. La oferta de audio se canaliza a través de aplicaciones para móviles Android e IOS, y se ha convertido en la aplicación para móvil de radio mejor valorada por los usuarios (RTVE, 2024). Desde 2025 se incluye una recomendación de edad en cada título respondiendo a una decisión editorial que no atiende a ningún código consensuado; se trata de una iniciativa adoptada a partir de criterios de responsabilidad social corporativa, dado que se trata de un medio público.

En cuanto a la metodología, el testeo se ha realizado sobre una muestra de 22 (n=22) títulos de *podcasts* originales de la plataforma con distintos temas, contenidos y estilos, analizados a través de las ocho variables, cuarenta y seis subvariables y cinco puntos de escalado creados y definidos en el código propuesto por iCmedia (2025). La muestra suma 352 episodios, en su mayoría producciones narrativas de no ficción y conversacionales con diferentes duraciones. El muestreo se basó en los títulos publicados hasta diciembre de 2024.

El análisis parte de investigaciones previas basadas en una triangulación metodológica: una revisión cualitativa de volcado bibliográfico que tuvo como resultado la necesidad de superar los sistemas de clasificación *unimedio* que tenían sentido en la era de la televisión analógica, pero que hoy exigen una nueva hoja de ruta para unificar criterios coherentes con los contenidos digitales, entre ellos, el audio (Martín-Nieto, Martínez-Otón y Pedrero-Esteban, 2023). De hecho, al analizar los sistemas de clasificación de otras industrias culturales en España y países del entorno, se constató que no existe ninguno asociado al audio (*podcasts*, radio y audiolibros).

Ante la inexistencia de un sistema específico para el audio, se creó un código consensuado con los actores que participan en el desarrollo del menor (familias, docentes y psicopedagogos), así como agentes de la industria del *podcast* (creadores, expertos, investigadores y organismos oficiales). A continuación –es la fase que recoge este artículo– se observó la aplicación del código sobre el catálogo de RNE Audio. Para validar la prueba, se creó un libro de códigos con indicadores categorizados en una matriz que agrupa 54 variables y subvariables perfectamente definidas en cada caso. Con ese libro se pormenorizó un escalado por edades (seis rangos) que atiende a las temáticas consideradas (siete) y a sus niveles de tratamiento (cinco) (Figura 1).

**Figura 1. Rangos de clasificación del código *Audio Con\_Sentido***

Rangos de Edad	Categorías Temáticas	Niveles de Tratamiento
1. Contenido infantil (CI)	1. Violencia	1. No contiene
2. Para todos los públicos (TP)	2. Sexo	2. Contiene mención o alusión
3. Para mayores de 7 años (+7)	3. Miedo o angustia	3. Contiene presentación clara
4. Para mayores de 12 años (+12)	4. Adicciones	4. Contiene presentación reiterada
5. Para mayores de 18 años (+18)	5. Discriminación	5. Contiene presentación idealizada
6. Contenido adulto (CA)	6. Conductas imitables	
	7. Lenguaje	

Fuente: iCmedia, 2025

### 3. Marco Teórico

#### 3.1. Evolución de la penetración de podcasts en España e impacto en el audio infantil

En las últimas décadas el consumo de audio se ha transformado profundamente debido a la digitalización de los procesos y los contenidos. Esta evolución ha provocado en todo el mundo la proliferación de *podcasts*, tanto amateurs como profesionales. En marzo de 2025 se habían superado los 4.450.000 títulos, según la información actualizada en tiempo real de *Podcast Index*, y se calcula que hay más de 500 millones de oyentes (Singh, 2025); de ellos, más de 140 millones están en el mercado anglosajón y

más de 110 en el ámbito europeo (González, 2024). Este desarrollo ha sido claro en España, donde la producción y el consumo de *podcasts* han crecido de manera continuada en diversos sectores y audiencias (Pedrero Esteban, Barrios-Rubio y Medina-Ávila, 2019; Reuters Institute, 2025), lo que ha redefinido el modo y la frecuencia con la que los oyentes acceden a la información y al entretenimiento a través del audio.

Sin embargo, a pesar del creciente volumen en la producción, la información sobre consumo de audio (radio o *podcast*) infantil es muy escasa. El último estudio sobre audiencia radiofónica en las edades tempranas –entre 6 y 13 años– que realizó la AIMC se desarrolló en 2018, y la situaba en torno al 34%; investigaciones posteriores, como la de Espinosa-Mirabet y Ferrer-Roca (2021), rebajaban la cifra al 28%, a diferencia de otros países como Australia, donde la penetración del audio en menores alcanzaba el 80% en 2021, según el mismo informe.

En los estudios de audiencia radiofónica en España, la AIMC opta por medir con el EGM las escuchas a partir de los 14 años. Así, la información sobre el consumo de audio en la infancia, preadolescencia y adolescencia es escasa y poco concluyente. Las investigaciones para conocer la audiencia en estos grupos de edad ofrecen una visión aislada de sus hábitos y comportamientos, sin posibilidad de identificar la evolución o las tendencias a lo largo del tiempo, como sí ocurre con las audiencias mayores (Pérez-Alaejos, Hernández-Prieto y Martín-Nieto, 2025). Ello influye, a su vez, en la oferta sonora para estas franjas etarias (Pérez-Maíllo, Sánchez-Serrano y Pedrero-Esteban, 2018). De hecho, el informe *Cómo suenan los podcasts en España*. Radiografía de la producción original en las plataformas de audio digital en 2022 (ONE, 2023) evidencia que la escasez persistente de contenido infantil en la radio tradicional se mantiene en las principales plataformas de distribución de audio: solo se generaron seis títulos originales dirigidos al público infantil en 2022 y cinco en 2023.

La Convención sobre los Derechos del Niño (CDN, 1989) destacó la importancia de los medios de comunicación para promover el bienestar infantil; sin embargo, la radio en España ha mostrado a lo largo de su historia poco interés en estas edades. *Matilde*, *Perico* y *Periquín* en la Cadena SER o *Dubiñaca* en Radio España (Sánchez-Serrano y Pérez-Maíllo, 2013) son algunos de los escasos ejemplos de programas infantiles en la programación de las cadenas generalistas a lo largo del siglo XX. En los últimos años, Radio Nacional de España ha mantenido espacios como *La estación azul de los niños*, *Crescendo* o *Contando cuentos en R5*, pero se mantiene la ausencia de contenido infantil en las cadenas privadas (Zumeta, 2015; Martín-Nieto, Pérez-Alaejos y Hernández-Prieto, 2025).

Para contrarrestar la escasez de programación infantil en la radio tradicional, han ido apareciendo a lo largo de las décadas algunas iniciativas como Baby Radio desde Cádiz, Radio Sol XXI (ahora Sol Radio Madrid) o Peque Radio en la Comunidad Valenciana, autodefinida como la primera y única emisora de radio producida por y para niños. A nivel internacional han surgido varios proyectos que se dirigen a públicos infantiles o adolescentes como Radio Junior (Francia), Radio Teddy (Alemania), Fun Kids (Reino Unido) o Keysforkids (EE. UU.) que se han comprometido con la radio infantil (Barbeito Veloso y Perona Páez, 2018).

### 3.2. Digitalización y nuevas oportunidades para el audio infantil

Con la normalización de internet y el auge del *podcasting*, la producción de contenidos sonoros infantiles se ha revitalizado, aunque todavía sin demasiada convicción. Edison Research (2023) ha comprobado que en EE. UU. el 46% de los niños entre 6 y 12 años han escuchado un *podcast* en algún momento, y el 30% lo hizo en el último mes. En España, la transición de la radio tradicional hacia plataformas digitales ha permitido la creación de proyectos como Baby Radio, fundada en 2011; esta iniciativa

empezó emitiendo en digital, dio el salto a las ondas hertzianas para evolucionar hacia un ecosistema de contenidos que incluye *podcast*, un canal de YouTube, una *app* propia y una plataforma de distribución sonora (Piñeiro-Otero y Pedrero-Esteban, 2022). Otra experiencia destacada fue XL Kids Radio, que operó entre 2016 y 2019 con un enfoque educativo centrado en fomentar la creatividad y la imaginación infantil. Sin embargo, la sostenibilidad económica de estos proyectos sigue siendo un reto, lo que ha llevado a algunos a explorar modelos de suscripción y diversificación de ingresos.

Ejemplo de ello son las innovadoras iniciativas de marketing en *podcast* que han unido el contenido infantil a la monetización a través de experiencias de *branded podcast* como *El sonajero de Fisher Price*, que se lanzó en 2018 desde la plataforma Podium Podcast con casi 60 *podcasts* destinados a bebés, como *Placentera*, *Dale al play* y *Bebé a bordo*, y otro para sus familias, con un espacio de charlas sobre maternidad y paternidad con todo distendido (MarketingNews, 2018). En la misma plataforma se estrenaron también otras series como *Inés y los huevos mágicos* (cuatro episodios) o *Ídolos*, un *podcast* sobre artistas musicales famosos que también se emitió en la antena de la cadena Los 40 Classic e incluso dio lugar a varios conciertos (Fisher, 2021).

### 3.3. Plataformización del audio infantil: Nuevas tendencias y modelos de negocio

En la década de 2020, el consumo de audio infantil ha encontrado en las plataformas digitales un nuevo espacio de crecimiento. En 2022 surgen en España proyectos como Nubba y Ditto, ambos enfocados en contenido seguro y supervisado para menores de 9 años. Nubba, evolución de Baby Radio, destaca por su comunidad de más de 500.000 oyentes mensuales y su acceso mediante suscripción, y forma parte del servicio Babypar. Ditto, por su parte, enfatiza el valor educativo del audio y cuenta con el respaldo de la Cátedra de Neuroeducación de la Universidad de Barcelona, defendiendo que el audio, sin imagen, ayuda al desarrollo cognitivo (Ditto.es, 2024).

A nivel internacional, plataformas como Pinna (EE. UU.) y Keeku (Francia) han logrado captar audiencias infantiles con modelos de suscripción o financiación mediante publicidad apta para menores (Vázquez, 2020). Estas iniciativas refuerzan la idea de que el audio infantil no solo tiene potencial como alternativa a las pantallas, sino también como herramienta educativa y lúdica (Martín-Nieto, Pérez-Alaejos y Hernández-Prieto, 2025).

A estos servicios se han unido en los últimos años otras formas de acceso al audio con éxito creciente en algunos países europeos (DosDoce, 2023). El audio infantil podría ganar impulso gracias a la proliferación de dispositivos específicos para la escucha, como Jooki, Yoto o Storybutton, que buscan ofrecer una experiencia segura y libre de pantallas (Vázquez, 2023). En este contexto, la radio y el *podcasting* tienen el desafío de adaptar sus estrategias para atraer a una generación que accede al contenido de forma fragmentada y multiplataforma, asegurando al mismo tiempo un acceso seguro, educativo y entretenido. Para ello, hace falta que familias y docentes puedan conocer para quién estaría recomendado cada uno de los títulos antes de ofrecer o prescribir un contenido sonoro: es el único modo de garantizar un acceso seguro al audio.

### 3.4. Diseño del código Audio Con\_Sentido

Las investigaciones previas sobre los sistemas de clasificación por edades para distintas industrias audiovisuales (cine, TV, plataformas OTT y videojuegos) en España, Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Portugal (Martín-Nieto, Martínez-Otón, Pedrero-Esteban, 2023) han permitido sentar las bases para la elaboración del código de clasificación por edades *Audio*

*Con\_Sentido* que, además, tiene como referencia los criterios orientadores para calificar contenidos audiovisuales (resolución CRITERIOS/DTSA/001/15) de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y el anteproyecto de Ley Orgánica para la protección de los menores en los entornos digitales (abril, 2024).

Existe un gran interés social en la protección de la infancia ante la determinante influencia de las industrias de la cultura y el ocio; ello ha favorecido la creación de grupos de discusión con los actores implicados en la educación de menores: familias, docentes y profesionales de la psicología y pedagogía, así como expertos en audio y *podcast*. Con los participantes de los primeros grupos se buscaba conocer cómo este público se relaciona con el audio, y éste con la educación y el desarrollo positivo de niños y adolescentes atendiendo a las categorías y temáticas identificadas. En cuanto a la investigación con los profesionales del audio, se conversó sobre la pertinencia y la viabilidad del código. Finalmente, el resultado se compartió con varias entidades oficiales que participan en la protección del menor en esta área, como la CNMC o la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, dependientes del Gobierno de España. Esta forma de trabajar ha permitido afinar mucho más las categorías etarias y las temáticas protegidas.

Figura 2. Rangos etarios del código *Audio Con\_Sentido*

CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
 CI CONTENIDO INFANTIL	<i>Podcasts diseñados o adaptados para la infancia</i> , con temáticas o tonos específicamente infantiles.
 TP PARA TODOS LOS PÚBLICOS	<i>Podcasts</i> en los que <b>no se presenta ni representa ninguno de los contenidos</b> considerados perjudiciales para el desarrollo del menor.
 +7 PARA MAYORES DE 7 AÑOS	<i>Podcasts</i> que <b>hacen mención o alusión leve y fugaz</b> , de forma real, irreal o fantástica, a lenguajes, temas o tratamientos perjudiciales para esta edad.
 +12 PARA MAYORES DE 12 AÑOS	<i>Podcasts</i> que <b>presentan o representan con claridad</b> , de forma real, irreal o fantástica, temas, lenguajes o tratamientos perjudiciales para esta edad.
 +18 PARA MAYORES DE 18 AÑOS	<i>Podcasts</i> que <b>presentan o representan de manera reiterada y explícita</b> temas, lenguajes o tratamientos perjudiciales para esta edad.
 CA CONTENIDO ADULTO	<i>Podcasts</i> que <b>hacen apología, normalizan o presentan de forma idealizada</b> temas, lenguajes o tratamientos perjudiciales para el desarrollo de los menores.

Fuente: iCmedia, 2025

El diseño del código recoge seis categorías de edad: 1) Contenido infantil (CI): *Podcasts* diseñados o adaptados para la infancia, con temáticas o tonos específicamente infantiles. 2) Todos los públicos (TP): *Podcasts* en los que no se presenta ni representa ninguno de los contenidos considerados perjudiciales para el desarrollo del menor. 3) Para mayores de 7 años (+7): *Podcasts* que hacen mención o alusión leve y fugaz, de forma real, irreal o fantástica, a lenguajes, temas o tratamientos perjudiciales para el desarrollo de esta edad. 4) Para mayores de 12 años (+12): *Podcasts* que presentan o representan con claridad, de forma real, irreal o fantástica, temas, lenguajes o tratamientos perjudiciales para el desarrollo de esta edad. 5) Para mayores de 18 (+18): *Podcasts* que presentan o representan de manera reiterada y explícita temas, lenguajes o tratamientos perjudiciales para el desarrollo de esta edad. 6) *Podcasts* que hacen apología, normalizan o presentan de forma idealizada temas, lenguajes o tratamientos perjudiciales para el desarrollo de los menores de edad (Figura 2).

La base para valorar la adecuación de los *podcasts* se asienta sobre el lenguaje narrativo del audio: la palabra, la música y los efectos sonoros utilizados para describir, representar o ambientar situaciones que buscan un efecto concreto en el oyente, tanto en los *podcasts* conversacionales como en los narrativos de no ficción y de ficción. En estos últimos, como apunta Rodero (2024), de su combinación “surge una nueva y original dimensión sonora capaz de evocar cualquier realidad”. Al determinar los criterios orientadores de la edad recomendada para la escucha de manera escalada, por grados de intensidad, los contenidos se agruparon y categorizaron de manera análoga a los que se utilizan los códigos audiovisuales ya reseñados. Complementariamente, el código propone resaltar los contenidos positivos para el oyente neófito.

## 4. Resultados

### 4.1. Clasificación de los podcasts por edades según el código Audio Con\_Sentido

Una vez diseñado el código de clasificación por edades *Audio Con\_Sentido* (iCmedia, 2025), se ha probado su viabilidad y eficiencia mediante su aplicación a la oferta de contenidos de RNE Audio (RTVE), lo que posibilita la identificación en esta plataforma de materiales adecuados, o no, para el público infantil y adolescente. En la investigación se han examinado los 22 títulos nativos originales producidos y estrenados por RNE Audio desde su creación y hasta el 31 de diciembre de 2024. Esta muestra ha supuesto explorar un total de 352 episodios, una media de 16 episodios por título, siendo *Diario de Ucrania* el título con mayor número de episodios, con un total de 53, seguido de *Diosas y rebeldes* (47) y *Esto merece una explicación* (33). Mientras, *Sapiensantes* fue el que menor número de episodios estrenó en 2024, con tres entregas, seguido de *Econoclan*, *El profesor Melorock* y *Las tumbas de Gaztambide*, con cuatro capítulos cada uno.

En cuanto a los géneros, el catálogo analizado se divide entre narrativos de no ficción y conversacionales. Los primeros constituyen más del 77% del total, mientras que los conversacionales se reducen a cinco títulos, algo menos del 23%. Es llamativa esta distribución, porque los primeros requieren un esfuerzo presupuestario y de producción mayor que los segundos. Conviene señalar además que, entre los *podcasts* nativos originales, producidos y estrenados en 2024 que conforman la muestra, RNE Audio no cuenta con títulos dedicados a la ficción sonora, a pesar de la trayectoria histórica de RNE en la producción y promoción de este género.

Con el fin de alcanzar el objetivo principal de la investigación, se realizó una escucha detallada para analizar el contenido individual de cada episodio. Durante la escucha se aplicó el código *Audio Con\_Sentido* para el *podcast* elaborado en investigaciones

previas y publicado ya por la Federación de Asociaciones para la Calidad de los Medios (iCmedia, 2025). Como ya se ha señalado, el código establece siete categorías temáticas protegidas (1. Violencia, 2. Sexo, 3. Miedo o angustia, 4. Adicciones, 5. Discriminación, 6. Conductas imitables, 7. Lenguaje), cada una de ellas con varias situaciones específicas, y seis categorías etarias. En función del grado de presencia de los temas (no existe, mención leve, presencia clara, presencia reiterada y presencia idealizada) se determina la clasificación por edad de cada uno de los títulos.

Entre los 22 títulos analizados se identifican cinco (22,7%) destinados específicamente al público infantil (CI) que, por tanto, incluyen temas y estéticas idóneas para ser escuchados por este perfil de la audiencia. Son *¿Y si...?*, *Econoclan*, *El profesor Melorock*, *Sapiensantes* y *Protagonistas del aula*, todos narrativos de no ficción excepto el último, que es un conversacional (basado en entrevistas). Todos ellos, además, cuentan con siete o menos episodios salvo *¿Y si...?*, un *podcast* que responde a preguntas curiosas en menos de 15 minutos, que estrenó 28 episodios en 2024 (un 8% del catálogo). Estos títulos aseguran un contenido seguro para la infancia y pueden ser recomendados por familias y docentes para su escucha; incluso, llegado el caso, podrían ser consumidos sin supervisión de un adulto (Figura 3).

Figura 3. *Podcasts* de Contenido Infantil (CI) estrenados en 2024



Carátulas de *¿Y si...?*, *Econoclan*, *El profesor Melorock*, *Sapiensantes* y *Protagonistas del aula*. Fuente: RNE Audio

El catálogo cuenta también con títulos destinados a todos los públicos (TP), es decir, aunque no están diseñados específicamente para el público infantil, pueden ser recibidos por oyentes de todas las edades (y, por tanto, también en familia), pues no presentan ni representan ningún elemento inadecuado para menores. En esta categoría se han identificado cuatro títulos que suponen el 18% de la oferta analizada: *De éxodos*, *Educando emociones*, *Locos por los clásicos* y *Redes de aprendizaje*.

Desde el punto de vista del género, es decir, de la construcción de la historia, son mayoritariamente *podcasts* narrativos de no ficción: reportajes y breves documentales. El único programa conversacional en esta categoría es *Redes de aprendizaje*, destinado a familias o profesionales que trabajan en educación con la infancia y adolescencia, y donde se profundiza en la educación y la psicología. El número de episodios entre estos títulos varía mucho: desde los 8 de *De éxodos* hasta los 31 de *Redes de aprendizaje*, pasando por los 16 de *Educando emociones* o los 22 de *Locos por los clásicos* (Figura 4).

Figura 4. *Podcasts de contenidos para todos los públicos estrenados en 2024*



Carátulas de *De Éxodos*, *Educando emociones*, *Locos por los clásicos* y *Redes de aprendizaje*. Fuente: RNE Audio

La tercera franja etaria que establece el código *Audio Con\_Sentido* es +7, es decir, *podcasts* no recomendados para menores de siete años. Se identifican con esta categoría los títulos que “hacen mención o alusión leve y fugaz, de forma real, irreal o fantástica, a lenguajes, temas o tratamientos perjudiciales para el desarrollo de esta edad” (iCmedia, 2025). En RNE Audio se han identificado tres títulos con esta calificación, un 13% del total, que agrupan más de 40 episodios: *Las abogadas. La verdadera historia*, *Las tumbas de Gaztambide* y *Esto merece una explicación*. Tres cuartas partes de las entregas pertenecen a *Esto merece una explicación*, un *podcast* que en unos 30 minutos expone información y contexto sobre cuestiones de actualidad.

Figura 5. *Podcasts de contenidos para mayores de 7 años estrenados en 2024*



Carátulas de *Esto merece una explicación*, *Las abogadas* y *Las tumbas de Gaztambide*. Fuente: RNE Audio

Ubicar estos títulos en la franja +7 del código supone haber identificado contenidos sobre los que habría que informar a la audiencia. *Esto merece una explicación* incluye, en alguno de sus episodios, mención o alusión al “Consumo de drogas y sustancias adictivas (tabaco y alcohol)” (4.1 del código); por su parte, *Las abogadas. La verdadera historia*, contiene alguna referencia a la violencia física, su uso intencional, la tortura, el asesinato o similares (punto 1.1). *Las tumbas de Gaztambide* incluye alusiones a “Estimuladores de miedo, repulsión o terror. Ambientación relacionada con el terror o el miedo” (3.3 del código), y por eso se ubica en la categoría +7 años. *Las abogadas. La verdadera historia* es, de los tres, el único conversacional (se basa en charlas con las protagonistas), mientras los otros dos son narrativos de no ficción (documentales y reportajes).

La categoría para mayores de 12 años engloba a aquellos “*podcasts* que presentan o representan con claridad, de forma real, irreal o fantástica, temas, lenguajes o tratamientos perjudiciales para el desarrollo de esta edad”. Una vez aplicado el código, es la categoría que cuenta con mayor número de títulos dentro del catálogo de RNE Audio, con un total de siete (31% del catálogo) y 155 episodios (44% del total). Aquí se encontrarían estas producciones:

Figura 6. *Podcasts* de contenidos para mayores de 12 años estrenados en 2024



Carátulas de *Diario de Ucrania*, *Diosas y rebeldes*, *Germen*, *Hey!*, *Las del Cadillac*, *Megamix-El Podcast* y *Tamayazo*. Fuente: RNE Audio

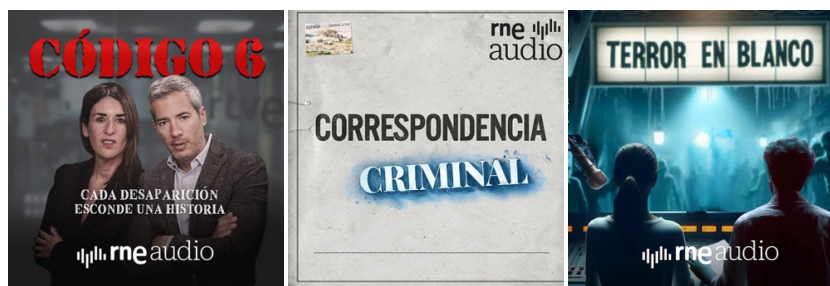
La aplicación del código recomienda ubicar estos contenidos en esta franja etaria por diversos motivos. De los siete títulos, hay tres que recogen contenido relacionado con la violencia: *Diosas y rebeldes* y *Megamix brutal* en el punto 1.1 del código, en lo que se refiere a una representación clara del daño físico (el uso intencional de la fuerza física, la tortura, el asesinato o similares). Mientras, *Diario de Ucrania* hace referencia a la presencia clara de contenido sobre el “uso de armas o situaciones de conflicto bélico (explosiones, disparos, combates o contenido que promueva la guerra)”.

Algunos de ellos recogen también referencias al sexo, la segunda categoría de contenidos del código. En este caso se encuentra, por un lado, *Diosas y rebeldes*, en lo que confiere a la mención o alusión a actos sexuales no consentidos (violación, abuso), punto 2.4 del código; por otro lado, *Hey!*, el *podcast* dedicado a Julio Iglesias, en el que se hace mención o alusión a “uso de lenguaje sexualmente orientado (referencias sexuales, bromas o chistes sobre sexo)”, 2.7 del código. El tercer contenido potencialmente perjudicial que recoge el código es el miedo; en este supuesto, solo *Diosas y rebeldes* contiene referencias no recomendadas para menores de 12 años, al incluir presencia clara de “muerte o abandono de personajes próximos al entorno familiar o afectivo del

menor que pueda generar angustia emocional” y/o “escenas de catástrofes naturales y/o sus víctimas (terremotos, tsunamis, inundaciones, avalanchas...)” en algunos de sus episodios.

Otra categoría de contenido cuyo tratamiento se ha revelado para mayores de 12 años son las conductas imitables (categoría 6 del código): se presentan de manera clara el consumo de alcohol/tabaco o su incitación al consumo en *Las del Cadillac*, así como de situaciones de corrupción institucional pública o privada en las investigaciones sobre *Megamix brutal* y *Tamayazo*. En las charlas de *Germen* se ha observado que el uso que se hace del lenguaje encuadraría este *podcast* en la franja de +12 por contener lenguaje de carácter grosero, obsceno, inapropiado, indecente u ofensivo (blasfemias) de manera clara (punto 7 del código). Todos ellos son narrativos de no ficción excepto dos articulados en torno a entrevistas: *Germen* y *Las del Cadillac*.

**Figura 7. Podcasts de contenidos para mayores de +18 años estrenados en 2024**



**Carátulas de Código 6, Correspondencia Criminal y Terror en blanco. Fuente: RNE Audio**

Los títulos etiquetados para mayores de 18 años en el catálogo de RNE Audio en 2024 son tres, con un total de 31 episodios (8.8% del total). Los tres adoptan el género narrativo de no ficción: *Código 6*, trata la historia de personas reales desaparecidas; *Correspondencia criminal* recoge el intercambio epistolar de una periodista con criminales condenados, y *Terror en blanco* relata historias terroríficas. Todos ellos son *podcasts* que presentan o representan de manera reiterada y explícita temas, lenguajes o tratamientos perjudiciales para el desarrollo de los menores de 18 años, según establece el código *Audio Con\_Sentido*. Los dos primeros incluyen referencias reiteradas a la violencia física (1.1), psicológica (1.2), contra la propiedad o el patrimonio (vandalismo, robos, hurtos, etc.) (2.4) o se explicita la presencia de menores como agresores o víctimas de la violencia (2.8).

*Código 6* acoge también una presentación reiterada del miedo a través de la muerte o abandono de personajes próximos al entorno familiar o afectivo del menor que pueda generar angustia emocional (3.1). *Terror en blanco*, por su parte, presenta reiteradamente situaciones que provocan miedo, como ambientación relativa al terror o el miedo (3.3) o contenidos paranormales, exorcismos, presencias diabólicas, presentados con el objetivo de generar miedo o angustia (3.7).

Finalmente, no se han detectado títulos con contenido alusivo a la categoría 5 del código, que se corresponde con discriminación y recoge referencias a estereotipos negativos, insultos, bromas degradantes, intimidaciones o agresiones por motivo de raza, sexo, confesión religiosa, origen, edad, etc., o que respalden discriminación contra personas o colectivos; tampoco que sitúen a menores como protagonistas o testigos. Por último, no existen contenidos en el catálogo calificados con la franja de contenido

adulto (CA), identificada con el color rojo y que advierte de los *podcasts* que hacen apología, normalizan o presentan de forma idealizada temas, lenguajes o tratamientos perjudiciales para el desarrollo de los menores de edad.

#### 4.2. Análisis comparativo con el sistema de recomendación de RNE Audio

Desde otoño de 2024, RNE Audio está incorporando a los metadatos de sus *podcasts* información relativa a la edad recomendada. Se trata de una iniciativa pionera en España, pues, como se ha probado en investigaciones anteriores (Pedrero-Esteban *et al.*, 2024), las plataformas de distribución de audio hablado por *streaming* carecen de este tipo de información. En 2023, solo un 3,3% de los *podcasts* producidos y estrenados en ese año contaban con advertencias de contenido inadecuado para la infancia o para las audiencias más sensibles (principalmente en Audible y Spotify); se trataba de títulos aislados, no de un tratamiento extensivo a todos los títulos de una plataforma. En el caso de RNE Audio, el aviso está disponible en la aplicación, no así a través de su página web, y para acceder a la información es necesario entrar en cada título individualmente, acceder a la pestaña “detalles” y buscar allí la información sobre “edad recomendada.” Aún no está extendido a todo el catálogo, pero sí parece una preocupación de la plataforma relacionada con una intención de servicio público.

Como se ha comentado, durante la investigación se ha aplicado a la oferta de RNE el código de clasificación por edades para el audio con los resultados ya descritos. A continuación, se compararon con las etiquetas incluidas en la aplicación de RNE Audio a fin de comprobar si coincidían o no las propuestas de recomendación. Como se observa en la figura 8, junto a los títulos sin advertencias, hay resultados coincidentes y otros que difieren.

Ocho de los 22 títulos analizados de RNE Audio carecen de orientación por edades o información similar que permita a la audiencia conocer qué van a encontrar antes de la escucha, por lo que se reduce la posibilidad de que sean prescritos por padres o educadores para el público infantil. De los catorce restantes, se observa que siete coinciden en clasificación por edades con los resultados de la aplicación del código *Audio Con\_Sentido*; entre ellos, los tres *podcasts* clasificados para +18, dos correspondientes a la clasificación +12 –*Germen* y *Las del Cadillac*– y uno más destinado al público infantil. Los cuatro *podcasts* que en la investigación se clasificaban como especialmente destinados al público infantil (CI), RNE Audio los clasifica como TP (Todos los públicos). Mientras aquellos que en la aplicación del código se clasificaban como TP, en RNE Audio no consta ningún tipo de orientación por edades.

**Figura 8. Comparativa de calificación por edades entre RNE Audio y el código *Audio Con\_Sentido***

Título	Clasificación por edades según RNE Audio	Clasificación según el código <i>Audio Con_Sentido</i>
1. <i>¿Y si...?</i>	Contenido Infantil	Contenido Infantil
2. <i>Código 6</i>	+18	+18
3. <i>Correspondencia criminal</i>	+18	+18
4. <i>De Éxodos</i>	No contiene	Todos los Públicos

5. <i>Diario de Ucrania</i>	+7	+12
6. <i>Diosas y rebeldes</i>	No contiene	+12
7. <i>Econoclan</i>	Todos los Públicos	Contenido Infantil
8. <i>Educando emociones</i>	No contiene	Todos los Públicos
9. <i>El profesor Melorock</i>	Todos los Públicos	Contenido Infantil
10. <i>Esto merece una explicación</i>	+7	+7
11. <i>Germen</i>	+12	+12
12. <i>Hey!</i>	No contiene	+12
13. <i>Las abogadas.</i>	+12	+7
14. <i>Las del Cadillac</i>	+12	+12
15. <i>Las tumbas de Gaztambide</i>	No contiene	+7
16. <i>Locos por los clásicos</i>	No contiene	Todos los Públicos
17. <i>Megamix brutal</i>	No contiene	+12
18. <i>Protagonistas del aula</i>	Todos los Públicos	Contenido Infantil
19. <i>Redes de aprendizaje</i>	No contiene	TP
20. <i>Sapiensantes</i>	Todos los Públicos	Contenido Infantil
21. <i>Tamayazo</i>	+18	+12
22. <i>Terror en Blanco</i>	+18	+18

Fuente: elaboración propia

En esta comparativa conviene reseñar tres *podcasts* que reciben un tratamiento discrepante: *Diario de Ucrania*, que RNE Audio clasifica como +7 y con el código se ubicaría en +12); *Las abogadas. La verdadera historia*, que el código coloca con +7 y RNE Audio con +12; y el de *Tamayazo*, que según el código estaría en +12 y según RNE Audio está calificada con +18. Al consultar con los responsables de la plataforma, se constató que en esta iniciativa pionera no atienden a un libro de códigos previamente definido, sino que han optado por categorizar las producciones atendiendo a lógicas de sentido común y sin una base sistematizada como la que se incluye en el código *Audio\_Consentido*, con siete temáticas y cinco niveles de tratamiento escalado.

Se ha observado que RNE Audio aplica cinco franjas etarias: a) especialmente recomendado para la infancia; b) todos los públicos, c) +7, d) +12 y e) +18, aunque no están definidos los criterios para colocar un título en una categoría etaria u otra. Sería recomendable que RNE Audio, como servicio público de producción y distribución de audio digital, pudiera aplicar el código propuesto, que cuenta con el visto bueno de docentes, psicólogos, pedagogos, familias, expertos en audio, así como el reconocimiento de la CNMC y de la Secretaría de Estado de Digitalización. Podría servir de referente e impulso para el compromiso de la industria con la infancia, sobre todo en el caso de las plataformas privadas (con un alcance mayor), y facilitaría el acceso a una escucha segura para la infancia, vincularía más estrechamente a la industria con su audiencia y aumentaría la confianza de la audiencia en la propia industria.

## 5. Discusión y conclusiones

Los expertos que trabajan en esta línea abogan por la necesidad de proteger a la infancia desde todos los frentes, para preservar su salud mental y por ende su desarrollo. La prevención en las aulas, la regulación efectiva del entorno digital, la inversión en corresponsabilidad de las plataformas y el acompañamiento de las familias son los ejes para acompañar en el entorno online, en general. En particular, la propuesta de este proyecto se centra en el entorno del audio.

La ausencia de un sistema extendido y consensuado de clasificación por edades para el audio contrasta con la sólida y asentada regulación en otros medios audiovisuales analógicos y digitales (cine, televisión, servicios SVOD o videojuegos). A ello se suma el cada vez más relevante incremento en el consumo de *podcasts*, en gran parte impulsado por la imparable penetración de dispositivos móviles en usuarios menores. Ello hace aún más necesarias las medidas para proteger el desarrollo cognitivo durante la infancia y la adolescencia.

Esta investigación ha probado la viabilidad de aplicar un código de orientación por edades para el audio al catálogo de RNE Audio (352 episodios, 22 títulos de 2024), que incluye tanto producciones destinadas al público infantil como contenidos para mayores de 18 años. Se han integrado en el análisis las siete temáticas del código –violencia, sexo, miedo, adicciones, discriminación, conductas imitables y lenguaje– en seis franjas etarias y cinco niveles de intensidad. El código permite clasificar con facilidad y rigor cada episodio, lo que lo convierte en una eficiente herramienta que podría adoptarse en el futuro por la industria del audio.

Se facilita, además, el camino para que familias y docentes dispongan de una guía fiable antes de recomendar o permitir una escucha. Durante la investigación se observa que RNE Audio empieza a incorporar metadatos de edad en algunos títulos. Sin embargo, los resultados del análisis ponen de manifiesto que su clasificación aún necesita asentarse en criterios claros y fácilmente aplicables: ocho de los 22 *podcasts* analizados no muestran ninguna orientación por edad, y sólo la mitad de las etiquetas coinciden con las derivadas de la aplicación del código. Este desfase subraya la necesidad de un estándar único y riguroso, avalado por expertos en pedagogía, psicología y medios, que garantice transparencia y seguridad.

El crecimiento exponencial de la oferta dificulta el discernimiento de contenidos apropiados. La propuesta de este trabajo, en línea con el anteproyecto de Ley Orgánica para la protección de menores en entornos digitales, aporta una solución práctica: un código de clasificación por edades para el audio que sea aplicado por la industria y conocido por la sociedad. RNE Audio se ha interesado por esta clasificación avalada por expertos, y prevé incorporarla a las nuevas producciones en verano de 2025. Esta propuesta deja abiertas nuevas líneas de investigación al respecto: su implementación extendida en plataformas de *podcast* no

solo podría reforzar la responsabilidad social de la industria, sino que fomentaría también el acceso seguro al audio infantil, en línea con la protección de la infancia que marca la AEPD.

## 6. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido al español por Charles Arthur, a quien agradecemos su trabajo.

*Este artículo se inscribe en el proyecto ESCUCHAD.es. Estudio integral de la industria cultural del audio digital en España: agentes, contenidos, hábitos de consumo, perfiles profesionales y estrategias de alfabetización.* Código PID2023-149124OB-I00, financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033 y por FEDER, UE.

## 7. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez-Otón, Luis Miguel Pedrero-Esteban, Ana Pérez-Escoda
Metodología	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez-Otón, Luis Miguel Pedrero-Esteban, Ana Pérez-Escoda
Recogida y análisis de datos	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez-Otón
Discusión y conclusiones	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez-Otón, Luis Miguel Pedrero-Esteban, Ana Pérez-Escoda
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez-Otón, Luis Miguel Pedrero-Esteban, Ana Pérez-Escoda

## 8. Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

## 9. Referencias bibliográficas

Agencia española de protección de datos (AEPD), 2023. *Decálogo de principios Verificación de edad y protección de personas menores de edad ante contenidos inadecuados* <https://www.aepd.es/guias/decalogo-principios-verificacion-edad-proteccion-menores.pdf>

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2024), [https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2025/02/Marco\\_General\\_Medios\\_2025.pdf](https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2025/02/Marco_General_Medios_2025.pdf)

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2018). *AIMC Niñ@s 2018: Estudio centrado en el público infantil*. AIMC. [https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/11/181107\\_NP\\_Estudio\\_Ninos\\_2018.pdf](https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/11/181107_NP_Estudio_Ninos_2018.pdf)
- AAP (2016). American Association of Pediatrics. Virtual Violence. *Pediatrics* 138 (2). <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1298>
- Barbeito Veloso, M.L. y Perona Páez, J.J. (2017). Plataformas educativas en línea: el caso de las radios infantiles en España y Portugal. *Revista Observatório*, 3(4), 279-301. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n4p279>
- Cacharela, F. (2024). "Audio Con Sentido", nueva iniciativa de iCmedia. iCmedia, 30/05/2024. [http://icmediagalicia.es/audio-con\\_sentido-nueva-iniciativa-de-icmedia](http://icmediagalicia.es/audio-con_sentido-nueva-iniciativa-de-icmedia)
- Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, 20 de noviembre de 1989, 157, 3. <https://bit.ly/3Onisjs>
- Digital Report, 2024. *Digital 2024: 5 mil millones de usuarios en Redes sociales*. <https://wearesocial.com/es/blog/2024/01/digital-2024-5-billones-de-usuarios-en-social-media/>
- Ditto (2024). *Ditto: Audiocuentos, podcast y música para niñas y niños*. <https://ditto.kids/home/>
- Dosdoce.com (2023). *Primer mapa de la industria del audio en español*. <https://goo.su/sp4In>
- Edison Research (2023). *Kids Podcast Listener Report*, <https://www.edisonresearch.com/solutions/the-kids-podcast-listener-report/>
- Espinosa-Mirabet, S. y Ferrer-Roca, N. (2021). ¿Por qué los jóvenes australianos triplican el consumo de radio de los jóvenes españoles? *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 26(50), 41-61. <https://doi.org/10.1387/zer.21918>
- Europa Press (2024, 3 de diciembre). Sin pantallas hasta los 6 ni 'smartphones' hasta los 16: el informe de expertos aprobado por el Gobierno [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2024-12-03/consejo-de-ministros-informe-expertos-entorno-digital-seguro\\_4015952/](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2024-12-03/consejo-de-ministros-informe-expertos-entorno-digital-seguro_4015952/)
- Fisher, P. (2021). Ídolos, cuentos musicales para toda la familia. *Escucha Podcast*, 19/01/2021 <https://www.escuchapodcast.com.ar/2021/02/idolos-cuentos-musicales-para-toda-la.html>
- Fundación ANAR (2025, 1 de abril). Tecnologías. Impacto en la infancia y adolescencia en España, según su testimonio. <https://www.anar.org/informe/estudio-tric/>
- Ministerio de la Presidencia. (2024, abril). Anteproyecto de Ley Orgánica para garantizar los derechos de los menores en el ámbito digital. Ministerio de la Presidencia.
- González, D. R. (2024, 13 de febrero). *La industria del podcast en América Latina*. Genuina Media. <https://www.genuinamedia.com/blog/la-industria-del-podcast-en-america-latina>
- iCmedia. (2025). *Código Audio Con\_Sentido: Calidad de los medios*. [https://icmedianet.org/wp-content/uploads/2025/02/CodigoAudioCon\\_Sentido-1.pdf](https://icmedianet.org/wp-content/uploads/2025/02/CodigoAudioCon_Sentido-1.pdf)
- Incibe (2021, 19 de julio). Los menores y el acceso a contenido sexual en línea. <https://www.incibe.es/index.php/menores/blog/los-menores-y-el-acceso-contenido-sexual-en-linea>

Ives, L. S. E., Patón, A. H., Buratti, M. A. F., Pitti, J. Á., Salmerón-Ruiz, M. A., Hernández, P. J. R., & Real-López, M. (2025, June). Impacto de las pantallas y las redes sociales en la salud mental. In *Anales de Pediatría* (p. 503909). Elsevier Doyma. <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2025.503909>

MarketingNews. (2018, 18 de septiembre). 'Branded content' de Fisher-Price en formato 'podcast'. <https://www.marketingnews.es/marcas/noticia/1117135054305/branded-content-de-fisher-price-formato-podcast.1.html>

Martín Barbero, I. (2025, 29 de abril). Spotify apunta a una subida de precios en España: así quedarán los planes del servicio en streaming. *Cinco Días* <https://cincodias.elpais.com/smartlife/lifestyle/2025-04-29/spotify-subida-precios-espana.html>

Martín-Nieto, R., Pérez-Alaejos, M. P. y Hernández-Prieto, M. (2025). Análisis y clasificación de contenido infantil en plataformas de audio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(2), 513-525. <https://dx.doi.org/10.5209/emp.99592>

Martin-Nieto, R., Martínez Otón, L. y Pedrero Esteban, L. M. (2023). Modelos europeos de clasificación por edades del contenido audiovisual: claves para su adaptación al consumo digital del público infantil. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 36, 359-379. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1700>

Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2023). *Impacto del aumento del uso de Internet y las redes sociales en la salud mental de jóvenes y adolescentes*. <https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2023-10/policybriefredesocialesaludmentaljovenesyadolescentes.pdf>

Organización Panamericana de la Salud (2023). *Informe mundial sobre la salud mental: Transformar la salud mental para todos*. <https://doi.org/10.37774/9789275327715>

Pedrero-Esteban, L.M., Martínez-Otón, L., Martín-Nieto, R. y Castillo Lozano, E. (2023). *Cómo suenan los podcasts en España. Radiografía de la producción original en las plataformas de audio digital en 2022*. Observatorio Nebrija del Español (ONE). <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.03>

Pedrero-Esteban, L.M. (dir.), Martínez-Otón, L., Martín-Nieto, R., Pérez-Escoda, A., Castillo Lozano, E., Espada, A., Vaccaro, M. y Fisher, P. (2024). *Cómo suenan los podcasts en España y Argentina. Radiografía de la producción original en las plataformas de audio digital en 2023*. Observatorio Nebrija del Español (ONE). <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.03>

Pedrero-Esteban, L. M., Barrios-Rubio, A. y Medina-Ávila, V. (2019). Teenagers, smartphones and digital audio consumption in the age of Spotify. *Comunicar: Media Education Research Journal*, 27(60), 103-112. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>

Pérez-Alaejos, M.- de la-P., Hernández-Prieto, M., & Martín-Nieto, R. (2025). Consumo de audio en la infancia y la adolescencia: radio y plataformas digitales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 16(1), e27752. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.27752>

Pérez-Maíllo, A., Sánchez-Serrano, C. y Pedrero-Esteban, L. M. (2018). Viaje al Centro de la Radio. Diseño de una experiencia de alfabetización transmedia para promover la cultura radiofónica entre los jóvenes. *Comunicación y Sociedad*, (33), 171-201. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7031>

Piñeiro-Otero, T. y Pedrero-Esteban, L. M. (2022). Audio communication in the face of the renaissance of digital audio. *Profesional de la información*, 31(5), e310507. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.07>

Podcast Index. Stats | [Podcastindex.org](https://podcastindex.org)

Qustodio (2024). *El dilema digital la infancia en una encrucijada*. [https://static.qustodio.com/public-site/uploads/2025/01/17133347/Dilemma\\_Digital\\_2024\\_Qustodio\\_Informe\\_Anual.pdf](https://static.qustodio.com/public-site/uploads/2025/01/17133347/Dilemma_Digital_2024_Qustodio_Informe_Anual.pdf)

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2023). *Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>

Rodero, E. (2024) *Ficción Sonora. Cómo contar una historia con sonidos*. Instituto RTVE.

RTVE (2024, 19 de diciembre). RNE Audio, la app de radio generalista más valorada por los usuarios <https://www.rtve.es/rtve/20241219/rne-audio-app-radio-generalista-mas-valorada-por-usuarios/16379077.shtml>

Sánchez Serrano, C. & yPérez-Maíllo, A. (2013). Niños, la radio existe. ¡Viva la radio! En I. Fernández Astobiza (Ed.), *The radio is dead. Long live the radio!* Servicio Editorial UPV, 208-222. <https://addi.ehu.es/handle/10810/15604>

Singh, S. How many *podcasts* are there? <https://www.demandsage.com/podcast-statistics/>

Spotify (2024, 30 de octubre). Los *podcasts* están en auge en España: cinco programas que impulsan este auge. <https://newsroom.spotify.com/2024-10-30/podcasts-are-booming-in-spain-here-are-5-shows-driving-the-surge/>

Vázquez, J. A. (2020, 3 de diciembre). Keeku, una plataforma de *podcasts* para niños.

*Dosdoce*. <https://www.dosdoce.com/2020/12/03/keeku-una-plataforma-de-podcasts-para-ninos/>

Zumeta, G. (2015, 23 de abril). ¿Qué fue de Radio Clan? <https://www.gorkazumeta.com/2015/04/que-fue-de-radio-clan.html>