DESARROLLO

# GUIA

# PARA ELABORACIÓN DE PODCASTS EN COMUNICACIÓN PARA INVESTIGACIÓN

DESARROLLO INSTITUTO DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
GOBIERNO DEL PARAGUAY
CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
PROCIENCIA
PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Con el apoyo de: Feei

# Ficha Técnica

**Autoría**

Sebastián Vargas Ferreira, MSc.

**Equipo de Trabajo del Proyecto COMU01-13 "Voz ConCiencia"**

Sebastian Vargas Ferreira, MSc., Director del Proyecto.

Helena Gallagher Rodríguez, Lic., Comunicadora

Claudio Cappello Irrazábal, MSc., Sistematizador

Rubén Cáceres, Lic., Editor

Estefano Otto, Econ., Asistente del Proyecto

Leticia Fleítas Cuenca, Asistente de Proyecto

Magalí Fleítas López, Econ., Responsable administrativa

Claudia Ávila, MSc., Conductora

**Colaboradores del Instituto Desarrollo**

Martín Navarro Vergara, Abog.

Elizabeth Báez, Abog.

Melissa Olavarrieta, Mg.

Laura Torres, Lic.

Emmanuel Barrios, Lic.

**Revisión y edición**

Florencia Villalba de Cáceres, Mg.

**Dirección del Instituto Desarrollo**

José Molinas Vega, PhD., Director Académico

Este documento fue formulado en el marco del Proyecto **"COMU01-13 Voz ConCiencia"**, desarrollado por el **Instituto Desarrollo (ID)** con financiamiento del **Fondo para la Excelencia de la Educación y la Investigación (FEEI)** a través del **Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)**.

# ÍNDICE

1. Introducción ..... 7

2. Fundamentos del Podcast en la Comunicación Científica ..... 8

2.1 ¿Qué es un Podcast y por qué es relevante para la Comunicación Científica? ..... 8

2.2 Formatos de Podcast para la Divulgación Científica ..... 9

2.3 Ejemplos de Podcasts Científicos Exitosos ..... 9

3. Planificación del Podcast Científico ..... 11

3.1 Definir el Propósito y los Objetivos del Podcast ..... 11

3.2 Identificación de la Audiencia Objetivo ..... 11

3.3 Elección del Formato Adecuado ..... 12

3.4 Organización del Contenido y Estructura de los Episodios ..... 12

3.5 Recursos y Logística para la Producción ..... 13

Resumen del Capítulo ..... 14

4. Producción del Podcast Científico ..... 15

4.1 Escritura del Guion Científico ..... 15

4.2 Uso del Lenguaje Claro y Accesible ..... 16

4.3 Técnicas de Locución y Narración ..... 16

4.4 Grabación del Podcast: Espacio y Equipamiento ..... 17

4.5 Edición y Postproducción ..... 17

Resumen del Capítulo ..... 17

5. Publicación y Difusión del Podcast Científico ..... 19

5.1 Selección de Plataformas de Publicación ..... 19

5.2 Optimización de Metadatos y Descripción del Episodio ..... 19

5.3 Identidad Visual y Material Promocional ..... 20

5.4 Estrategias de Difusión en Redes Sociales y Canales Institucionales ..... 20

5.5 Colaboración con Otras Instituciones y Divulgadores Científicos ..... 21

**5.6 Evaluación del Impacto y Análisis de Audiencia ..... 21**

**Resumen del Capítulo..... 22**

**6. Evaluación del Impacto y Mejora Continua ..... 23**

**6.1 Importancia de la Evaluación en la Comunicación Científica ..... 23**

**6.2 Métricas Claves para Evaluar el Desempeño del Podcast ..... 23**

**6.3 Interpretación de Datos y Adaptación del Contenido..... 24**

**6.4 Estrategias para la Sostenibilidad y Crecimiento del Podcast ..... 25**

**Resumen del Capítulo..... 25**

**7. Glosario de Términos Clave..... 26**

**7.1 Terminología General del Podcasting..... 26**

**7.2 Producción y Edición de Audio..... 26**

**7.3 Publicación y Distribución..... 27**

**Resumen del Capítulo..... 28**

**8. Fuentes Bibliográficas ..... 29**

# Sobre el Material

Este material presenta una guía sobre cómo desarrollar un programa de podcasts enfocado a la comunicación y divulgación de Investigaciones Científicas. Su finalidad es la de prometer que estudiantes, docentes e investigadores puedan a través de esta propuesta, desarrollar sus propios espacios creativos con propuesta innovadora sobre cómo transmitir los trabajos de investigación, sus hallazgos y quehaceres de una manera transformadora tanto para los ejecutores como para los receptores/beneficiarios.

El documento resume el recorrido en 7 simples pasos. Estos indican cómo arrancar, desarrollar y cerrar un proyecto de producción y distribución de episodios en formato auditivo, pudiendo ser adaptado a cualquier contenido o tema deseado. Como ejemplo de esto, se encuentra disponible en la Web del **Instituto Desarrollo (ID)**, así como en la plataforma Spotify el Podcast **"Voz ConCiencia"** que se presta para una mejor comprensión e interpretación de los lectores para entender el resultado del "paso a paso". Así también esta guía es solo un camino que en el caso mencionado funcionó, pero cuyas recomendaciones el lector puede ajustar o modificar, si para su contexto o población resulta de mayor o menor pertinencia.

Su elaboración estuvo a cargo del **Instituto Desarrollo (ID)**, en el marco con financiamiento del **Fondo para la Excelencia de la Educación y la Investigación (FEEI)** a través del **Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)**. La producción se realizó pensando en esta como una herramienta pedagógica y de difusión para que las investigaciones de distintas áreas de las ciencias pueden ser comunicadas y divulgadas, además de ser una plataforma para sean visibilizadas problemáticas, investigadores y equipo de investigación. El contenido de este material es responsabilidad de los autores y no refleja necesariamente los puntos de vista o las posiciones del **CONACYT** ni del **ID.**

# Sobre el *Podcast*

Se optó por investigar el formato del podcast como un método innovador para transmitir conocimientos académicos a la sociedad, debido a sus múltiples ventajas. El término "podcast" se origina de la combinación de "pod" (que viene de Public On Demand) y una forma abreviada de "broadcast", lo cual significa emisión según la demanda del público.

A diferencia de la radio tradicional, este formato se caracteriza por ofrecer contenido auditivo que puede accederse cuando el usuario lo desee, ya sea mediante descarga o transmisión en línea, lo que lo hace particularmente conveniente. Una de sus características distintivas es que permite a creadores independientes desarrollar contenido especializado sobre temas específicos, facilitando la construcción de una base de seguidores comprometidos. Además, su versatilidad para ser reproducido en diferentes aparatos electrónicos ha contribuido significativamente a su creciente aceptación entre el público.

# Guía para la Construcción de Podcasts en Comunicación de Investigaciones

Este documento fue formulado en el marco del Proyecto **"COMU01-13 Voz ConCiencia"**, desarrollado por el **Instituto Desarrollo (ID)** con financiamiento del **Fondo para la Excelencia de la Educación y la Investigación (FEEI)** a través del **Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)**.

# 1. Introducción

En el contexto actual, las instituciones académicas y las universidades enfrentan el desafío de hacer visibles los resultados de sus investigaciones más allá de las publicaciones en revistas científicas especializadas. La necesidad de comunicar los avances del conocimiento a públicos más amplios ha impulsado la exploración de nuevos formatos, entre los cuales el podcast ha emergido como una herramienta efectiva y accesible.

Este medio de comunicación permite a investigadores, docentes y estudiantes compartir hallazgos científicos de manera clara y atractiva, estableciendo una conexión directa con la audiencia. A diferencia de otros formatos, el *podcast* combina la profundidad del contenido con la flexibilidad de consumo, lo que lo convierte en una opción ideal para la divulgación de conocimientos dentro y fuera de la comunidad académica.

La presente guía tiene como objetivo proporcionar un camino estructurado para la producción de **podcasts científicos**, asegurando que la información generada en las universidades y centros de investigación pueda alcanzar tanto a especialistas como a públicos más amplios. Para ello, se detallarán las diferentes etapas del proceso, desde la planificación del contenido hasta la evaluación del impacto del podcast en la audiencia.

En primer lugar, se analiza la importancia de los *podcasts* en la comunicación científica, destacando su potencial para democratizar el acceso al conocimiento y fortalecer el posicionamiento de las instituciones académicas. Luego, se aborda la planificación, que es el punto de partida esencial para definir el propósito del podcast, la audiencia objetivo y el formato más adecuado para cada proyecto.

Posteriormente, se describe el proceso de producción, que incluye la redacción del guion, la grabación y la edición del audio, asegurando que el contenido mantenga una estructura clara y atractiva para los oyentes. La etapa siguiente se enfoca en la publicación y difusión, en la que se explorarán las distintas plataformas digitales y estrategias de promoción para maximizar el alcance del *podcast*. Finalmente, se abordará la evaluación del impacto, un aspecto fundamental para medir la efectividad de la iniciativa y mejorar futuras producciones.

El uso de *podcasts* en la divulgación de investigaciones no solo facilita el acceso a la información científica, sino que también fortalece la presencia institucional de las universidades, promoviendo la labor de sus investigadores y estudiantes en un entorno digital en constante evolución. A través de esta guía, se busca ofrecer una herramienta práctica para que las instituciones académicas integren esta metodología en sus estrategias de comunicación, optimizando la forma en que presentan y difunden el conocimiento generado en sus espacios de investigación.

# 2. Fundamentos del Podcast en la Comunicación Científica

La comunicación científica evolucionó significativamente en las últimas décadas, adaptándose a nuevas formas de consumo de información y a la creciente necesidad de democratizar el acceso al conocimiento. Tradicionalmente, la divulgación de investigaciones se concentró en artículos científicos, conferencias y libros especializados. Sin embargo, estos formatos suelen estar dirigidos exclusivamente a la comunidad académica, dejando fuera a un público más amplio que también podría beneficiarse del conocimiento generado en universidades y centros de investigación.

En este contexto, el ***podcast*** se consolidó como una alternativa innovadora y accesible, que permite compartir conocimientos de manera clara y atractiva. Su versatilidad lo hace ideal para la comunicación de la ciencia, ya que permite a los investigadores narrar sus hallazgos en un lenguaje más cercano, utilizando la oralidad como un recurso fundamental para conectar con la audiencia. Además, su formato a demanda permite que el contenido esté disponible en cualquier momento, adaptándose a los hábitos de consumo de información de estudiantes, docentes, profesionales y público en general.

Este capítulo explora qué es un *podcast*, cuáles son sus principales características y de qué manera se ha convertido en una herramienta clave para la difusión del conocimiento científico. Asimismo, se abordarán los distintos formatos que pueden utilizarse en la producción de un podcast de divulgación científica, con ejemplos concretos de proyectos exitosos en este ámbito.

## 2.1 ¿Qué es un Podcast y por qué es relevante para la Comunicación Científica?

El podcast es un medio de comunicación basado en la producción y distribución de contenido en formato de audio digital. A diferencia de la radio tradicional, que opera bajo una programación fija y en tiempo real, el podcast ofrece la ventaja de ser un contenido bajo demanda, lo que significa que los oyentes pueden acceder a los episodios en cualquier momento y desde diversas plataformas digitales.

En el ámbito de la comunicación científica, los *podcasts* ganaron relevancia por su capacidad de presentar información compleja de manera comprensible y atractiva. En lugar de depender únicamente del texto escrito, la oralidad permite una mayor conexión con la audiencia, incorporando elementos narrativos, entrevistas y efectos sonoros que enriquecen la experiencia del oyente. Además, al eliminar las barreras del lenguaje técnico, los podcasts pueden hacer que conceptos científicos avanzados sean más accesibles para el público en general.

Las instituciones académicas y de investigación comenzaron a adoptar este formato como parte de sus estrategias de divulgación. Universidades, laboratorios y centros de investigación han encontrado en el podcast un aliado para visibilizar su trabajo, difundir

resultados de proyectos y fomentar el debate sobre temas de interés social basados en la ciencia.

## 2.2 Formatos de Podcast para la Divulgación Científica

Existen diversas formas de estructurar un podcast según los objetivos de comunicación y el tipo de contenido que se desea compartir. Algunos de los formatos más utilizados en la divulgación científica incluyen:

- **Entrevistas con expertos**: En este modelo, un anfitrión conversa con investigadores, docentes o especialistas en un tema específico, profundizando en sus estudios y aportes a la ciencia. Este formato es ideal para contextualizar investigaciones y presentar perspectivas diversas de manera accesible.
- **Monólogos o narración en solitario**: En este caso, un único locutor explica un tema científico de manera estructurada, siguiendo un guion diseñado para captar la atención del oyente. Este tipo de podcast es útil para la divulgación de conceptos específicos o para compartir reflexiones sobre avances científicos.
- **Podcast documental o narrativo**: Se basa en la combinación de entrevistas, relatos y efectos sonoros para contar historias relacionadas con la ciencia. Este formato es especialmente atractivo para audiencias generales, ya que permite presentar información de manera envolvente y dinámica.
- **Conversaciones o paneles de discusión**: Un grupo de expertos dialoga sobre un tema en particular, analizando diferentes puntos de vista y generando debates enriquecedores. Este formato es útil para discutir controversias científicas o explorar el impacto social de determinadas investigaciones.
- **Podcast educativo con estructura didáctica**: Diseñado para complementar procesos de enseñanza y aprendizaje, este formato organiza el contenido en episodios temáticos que abordan diferentes aspectos de un área del conocimiento, incorporando ejemplos prácticos y explicaciones detalladas.

Cada uno de estos formatos puede adaptarse a los objetivos de comunicación de las universidades y centros de investigación, permitiendo que el conocimiento científico llegue a un público más amplio y genere un impacto significativo en la sociedad.

## 2.3 Ejemplos de Podcasts Científicos Exitosos

El uso del podcast en la comunicación científica creció considerablemente en los últimos años, y diversas instituciones han desarrollado proyectos exitosos en este formato. Algunos ejemplos destacados incluyen:

- **"Science Vs" (Gimlet Media)**: Un podcast que confronta mitos populares con evidencia científica, abordando temas como alimentación, salud y medio ambiente. Su enfoque dinámico y basado en datos ha permitido atraer a una audiencia amplia.
- **"The Infinite Monkey Cage" (BBC Radio 4)**: Un programa que combina comedia y ciencia, presentando discusiones entre expertos y divulgadores en un tono accesible y entretenido.

- **"El Método"**: Un podcast en español que explora los procesos de la ciencia y el pensamiento crítico, entrevistando a investigadores y analizando estudios recientes.

Estos ejemplos muestran que los podcasts pueden adoptar diversos enfoques según las necesidades de cada institución y los objetivos de comunicación. Integrar este tipo de proyectos en universidades y centros de investigación no solo fortalece la visibilidad del trabajo académico, sino que también contribuye a la educación científica de la sociedad en general.

A medida que las instituciones académicas buscan nuevas estrategias para compartir sus investigaciones, el podcast se presenta como una herramienta clave para alcanzar audiencias más amplias y generar impacto fuera del ámbito tradicional de la publicación científica. En el siguiente capítulo, se aborda el proceso de planificación, que constituye el primer paso esencial para desarrollar un podcast de divulgación científica de manera estructurada y efectiva.

# 3. Planificación del Podcast Científico

Para que un podcast de divulgación científica cumpla su propósito de comunicar investigaciones de manera efectiva, es fundamental contar con una planificación estructurada. La improvisación puede comprometer la claridad del mensaje y disminuir el impacto que se desea generar. Una planificación adecuada permite definir con precisión los objetivos del podcast, la audiencia a la que va dirigido, el formato más adecuado y los recursos necesarios para su producción.

En el ámbito de las instituciones académicas y universidades, la planificación adquiere una relevancia aún mayor, ya que estos espacios producen un volumen considerable de conocimiento que necesita ser organizado y adaptado para su divulgación. Sin una estrategia clara, es posible que las investigaciones no logren el alcance deseado o que los episodios carezcan de coherencia y continuidad.

Este capítulo aborda los elementos esenciales que deben considerarse antes de iniciar la producción de un podcast de comunicación científica. Se analizan la importancia de definir el propósito del programa, la identificación de la audiencia, la selección del formato más adecuado y la organización de contenidos en una estructura efectiva.

## 3.1 Definir el Propósito y los Objetivos del Podcast

El primer paso en la planificación de un podcast científico es determinar cuál será su propósito principal. No todos los podcasts cumplen la misma función, y definir un objetivo claro desde el inicio permitirá orientar cada aspecto del proyecto.

Algunas instituciones pueden desarrollar podcasts con el objetivo de divulgar sus investigaciones entre el público general, mientras que otras pueden enfocarse en audiencias especializadas, como estudiantes de posgrado o profesionales del sector. También existen podcasts creados con fines educativos, para complementar el aprendizaje en determinadas disciplinas.

Para definir el propósito, es recomendable responder preguntas clave como: ¿Qué mensaje queremos transmitir? ¿Cuál es la necesidad o el problema que buscamos abordar con este podcast? ¿Cómo puede contribuir el podcast a la visibilización del trabajo de investigación dentro de la institución?

Una vez establecido el propósito general, se deben definir los objetivos específicos, que pueden incluir aspectos como aumentar la presencia de la universidad en plataformas digitales, generar espacios de conversación sobre temas científicos o fortalecer la conexión entre los investigadores y la sociedad.

## 3.2 Identificación de la Audiencia Objetivo

Uno de los errores más comunes en la comunicación científica es no considerar las características del público al que va dirigido el mensaje. En el caso del podcast, conocer

a la audiencia es crucial para determinar el tono, el nivel de profundidad y el tipo de lenguaje que se utilizará.

Las universidades y centros de investigación pueden desarrollar podcasts orientados para diferentes tipos de públicos. Algunos programas pueden estar diseñados para la comunidad académica, abordando temas con un alto nivel de especialización, mientras que otros pueden estar dirigidos a estudiantes, divulgadores o público general interesado en la ciencia.

Para identificar la audiencia objetivo, se deben analizar aspectos como la edad, el nivel de formación académica, los intereses temáticos y los hábitos de consumo de contenido. También es útil definir los canales a través de los cuales la audiencia accede a la información, como plataformas de *streaming,* redes sociales o sitios web institucionales.

## 3.3 Elección del Formato Adecuado

El formato del podcast influye en la manera en que se estructura el contenido y en la experiencia de los oyentes. La elección del formato debe estar alineada con el propósito y la audiencia del programa.

Si el objetivo es ofrecer explicaciones detalladas sobre un tema de investigación, un formato de monólogo puede ser una opción efectiva. Por otro lado, si se busca generar discusión y análisis, un formato de mesa redonda o entrevista con expertos puede ser más adecuado.

Algunos formatos recomendados para podcasts científicos incluyen:

- **Entrevistas con investigadores**: Permiten profundizar en el trabajo de especialistas y conocer sus perspectivas de primera mano.
- **Narrativas científicas**: Utilizan técnicas de *storytelling* para explicar descubrimientos e investigaciones de manera atractiva.
- **Podcast educativo**: Siguen una estructura didáctica, útil para complementar el aprendizaje en el ámbito académico.
- **Debates y paneles**: Fomentan la discusión sobre temas de interés y permiten incluir diferentes enfoques sobre un mismo problema.

La selección del formato también influye en aspectos técnicos, como la duración de los episodios y la necesidad de edición de audio. En general, los episodios de divulgación científica suelen tener una duración de entre 20 y 40 minutos, aunque este parámetro puede variar según la profundidad del contenido y el perfil de la audiencia.

## 3.4 Organización del Contenido y Estructura de los Episodios

Una vez definidos el propósito, la audiencia y el formato, es necesario organizar el contenido de manera estructurada. La planificación de los episodios debe garantizar que

la información se presente de forma clara, siguiendo una narrativa lógica que facilite la comprensión.

En términos generales, un episodio de *podcast* científico debe contar con tres secciones principales:

1. **Introducción**: Presenta el tema del episodio, introduce a los invitados (si los hay) y contextualiza la discusión. Es fundamental captar la atención del oyente desde los primeros minutos.
2. **Desarrollo**: Constituye el núcleo del episodio, donde se expone la información principal. Puede incluir explicaciones, análisis, entrevistas o historias que ayuden a ilustrar el tema.
3. **Cierre**: Resume las ideas principales y puede incluir una invitación a la audiencia para interactuar, enviar preguntas o acceder a material complementario.

Para mantener la coherencia entre los episodios, es recomendable elaborar un **calendario de contenidos**, donde se definan los temas a tratar en cada entrega, los invitados potenciales y los recursos necesarios para la producción.

Además, se deben considerar aspectos técnicos como la musicalización, los efectos de sonido y la identidad sonora del podcast, que contribuyen a generar una experiencia más atractiva para la audiencia.

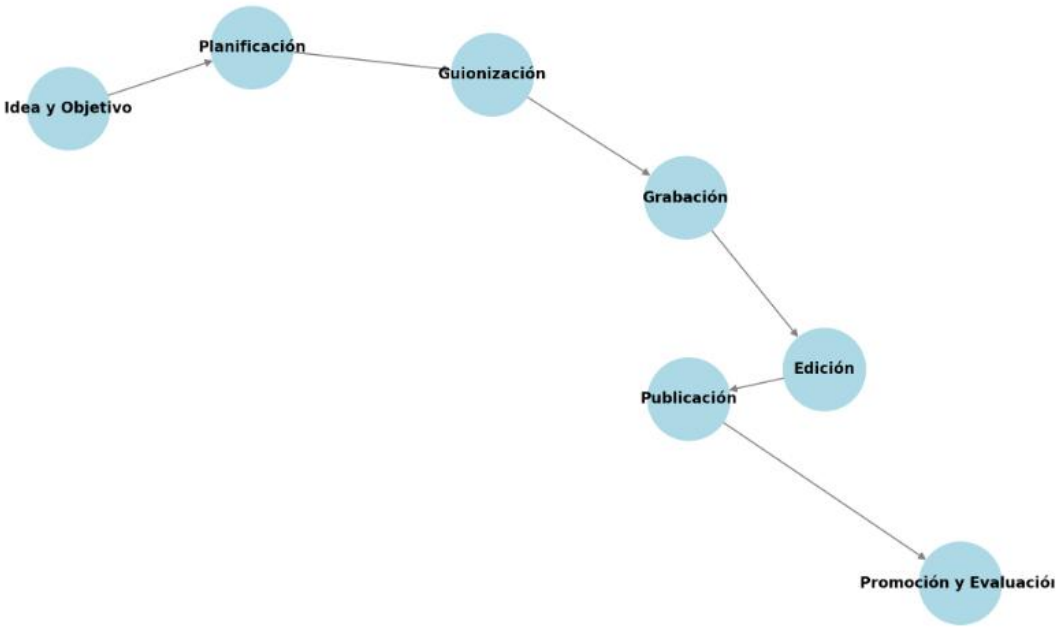
## 3.5 Recursos y Logística para la Producción

La producción de un podcast requiere planificación en términos de recursos humanos y técnicos. En el caso de las universidades, es recomendable contar con un equipo conformado por investigadores, comunicadores y técnicos en producción de audio. Dependiendo del alcance del proyecto, también pueden participar estudiantes en roles de asistencia o edición.

En cuanto a los recursos técnicos, es necesario definir el equipo de grabación, que puede incluir micrófonos de calidad, software de edición de audio y plataformas para la distribución del contenido. Si bien existen herramientas gratuitas para la producción de podcasts, contar con un equipo adecuado mejora significativamente la calidad del producto final.

Asimismo, la grabación debe realizarse en un ambiente adecuado, minimizando ruidos externos y asegurando una acústica que favorezca la claridad del audio. En instituciones académicas, se pueden habilitar estudios de grabación dentro de las facultades o utilizar salas adaptadas para este propósito.

**Gráfico 1. Esquema Gráfico del Proceso de Creación de un Podcast Científico**




Fuente: Elaboración propia.

## Resumen del Capítulo

La planificación es la base para el éxito de un podcast de comunicación científica. Definir un propósito claro, conocer a la audiencia, seleccionar el formato adecuado y organizar el contenido de manera estructurada son pasos esenciales que garantizarán la efectividad del proyecto.

Para las universidades y centros de investigación, integrar los podcasts en sus estrategias de comunicación permite no solo difundir el conocimiento generado en sus instituciones, sino también fortalecer su presencia en el ámbito digital y fomentar el interés por la ciencia en la sociedad.

En el siguiente capítulo, se abordará la etapa de producción del podcast, en la que se detallarán aspectos clave como la redacción de guiones, la grabación de audio y la edición para asegurar la calidad del contenido.

# 4. Producción del Podcast Científico

Una vez que el podcast fue planificado cuidadosamente, es momento de llevarlo a la fase de producción, en la que las ideas y el contenido previamente estructurado cobran vida a través de la grabación y edición del audio. La calidad del contenido y su presentación juegan un papel fundamental en la captación y retención de la audiencia, por lo que es imprescindible cuidar cada detalle del proceso.

En el contexto universitario y de los centros de investigación, la producción de un podcast no solo representa una herramienta para la divulgación de la ciencia, sino que también refuerza la identidad institucional y la conexión con la sociedad. Un contenido bien producido puede transformar una investigación académica en un material atractivo, accesible y con impacto en públicos diversos.

Este capítulo abordará los aspectos esenciales de la producción del podcast, desde la escritura del guion hasta la grabación y edición del audio, asegurando que el resultado final cumpla con altos estándares de claridad, coherencia y atractivo auditivo.

## 4.1 Escritura del Guion Científico

El guion es la estructura base sobre la que se construye el episodio del podcast. Aunque algunos formatos, como los debates o entrevistas, pueden dar lugar a una mayor improvisación, contar con un guion sólido garantiza que el mensaje se transmita de manera clara y sin perder el foco del tema principal.

En la divulgación científica, la escritura del guion debe equilibrar el rigor académico con la accesibilidad. Es fundamental evitar tecnicismos innecesarios y adaptar el lenguaje para que el contenido pueda ser comprendido por la audiencia objetivo. La clave está en explicar conceptos complejos de forma sencilla, sin perder la precisión científica.

Para lograrlo, el guion debe estructurarse en tres partes:

1. **Introducción:** Debe captar la atención del oyente en los primeros minutos, presentar el tema del episodio y contextualizar su importancia. También se pueden incluir anécdotas, preguntas retóricas o datos impactantes para despertar el interés.
2. **Desarrollo:** Es el cuerpo central del episodio, donde se exponen los argumentos principales, los hallazgos científicos y las reflexiones en torno al tema. En este punto, es recomendable incluir ejemplos concretos, metáforas o analogías que faciliten la comprensión.
3. **Cierre:** Debe reforzar las ideas clave del episodio y ofrecer una conclusión clara. También es un espacio para invitar a la audiencia a interactuar, compartir el episodio o explorar materiales complementarios.

Un buen guion no solo debe ser informativo, sino también dinámico y atractivo. Para lograrlo, se recomienda escribir con un estilo conversacional y estructurar el contenido en frases cortas y directas que favorezcan la fluidez oral.

## 4.2 Uso del Lenguaje Claro y Accesible

Uno de los mayores desafíos en la divulgación científica es traducir la complejidad de los estudios académicos a un lenguaje comprensible para públicos más amplios. Un podcast debe ser capaz de comunicar ideas sin sacrificar el rigor científico, pero evitando el exceso de formalismos que podrían alejar a la audiencia.

Para ello, es recomendable:

- Evitar el uso excesivo de términos técnicos y, cuando sean imprescindibles, explicarlos con claridad.
- Utilizar ejemplos cotidianos y metáforas que ayuden a ilustrar conceptos complejos.
- Mantener un tono cercano y natural, como si se estuviera conversando con un colega o un estudiante.
- Hacer preguntas dirigidas a la audiencia para mantener su interés y fomentar la reflexión.

Adoptar un lenguaje accesible no implica simplificar en exceso la información, sino hacerla más digerible sin perder su esencia. La clave es lograr una narración que guíe al oyente a través del conocimiento de manera clara y envolvente.

## 4.3 Técnicas de Locución y Narración

La calidad del audio en un podcast no solo depende del equipo técnico utilizado, sino también de la manera en que se expresa el contenido. La locución y la narración juegan un papel crucial en la experiencia del oyente, ya que la voz es el vehículo principal a través del cual se transmite el mensaje.

Algunos aspectos clave para mejorar la locución incluyen:

- **Modulación de la voz:** Evitar un tono monótono y buscar variaciones en la entonación para enfatizar ideas clave.
- **Ritmo y pausas:** Hablar a una velocidad moderada y hacer pausas estratégicas para facilitar la comprensión del mensaje.
- **Pronunciación clara:** Articular bien cada palabra para evitar confusiones y mejorar la calidad del audio.
- **Expresión emocional:** Acompañar la narración con matices emocionales según el tema tratado, evitando una lectura robótica del guion.

Para mejorar la técnica de locución, es recomendable realizar ejercicios de vocalización y ensayar la lectura del guion antes de la grabación.

## 4.4 Grabación del Podcast: Espacio y Equipamiento

La grabación es una de las fases más importantes de la producción, ya que una mala calidad de audio puede afectar la percepción del contenido, sin importar lo valioso que este sea.

Para obtener una grabación óptima, es fundamental seleccionar un espacio adecuado. La grabación debe realizarse en un entorno silencioso, evitando ruidos externos como tráfico, ventiladores o eco. Si no se cuenta con un estudio profesional, se pueden utilizar materiales como cortinas gruesas o paneles de espuma acústica para mejorar la calidad del sonido.

En cuanto al equipo técnico, los siguientes elementos son recomendados:

- **Micrófono:** Los micrófonos de condensador ofrecen una mejor calidad de sonido, aunque también existen opciones económicas con buenos resultados.
- **Interfaz de audio:** Permite conectar micrófonos profesionales a una computadora y mejorar la captura del sonido.
- **Software de grabación:** Programas como *Audacity*, *Adobe Audition* o *GarageBand* permiten grabar y editar el audio de manera eficiente.

Es preciso realizar pruebas de sonido antes de la grabación final, esencialmente para detectar posibles problemas y corregirlos a tiempo.

## 4.5 Edición y Postproducción

Una vez que el audio fue grabado, es necesario pasar a la fase de edición, donde se eliminan errores, se ajustan niveles de volumen y se agregan elementos sonoros como música y efectos.

La edición debe centrarse en mejorar la fluidez del episodio, asegurando que no haya pausas innecesarias o cortes abruptos. Además, se pueden incluir efectos de sonido sutiles para enfatizar ciertas partes de la narración sin sobrecargar el contenido.

En esta etapa también se debe normalizar el volumen del audio para garantizar una experiencia de escucha agradable. Es recomendable mantener un nivel de volumen estable en todo el episodio y aplicar filtros de reducción de ruido si es necesario.

## Resumen del Capítulo

La producción de un podcast científico es un proceso que requiere atención a los detalles en cada una de sus fases. Desde la escritura del guion hasta la edición final, cada elemento contribuye a garantizar que el contenido sea claro, atractivo y de alta calidad.

Para las universidades y centros de investigación, contar con un equipo bien capacitado en locución, grabación y edición permite asegurar que el podcast cumpla su función de

comunicar la ciencia de manera efectiva. Además, la inversión en una producción bien cuidada refuerza la credibilidad institucional y facilita el posicionamiento del contenido en plataformas digitales.

En el siguiente capítulo, se aborda la publicación y difusión del podcast, analizando estrategias para que los episodios lleguen a la mayor cantidad de oyentes posibles y logren el impacto deseado.

# 5. Publicación y Difusión del Podcast Científico

Una vez finalizada la producción del *podcast*, su impacto dependerá en gran medida de las estrategias utilizadas para su publicación y difusión. Un contenido de alta calidad pierde su efectividad si no llega a la audiencia adecuada. Por ello, es fundamental que las universidades y centros de investigación adopten un enfoque estratégico para distribuir sus podcasts, asegurando que estos alcancen tanto a la comunidad académica como al público general interesado en la ciencia.

En este capítulo, se exploran los elementos clave para una publicación efectiva, incluyendo la selección de plataformas, la optimización de metadatos y la importancia de la identidad visual. Asimismo, se abordan posibles estrategias de difusión en redes sociales, colaboración con otras entidades académicas y el uso de métricas para evaluar el impacto del *podcast*.

## 5.1 Selección de Plataformas de Publicación

Publicar un *podcast* en la plataforma adecuada es un paso esencial para garantizar su visibilidad y accesibilidad. Existen diversas opciones de distribución, y la elección depende de los objetivos del proyecto y del público al que se quiere llegar.

Las plataformas más utilizadas para la publicación de podcasts incluyen:

- **Spotify**: Una de las más populares a nivel mundial, con una interfaz intuitiva que permite llegar a un amplio espectro de oyentes.
- **Apple Podcasts**: Especialmente utilizada por audiencias académicas y profesionales.
- **Google Podcasts**: Ideal para usuarios que acceden a contenido desde dispositivos Android.
- **Anchor**: Plataforma gratuita que facilita la distribución en múltiples servicios de *streaming* de manera automática.
- **Ivoox**: Muy utilizada en el mundo hispanohablante, con funciones específicas para la monetización y la creación de comunidades de oyentes.

Para las universidades y centros de investigación, se recomienda subir los episodios a varias plataformas simultáneamente para maximizar el alcance. Además, integrar el podcast dentro de la página web institucional y en repositorios académicos puede ayudar a fortalecer su impacto en el ámbito educativo.

## 5.2 Optimización de Metadatos y Descripción del Episodio

El contenido de un podcast no solo se transmite a través del audio, sino también mediante los metadatos que lo acompañan. Un título claro y atractivo, junto con una descripción detallada del episodio, facilita que el contenido sea encontrado en buscadores y plataformas de *podcasting*.

Para mejorar la visibilidad del podcast, es recomendable:

- Elegir títulos descriptivos que resuman el tema principal del episodio.
- Incluir palabras clave relacionadas con la investigación abordada.
- Agregar enlaces a artículos científicos, perfiles de los investigadores y otros recursos complementarios en la descripción.
- Utilizar etiquetas adecuadas en la publicación para mejorar la indexación en motores de búsqueda.

El uso estratégico de metadatos no solo facilita que los oyentes encuentren el podcast, sino que también ayuda a posicionarlo en las recomendaciones automáticas de las plataformas digitales.

## 5.3 Identidad Visual y Material Promocional

Un aspecto que a menudo se subestima en la comunicación científica es la identidad visual del contenido. Un *podcast* debe contar con elementos gráficos que refuercen su identidad y faciliten su reconocimiento.

Para lograrlo, es importante diseñar una portada atractiva y profesional que represente la temática del *podcast*. Esta imagen debe ser coherente con la identidad institucional de la universidad o centro de investigación y debe adaptarse a los requisitos de cada plataforma de distribución.

Además de la portada, se pueden crear otros materiales promocionales, como:

- Clips de audio destacados en formato video para redes sociales.
- Infografías con datos clave presentados en el episodio.
- Publicaciones en blogs o boletines institucionales que amplíen la información tratada en el *podcast*.

Estos elementos visuales ayudan a captar la atención del público y aumentan la probabilidad de que el contenido sea compartido en distintas plataformas.

## 5.4 Estrategias de Difusión en Redes Sociales y Canales Institucionales

Para que un *podcast* tenga impacto, es necesario diseñar una estrategia de difusión efectiva. Las redes sociales juegan un papel fundamental en la promoción de contenido, ya que permiten conectar con audiencias específicas y fomentar la interacción con la comunidad.

Las universidades pueden aprovechar sus canales institucionales para compartir los episodios a través de:

- Publicaciones en **Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram**, con enlaces directos al episodio.
- Uso de **historias y reels en Instagram y TikTok**, con extractos llamativos del audio.
- Creación de un **canal en YouTube**, donde los episodios puedan publicarse con imágenes o subtítulos para mayor accesibilidad.
- **Boletines electrónicos y blogs institucionales**, con artículos complementarios sobre los temas abordados en el podcast.

Una estrategia efectiva debe incluir un calendario de publicación que garantice una difusión constante del contenido y fomente la participación de la audiencia a través de encuestas, comentarios o debates en foros digitales.

## 5.5 Colaboración con Otras Instituciones y Divulgadores Científicos

Una manera eficaz de ampliar la audiencia de un podcast es establecer colaboraciones con otras universidades, centros de investigación y divulgadores científicos. La participación en redes de comunicación académica puede generar sinergias que potencien el alcance del proyecto.

Algunas estrategias de colaboración incluyen:

- Entrevistar a investigadores de diferentes instituciones en los episodios.
- Participar en eventos académicos y conferencias para presentar el podcast.
- Difundir el podcast en revistas de divulgación y portales científicos.
- Generar alianzas con *influencers* de la divulgación científica en redes sociales.

Trabajar en conjunto con otros actores del ámbito académico permite fortalecer la credibilidad del *podcast* y llegar a públicos que podrían no haber sido alcanzados de manera orgánica.

## 5.6 Evaluación del Impacto y Análisis de Audiencia

Publicar y difundir un podcast es solo el comienzo del proceso. Para asegurar su éxito y mejorar futuras ediciones, es necesario analizar su impacto en la audiencia.

Existen diferentes métricas que pueden utilizarse para evaluar el desempeño del podcast, entre ellas:

- Número de reproducciones y descargas por episodio.
- Tiempo promedio de escucha de cada episodio.
- Interacciones y comentarios en redes sociales.

- Crecimiento de suscriptores en las plataformas de *streaming*.

Además de los datos cuantitativos, es valioso obtener ***feedback* cualitativo** a través de encuestas o comentarios de los oyentes. Esta información permite realizar ajustes en la estructura, el tono o la duración del podcast para mejorar la experiencia del usuario.

Las universidades pueden aprovechar estos datos para justificar la continuidad del proyecto, generar informes de impacto y explorar oportunidades de financiamiento para la producción de nuevos episodios.

## Resumen del Capítulo

La publicación y difusión de un podcast son procesos que requieren tanta planificación como su producción. Elegir las plataformas adecuadas, optimizar los metadatos, cuidar la identidad visual y diseñar estrategias de promoción efectivas son factores clave para asegurar que el contenido llegue a la audiencia deseada.

Para las universidades y centros de investigación, integrar los podcasts dentro de sus estrategias de comunicación institucional permite no solo difundir el conocimiento generado, sino también fortalecer su presencia en el entorno digital y fomentar el interés del público por la ciencia.

En el siguiente capítulo, se abordará la **evaluación del impacto del podcast**, destacando la importancia de analizar métricas de desempeño y adaptar el contenido a las necesidades de la audiencia para garantizar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

# 6. Evaluación del Impacto y Mejora Continua

Publicar y difundir un podcast de comunicación científica no marca el final del proceso, sino el comienzo de una fase crucial; la evaluación del impacto y la mejora continua. Medir el rendimiento del *podcast* permite a las universidades y centros de investigación comprender qué tan efectivo ha sido su contenido, quiénes lo están escuchando y qué ajustes pueden realizarse para optimizar su alcance e influencia.

En un entorno académico, la evaluación del impacto no solo es relevante para mejorar el contenido, sino también para justificar la inversión de recursos, generar informes de resultados y proyectar la continuidad del proyecto. Contar con datos concretos sobre la audiencia, el nivel de interacción y la recepción del contenido permite a las instituciones tomar decisiones estratégicas basadas en evidencia.

Este capítulo aborda las principales métricas que deben considerarse para evaluar el desempeño de un podcast, así como estrategias para interpretar los datos obtenidos y realizar mejoras en futuras ediciones.

## 6.1 Importancia de la Evaluación en la Comunicación Científica

En cualquier proyecto de divulgación científica, la evaluación cumple una doble función; por un lado, permite medir el éxito en términos de alcance y *engagement* con la audiencia; por otro, ofrece información clave para refinar la estrategia de contenido.

Para las universidades y centros de investigación, la evaluación del impacto del *podcast* puede servir para:

- Analizar la efectividad del contenido en la comunicación de investigaciones.
- Identificar las temáticas que generan mayor interés entre la audiencia.
- Justificar la continuidad del proyecto ante organismos de financiamiento.
- Obtener retroalimentación directa de los oyentes para mejorar la experiencia de escucha.
- Ajustar la estrategia de difusión según el comportamiento de la audiencia.

Sin una evaluación adecuada, el podcast corre el riesgo de volverse un producto de baja repercusión, desconectado de las expectativas del público. Implementar métricas y herramientas de análisis es clave para asegurar su crecimiento y relevancia.

## 6.2 Métricas Claves para Evaluar el Desempeño del Podcast

Para evaluar el impacto de un podcast, es necesario analizar una serie de indicadores que permitan medir su rendimiento de manera cuantitativa y cualitativa.

Entre las métricas más relevantes se encuentran:

- **Número de reproducciones y descargas**: Permite conocer cuántas veces se ha escuchado un episodio y en qué plataformas ha sido más consumido.
- **Tiempo promedio de escucha**: Indica si los oyentes completan el episodio o si lo abandonan en algún punto específico, lo que puede revelar problemas de estructura o *engagement*.
- **Crecimiento de la audiencia**: Analiza la evolución del número de suscriptores y seguidores en distintas plataformas.
- **Interacciones en redes sociales**: Mide la cantidad de comentarios, compartidos y menciones en plataformas como Twitter, Facebook e Instagram.
- **Valoraciones y reseñas**: Las opiniones de los oyentes en plataformas como Apple *Podcasts* y Spotify pueden proporcionar información cualitativa sobre la percepción del contenido.
- **Encuestas y *feedback* directo**: Implementar cuestionarios o formularios permite btener retroalimentación específica de la audiencia sobre la calidad del contenido y sus áreas de mejora.

Para obtener estos datos, se pueden utilizar herramientas como *Spotify for Podcasters*, Google Analytics, Podtrac o Chartable, que ofrecen información detallada sobre el comportamiento de los oyentes.

## 6.3 Interpretación de Datos y Adaptación del Contenido

El análisis de métricas no solo debe enfocarse en los números, sino en la interpretación de los patrones de comportamiento de la audiencia. Si un episodio tuvo una alta tasa de abandono en los primeros minutos, puede ser señal de que la introducción no es lo suficientemente atractiva. Si un tema en particular recibió muchas interacciones en redes sociales, podría ser útil desarrollar episodios adicionales sobre la misma temática o formatos complementarios.

Las instituciones pueden hacer ajustes en función de los datos recolectados, tales como:

- Modificar la estructura de los episodios si se detecta una baja retención de audiencia.
- Optimizar la estrategia de promoción en redes sociales para mejorar el alcance.
- Experimentar con nuevos formatos si se identifica una disminución en el número de reproducciones.
- Incluir nuevas voces o entrevistas si se detecta un mayor *engagement* en episodios con invitados especiales.

La clave está en usar la evaluación no como un proceso aislado, sino como una herramienta para la mejora continua, permitiendo que el podcast evolucione y se adapte a las necesidades de la audiencia.

## 6.4 Estrategias para la Sostenibilidad y Crecimiento del Podcast

Para que un *podcast* académico logre consolidarse y crecer en el tiempo, es fundamental adoptar estrategias que aseguren su sostenibilidad. Algunas acciones clave incluyen:

- **Establecer un calendario de publicación constante**, manteniendo la regularidad en la entrega de episodios para fidelizar a la audiencia.
- **Ampliar la difusión mediante alianzas con otras instituciones**, colaborando con universidades, laboratorios y centros de investigación para alcanzar nuevas audiencias.
- **Explorar opciones de financiamiento**, aplicando a convocatorias de apoyo a la comunicación científica o buscando patrocinadores interesados en la divulgación del conocimiento.
- **Fomentar la participación de la comunidad universitaria**, incentivando a docentes, estudiantes y egresados a contribuir con temas, entrevistas o investigaciones.
- **Reforzar la identidad sonora y visual**, asegurando que el podcast tenga una marca reconocible que lo diferencie en el ecosistema digital.

Las universidades pueden integrar el podcast en sus estrategias institucionales, incorporándolo como un recurso educativo en programas de formación, promoviendo su uso en actividades de divulgación y asegurando su difusión en medios académicos y redes científicas.

## Resumen del Capítulo

La evaluación del impacto es una etapa fundamental en la comunicación de la ciencia a través del *podcasting*. Medir el alcance, analizar la interacción de la audiencia y aplicar mejoras constantes permitirá que el contenido se mantenga relevante y cumpla con su propósito de divulgar investigaciones de manera efectiva.

Para las universidades y centros de investigación, invertir en estrategias de evaluación y mejora continua garantiza la sostenibilidad del proyecto y refuerza su rol como generadores y comunicadores de conocimiento.

En el próximo capítulo, se incluye un **glosario de términos clave** utilizados en la producción y comunicación de podcasts científicos, proporcionando una referencia útil para quienes deseen profundizar en los conceptos abordados en esta guía.

# 7. Glosario de Términos Clave

A lo largo de esta guía, se mencionaron diversos términos relacionados con la producción y difusión de podcasts científicos. Comprender estos conceptos es fundamental para garantizar que el proceso de comunicación de investigaciones a través de este formato sea eficiente y profesional.

Este glosario reúne las definiciones de los términos más relevantes en el ámbito del *podcasting* y la divulgación científica, proporcionando una referencia útil para investigadores, docentes y estudiantes interesados en la creación de contenido en audio.

## 7.1 Terminología General del Podcasting

**Podcast:** Formato de contenido en audio distribuido a través de plataformas digitales, permitiendo la reproducción a demanda por parte del oyente.

**Episodio:** Unidad individual de contenido dentro de un podcast. Puede ser parte de una serie con una temática definida o un programa independiente.

**Hosting de podcast:** Servicio en línea donde se alojan los archivos de audio y desde el cual se distribuyen a plataformas de streaming como Spotify, Apple Podcasts o Google Podcasts.

**Feed RSS:** Formato de archivo que permite la sindicación de contenido, facilitando la actualización automática de nuevos episodios en las plataformas de podcasting.

**Streaming:** Tecnología que permite la reproducción de audio sin necesidad de descargar el archivo en el dispositivo del usuario.

**Descarga:** Opción que permite al oyente guardar el archivo de audio en su dispositivo para reproducirlo sin conexión a internet.

## 7.2 Producción y Edición de Audio

**Guion de podcast:** Documento estructurado que contiene el contenido narrativo del episodio, incluyendo la introducción, el desarrollo y el cierre, así como indicaciones para la locución y edición.

**Locución:** Técnica de expresión oral utilizada en el podcast para transmitir el contenido de manera clara, atractiva y efectiva.

**Modulación de voz:** Control de la entonación, ritmo y volumen para mejorar la expresividad y la comprensión del mensaje por parte del oyente.

**Micrófono de condensador:** Tipo de micrófono recomendado para la grabación de podcasts debido a su sensibilidad y calidad de captura de audio.

**Interfaz de audio:** Dispositivo que convierte la señal analógica del micrófono en una señal digital para su grabación en una computadora.

**Reducción de ruido:** Técnica de edición que elimina o minimiza sonidos indeseados capturados durante la grabación.

**Normalización de audio:** Ajuste del nivel de volumen en una pista de audio para garantizar una reproducción uniforme sin picos excesivos ni partes inaudibles.

**Ecualización:** Proceso de edición que modifica las frecuencias del audio para mejorar la claridad y calidad del sonido.

**Fade in / Fade out:** Técnicas de edición que permiten una entrada y salida gradual del sonido, evitando cortes bruscos entre segmentos del episodio.

## 7.3 Publicación y Distribución

**Metadatos:** Información descriptiva sobre un episodio de podcast, como el título, la descripción, las palabras clave y la categoría, utilizada para mejorar su visibilidad en las plataformas de streaming.

**SEO para podcasts:** Estrategias de optimización de contenido para mejorar la posición del podcast en los motores de búsqueda y aumentar su alcance.

**Identidad sonora:** Conjunto de elementos auditivos, como la música de introducción, efectos de sonido y estilo de locución, que distinguen un podcast y refuerzan su marca.

**Transcripción:** Versión en texto de un episodio de podcast, utilizada para mejorar la accesibilidad, facilitar la búsqueda de contenido y optimizar la indexación en motores de búsqueda.

**Call to Action (CTA):** Llamado a la acción dirigida a la audiencia, invitándola a interactuar con el podcast, compartir el contenido o suscribirse a la serie.

### 7.4 Estrategias de Difusión y Evaluación del Impacto

**Engagement:** Nivel de interacción y compromiso de la audiencia con el contenido del podcast, medido a través de comentarios, compartidos y tiempo de escucha.

**Análisis de métricas:** Evaluación de datos sobre la audiencia, como el número de reproducciones, la retención del oyente y el crecimiento de suscriptores, utilizada para mejorar la estrategia de contenido.

**Feedback de la audiencia:** Opiniones, comentarios y valoraciones de los oyentes sobre el contenido del podcast, fundamentales para la mejora continua del programa.

**Networking en podcasting:** Estrategias de colaboración con otros creadores de contenido, instituciones o expertos para ampliar la audiencia y fortalecer la credibilidad del podcast.

**Sostenibilidad del podcast:** Conjunto de acciones para garantizar la continuidad y el crecimiento del proyecto, incluyendo financiamiento, patrocinios y alianzas estratégicas.

## Resumen del Capítulo

Este glosario proporciona una base terminológica esencial para quienes se inician en la producción de podcasts científicos. Dominar estos conceptos facilitará la comprensión de los procesos técnicos y estratégicos involucrados en la creación de contenido de divulgación académica en formato de audio.

# 8. Fuentes Bibliográficas

Abad, M., & Salazar, M. (2021). *Estrategias de divulgación científica en entornos digitales: un análisis de formatos emergentes*. Revista Latinoamericana de Comunicación, 18(2), 45-62.

American Association for the Advancement of Science. (2021). *Podcasting for Science Communication: Guidelines and Best Practices*. AAAS Press.

Bonilla, C., & Fernández, J. (2020). *La oralidad en la comunicación académica: El auge del podcast en la enseñanza superior*. Estudios en Educación y Tecnología, 25(1), 78-95.

Burgess, J., & Green, J. (2019). *YouTube and Science Communication: The Role of Digital Media in Popularizing Research*. Oxford University Press.

Ceballos, R. (2019). *Podcast y educación: La evolución del aprendizaje a través del audio digital*. Editorial Académica Española.

García, F., & López, D. (2022). *Producción de podcasts científicos: Metodologías y casos de éxito en universidades latinoamericanas*. Revista de Innovación y Comunicación Educativa, 30(3), 55-70.

International Science Council. (2020). *Engaging the Public with Science through Audio and Podcasts*. Science Communication Reports.

López, M., & Vargas, P. (2021). *Optimización del impacto de la divulgación científica: Estrategias para la medición de audiencias en plataformas digitales*. Ciencia y Sociedad, 15(2), 112-128.

Martínez, J. (2018). *Narrativas sonoras en la divulgación científica: Diseño y producción de podcasts para audiencias no especializadas*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Molina, A., & Pérez, C. (2020). *El papel del podcast en la comunicación científica: Una alternativa para la accesibilidad del conocimiento académico*. Revista Internacional de Divulgación Científica, 27(4), 99-115.

National Public Radio (NPR). (2021). *The NPR Guide to Podcasting: Storytelling, Production, and Distribution*. NPR Publishing.

Rodríguez, L., & Ramírez, E. (2022). *Redes sociales y podcasts: Sinergias en la difusión de la investigación científica en instituciones universitarias*. Comunicación Digital y Educación, 19(1), 33-49.

Simmons, L. (2020). *Scientific Storytelling in Podcasts: Bridging the Gap between Research and the Public*. Journal of Science Communication, 12(3), 87-105.