

Posibilidades didácticas del podcasting en la enseñanza de Humanidades: el proyecto UNIVpodcast

Didactic possibilities of podcasting in the teaching of Humanities: the UNIVpodcast project

Aprobado 31-03-2025

María Rosario Onieva Malleró

España

Universidad Complutense de Madrid

maroniev@ucn.es

<https://orcid.org/0000-0002-0485-0876>

Resumen

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) implica el paso del saber al saber hacer y un cambio de perspectiva en la educación sustentado en la enseñanza-aprendizaje que conlleva una modificación de métodos y sistemas de evaluación. Veinte años después del comienzo de los primeros pódcast, su crecimiento permite su implantación en todo tipo de entornos y sectores productivos, incluyendo los correspondientes a formación preuniversitaria y universitaria. Con el propósito de determinar cuáles son las posibilidades didácticas del empleo de la tecnología de podcasting en la enseñanza de Humanidades, se analiza el proyecto de innovación docente UNIVpodcast, una iniciativa auspiciada por la Universidad Complutense de Madrid que fue puesta en marcha durante el curso 2022-2023 y prorrogada a lo largo del 2023-2024 y 2024-2025 ante los satisfactorios resultados alcanzados. Para su mejor comprensión se han examinado las áreas temáticas fundamentales de este proyecto, el número y perfil de los estudiantes que han participado y los contenidos de los diversos episodios generados. Hasta la fecha, un total de 383 alumnos han creado toda clase de contenidos mediante la elaboración de 126 pódcast que han sido tutorizados por 13 profesores que imparten asignaturas en tercero y cuarto curso de grado de siete universidades públicas y privadas pertenecientes a cuatro diferentes comunidades autónomas de España.

Palabras clave: Formación, Humanidades, TIC, podcasting, universidad

Abstract

The European Higher Education Area (EHEA) has undergone a shift from knowledge to know-how, and a change of perspective in education based on teaching-learning, entailing a modification of evaluation methods and systems. Twenty years after the advent of podcasts, their proliferation has enabled their implementation in all types of environments and productive sectors, including those corresponding to pre-university and university training. To explore the potential of podcasting technology in the Humanities education, we examined the UNIVpodcast project, a teaching innovation initiative sponsored by the Universidad Complutense de Madrid. This project was initiated during the 2022-2023 academic year and was subsequently extended from 2023-2024 to 2024-2025 due to the positive outcomes it produced. To enhance comprehension, an examination of the fundamental thematic domains of the project, the number and profile of participating students, and the content of the generated episodes has been conducted. To date, a total of 383 students have produced a variety of content through the creation of 126 podcasts, which have been mentored by 13 professors teaching subjects in third and fourth year undergraduate courses at seven public and private universities across four distinct autonomous communities in Spain.

109

Keywords: Training, Humanities, ICT, podcasting, university

Introduction

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) se sustenta en un conjunto de Declaraciones formuladas por los responsables educativos de la Unión Europea, entre las que incluyen las de Bolonia 1999, Praga 2001, Berlín 2003 y Bergen 2005. El primer paso para llevar a la práctica dichas Declaraciones se sintetiza en el proyecto Tuning, una iniciativa financiada por la Comisión Europea en el marco del Programa Sócrates que dio origen al documento Tuning Educational Education Structures in Europe, liderado por las universidades de Deusto y Groningen y que contó con la participación de expertos procedentes de centros universitarios de la totalidad de la Unión Europea (González & Wagenaar, 2003). Formaron parte de la iniciativa un total de 101 departamentos universitarios de 16 países de la Unión Europea y la consulta, que se centró en competencias y destrezas genéricas y específicas de cada disciplina, fue respondida por 7.125 personas, excluyéndose los equipos de trabajo informal, reflexión y debate que surgieron a escala departamental, disciplinar y nacional.

El proyecto Tuning define la noción de competencia, entendida como el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y aptitudes necesarias para realizar actividades diversas con un cierto nivel de calidad y eficacia, y supone el paso del saber al saber hacer, implicando cambios que tienen una singular incidencia en el proceso formativo impartido en la universidad: una reflexión profunda sobre enseñanza y contenidos, con nuevos títulos y materias, un cambio de perspectiva en la educación basada en la enseñanza-aprendizaje, una modificación de métodos y sistemas de evaluación, la transparencia de sistemas y títulos y su homologación a escala comunitaria, la competitividad en formación e investigación, un incremento en la movilidad de los estudiantes y la acreditación de la calidad (Sánchez & Gairín, 2008).

De particular intensidad resultan las transformaciones derivadas del activo empleo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, que sientan las bases para una formación universalista, ampliable, abierta y útil (Boyle, 2002) e implican un novedoso aprendizaje organizacional tanto para docentes como para discentes, en el que la universidad debe asumir no solamente las funciones de hacer visible el conocimiento tecnológico e incrementar dicho conocimiento sino las de suministrar la necesaria infraestructura y crear una cultura específica (Hernando, 2005).

Desde tal punto de visto, se advierte un conjunto de innovaciones que se incardinan dentro del entorno web 2.0 entre las que se encuentran los canales audiovisuales, los portales de música y fotografía, las aplicaciones web de naturaleza híbrida, las plataformas de formación de muy variada índole, las comunidades virtuales wiki y, por supuesto, los pódcast (Briggs, 2007).

Marco referencial

El concepto de pódcast es referido por vez primera por Ben Hammersley (2004), periodista especializado en tecnología que desarrolla su actividad en The Guardian, a partir de la combinación de las palabras iPod, el reproductor de audio portátil desarrollado por Apple a principios del siglo XXI, y broadcasting, la emisión de programas de radio y/o televisión. Sin embargo, emisoras estadounidenses de música pop desarrollan experiencias de similar naturaleza en los años noventa mediante el empleo de servicios de sindicación de contenidos RSS para acceder a segmentos de población poco proclives a escuchar su programación a través de los procedimientos habituales. Adam Curry, periodista de la cadena musical

MTV, y Dave Winner, programador informático, colaboran en una propuesta basada en el software Radio UserLand (Terol et al., 2022), cuyas funcionalidades son complementadas a partir de las aportaciones de técnicos como Kevin Marks o de blogueros como Harold Gilchrist o David Slusher (Hoyt et al., 2021).

Apenas unos meses después de la formulación del concepto, los responsables del New Oxford American Dictionary declararon el término como la palabra del año 2005, derrotando a vocablos como reggaeton o sudoku, entre otros, y lo incorporaron a su edición online 2006 consolidándolo en la versión impresa lanzada al mercado cuatro años después (Stevenson y Lindberg, 2010).

El podcast se identifica en sus inicios con una mera herramienta comunicativa que permite la producción de contenidos de naturaleza radiofónica y su ulterior difusión mediante suscripción a través de internet. A partir de 2005 este novedoso planteamiento facilita la incorporación de archivos de audio que no solamente son distribuidos entre comunidades de internautas, sino que además posibilitan que los usuarios emitan opiniones sobre dichos contenidos y los compartan con otras personas. Entre sus rasgos comunes destacamos: su carácter prioritario de archivo sonoro (Berry, 2016), la creciente variedad de formatos y contenidos temáticos (Román & Moreno, 2022), basarse en una señal de naturaleza digital y disponer de herramientas de fácil manejo para su realización (Markman, 2012), la presentación en forma periódica (Hangcock & McMurtry, 2018) y la particular manera de distribución (Dubber, 2013).

El continuado crecimiento de los podcast y su extensión a la práctica totalidad de los sectores productivos ha motivado que la literatura científica aluda a la actual existencia de una fase de profesionalidad contrastada tras las eras del amateurismo y la profesionalización incipiente (Bonini, 2015), a una etapa de eclosión (Parra & Onieva, 2020) o a la era del big podcasting (Alonso Fernández et al., 2022). Su penetración a escala internacional se ha examinado en las últimas ediciones del Reuters Institute Digital News Report (tabla 1). Estos informes facilitan el conocimiento de la evolución en cuanto al porcentaje de internautas que han escuchado podcast en el último mes, lo que en el caso del correspondiente a 2024 supone casi 100.000 personas pertenecientes a 47 naciones (Newman et al., 2024, p. 5), un considerable incremento en relación con las cifras de 2023 de 93.000 personas y 46 países (Newman et al., 2023, p. 6).

País	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Turquía	75%		86%	59%			
Corea del Sur	58%	53%	53%	49%	52%	49%	51%
Hong Kong	55%	53%	55%	51%			
Taiwán	47%	38%	42%	44%			
Suecia	36%	35%	36%	37%	44%	44%	43%
Estados Unidos	33%	35%	36%	37%	37%	41%	44%
Australia	33%	27%	32%	31%	33%	38%	40%
Noruega	31%	31%	36%	37%	42%	39%	42%
Francia	28%	25%	26%	28%	29%	28%	28%
Japón	26%	23%		25%	27%	24%	26%
Reino Unido	18%	21%	22%	22%	25%	30%	31%
Brasil		51%	60%	48%	55%	57%	53%
España	40%	39%	41%	38%	41%	45%	44%

Tabla 1. Evolución de la penetración internacional del podcasting

Fuente: elaboración propia a partir de los datos extraídos de los informes Reuters Institute Digital News Report

En definitiva, se trata de un fenómeno de alcance global que se encuentra en proceso de continuado crecimiento y que asimismo es susceptible de ser aplicado en el ámbito de la formación en los niveles preuniversitarios y universitarios, conforme subraya una extensa bibliografía que es encabezada por autores como Campbell (2005), Harris & Park (2008), Fernández Alarcón et al. (2009) y McGarr (2009), quienes se refieren de modo genérico a ambos ámbitos.

Sus aportaciones globales son concretadas por Shantikumar (2009) centrado en la formación de los profesionales sanitarios, Chacón & Pérez (2011) y Hasan & Hoon (2013) acerca del aprendizaje lingüístico, Kang & Gretzel (2012) en relación con el sector turístico, Lotfian & Busso (2019) sobre todo lo que tiene que ver con la mejora en los niveles de eficacia referidos a los procesos de comunicación afectiva considerados de una manera integrada, Spinelli & Dann (2019) en torno al modo en que su proceso evolutivo incide sobre emisores y receptores, McHugh (2022) acerca de su faceta de nuevo formato con capacidad para establecer una relación de intimidad con unas audiencias inmersas en una era de desconfianza, Whipple et al. (2023) sobre las singularidades en la percepción que quienes los escuchan tienen de los que se encargan de su producción y Opat et al. (2024) acerca de sus posibilidades como herramienta estratégica para acceder al grupo poblacional encuadrado dentro de la generación Y o Millennial.

Además, en el plano práctico, experiencias como las lideradas ya a finales de la primera década del siglo XXI por instituciones universitarias como Berkeley, Duke, Michigan, Purdue o Stanford (Brown & Green, 2007) trazan una senda a tener en consideración.

Metodología

Esta investigación pretende examinar cuáles son las posibilidades didácticas del empleo de la tecnología de podcasting en la enseñanza de Humanidades, así como reflexionar acerca de la manera en que dicha cuestión se relaciona con la noción de la transformación digital, concebida no como un fenómeno de índole estrictamente tecnológica sino como un proceso de naturaleza estratégica que va más allá de la mera implantación de un conjunto de elementos técnicos hasta adentrarse en una nueva concepción de naturaleza multisectorial y disruptiva que afecta a todas las parcelas vitales de individuos y organizaciones y modifica de pleno los tradicionales procedimientos laborales, los hábitos de ocio, las interrelaciones personales o los modelos de negocio (Guo & Volz, 2019).

113

Para ello, se parte de un caso real como es el proyecto de innovación docente UNIVpodcast (<https://www.ucm.es/univpodcast/>), una iniciativa auspiciada por la Universidad Complutense de Madrid que fue puesta en marcha durante el curso 2022-2023 y prorrogada a lo largo del 2023-2024 y 2024-2025 ante los satisfactorios resultados alcanzados. Su planteamiento conceptual es el de una plataforma digital dedicada a la formación de estudiantes de las facultades de ciencias de la información y ciencias de la comunicación de cuatro diferentes comunidades autónomas de España: Madrid, a través de la Universidad Complutense, la Universidad CEU San Pablo y la Universidad Francisco de Vitoria; Murcia, con la participación de la Universidad de Murcia; Comunidad Valenciana, mediante la Universidad CEU Cardenal Herrera; y Andalucía a través de la Universidad de Málaga y la Universidad de Sevilla.

Los diferentes pódcast que se generan son tutorizados por los profesores que forman parte de la iniciativa y tiene una duración no inferior a los cinco minutos y no superior a los veinte. Todos ellos son colgados por los docentes en el formato estándar MP3, junto con una somera explicación textual y una fotografía ilustrativa, en el sitio web habilitado por la propia Universidad Complutense de Madrid.

Entre los propósitos de la plataforma se encuentran los de fomentar los procedimientos de enseñanza-aprendizaje dirigido, el fomento de la capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los nuevos soportes di-

giales mediante la hipertextualidad, así como sentar las bases para mejorar la colaboración docente en los procesos de formación de los alumnos a escalas interdepartamental, interfacultativa y transgeográfica.

Con el fin de alcanzar una mejor comprensión de esta iniciativa se han examinado tres ítems fundamentales: las áreas estratégicas prioritarias, el número y perfil de los estudiantes que han participado y los contenidos de los diversos episodios generados.

Para el análisis de los diferentes episodios que forman parte del proyecto UNIVpodcast se ha tenido en cuenta las propuestas metodológicas de Rodríguez Pallares (2017) sobre estudios de caso, Pedrero et al. (2019), focalizada en el examen de su influjo sobre determinados grupos poblacionales, Perks et al. (2019) en torno a la teoría de los usos y gratificaciones y Chan-Olmsted & Wang (2022) relacionada con su adecuación a las demandas de los consumidores de contenidos de audio digital de menor edad.

Los datos extraídos para la elaboración de la investigación que sustenta este texto discurren entre el 1 de septiembre de 2022 y el 14 de febrero de 2025.

Resultados

Áreas estratégicas prioritarias

La investigación ha permitido el establecimiento de siete principales áreas estratégicas. La primera de ellas correspondió a la determinación y puesta en marcha de unas pautas comunes de actuación aplicables a todos los profesores. Para ello se implementó un sistema de reuniones virtuales de carácter mensual debido a la separación geográfica de los centros involucrados.

En segundo término, se procedió a la preselección del alumnado que ha formado parte de la iniciativa, determinándose como criterio preferente que se encontraran en los dos últimos cursos académicos de sus programas de grado.

En tercer lugar, se efectuó el diseño y desarrollo de la plataforma de podcasting albergada en la infraestructura de comunicaciones de la Universidad Complutense de Madrid bajo el subdominio <https://www.ucm.es/univpodcast/>. Dicho proceso incluyó la organización de aspectos como el establecimiento de categorías temáticas, la determinación de los elementos de etiquetado y explicación de los contenidos y la incorporación de elementos gráficos y textuales.

La cuarta de las áreas se centró en la creación de una cuenta en la anteriormente conocida como la red social Twitter y actualmente denominada X: @UnivPodcast. Como quinto ámbito a resaltar los profesores comenzaron con el proceso de tutorización del alumnado conforme a una serie de normas estilísticas previamente comunicadas en el aula. Cada docente mantuvo reuniones de trabajo con los alumnos correspondientes para ver cómo evolucionaba la tarea desarrollada.

En sexto término se efectuó el proceso de colgado de contenidos en la plataforma. Dicho proceso debía cumplir una serie de criterios, incluyendo: superación de los umbrales de calidad establecidos por el profesorado, publicación conforme orden de llegada tras la aprobación final por parte del docente responsable y no coincidencia de más de un pódcast en un mismo día. Asimismo, esta faceta también incorporó su difusión en ese mismo día a través de la citada red social X.

En un séptimo y último momento, una vez concluido el volcado de la totalidad de los contenidos generados en la plataforma de podcasting se procedió a la elaboración de una memoria justificativa en la que, además de recoger las diversas actuaciones desarrolladas a lo largo del plan así como los mecanismos de seguimiento de cada una de dichas acciones, se establecieron las líneas directrices que en el medio plazo permitirán una continuidad del proyecto UNIVpodcast mediante su ampliación a otras facultades de ciencias de la información y ciencias de la comunicación españolas y de países del entorno castellano parlante, así como su puesta a disposición para la formación de alumnos encuadrados dentro del campo de las Humanidades.

Con el fin de garantizar los máximos niveles de viabilidad en el desarrollo del proyecto de innovación, cada una de las facetas contó con un equipo de profesores responsables que, a su vez, era sometido a un mecanismo de seguimiento específico por parte de otro equipo adicional de docentes.

Número y perfil de los alumnos participantes

Desde su inicio en septiembre de 2022 hasta el momento del cierre de la presente investigación, un total de 383 estudiantes han generado toda clase de contenidos de podcasting. Los alumnos cursaban sus estudios en universidades públicas y privadas de cuatro comunidades autónomas españolas: Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo, Facultad de Ciencias de la

Comunicación de la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid, Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU Cardenal Herrera, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga y Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Los estudiantes elaboraron 126 pódcast. Los episodios generados alcanzaron en total de 9.415 visitas: de ellas, 8.740 corresponden a visitas directas en la plataforma UNIVpodcast y 675 se han llevado a cabo a través de la plataforma de podcasting iVoox, con una media de impacto por pódcast de 74,7 visitas.

La duración media de las piezas generadas se ha situado en 11 minutos y 17 segundos. El 91,2% de ellas oscila entre 5 y 20 minutos.

Los pódcast han sido tutorizados por 13 profesores que imparten asignaturas en tercero y cuarto curso de grado de sus correspondientes facultades.

Contenidos prioritarios

Los contenidos prioritarios que se detectan en los diversos episodios de podcasting generados se subdividen en siete grupos principales referidos a arte y cultura, deportes, medios de comunicación, migraciones y derechos humanos, ocio y entretenimiento, salud y tecnología.

En el ámbito del arte y la cultura se han creado pódcast sobre el mundo de la interpretación en el teatro, el impacto de las mujeres en la industria de las artes plásticas, la incidencia de las plataformas de streaming en el cine, el arte urbano, los tatuajes y su incidencia en las relaciones sociales y laborales, la tipografía como herramienta significativa de comunicación y el renacimiento de los discos de vinilo.

La faceta del deporte ha tenido en cuenta contenidos como el atletismo y su empleo de las redes sociales, el fútbol, el rugby en la universidad, el boxeo en la actual sociedad o la privatización de las transmisiones deportivas en España, entre otros.

Los contenidos relativos a medios de comunicación han analizado materias como el futuro de los pódcast en la industria de la información, el estado del periodismo deportivo, el cambio en los hábitos de consumo televisivo por parte de

los jóvenes, el caso Wikileaks y sus implicaciones tanto para la libertad de información como para el fomento del periodismo colaborativo o todo lo relacionado con el movimiento #MeToo.

La temática sobre migraciones y derechos humanos ha considerado cuestiones como la violencia vicaria, el fenómeno de la ocupación de viviendas, la nueva normativa española referida a la protección de los animales, los comedores sociales, el impacto ambiental de la industria textil y la despoblación rural.

La parcela del ocio y entretenimiento ha generado pódcast sobre el Festival de Eurovisión y el Festival de Benidorm, la comedia ante la cultura de la cancelación o las implicaciones del fenómeno de Operación Triunfo, entre otros.

El área de la salud se ha ocupado de cuestiones como las operaciones de cirugía entre los más jóvenes, la celiaquía, los trastornos de conducta alimentaria, el acoso escolar, la drogadicción, el cáncer, la salud mental en el más extenso sentido del término, las enfermedades de transmisión sexual y los efectos del cánnabis.

Por último, la dimensión dedicada a la tecnología ha centrado su atención en el impacto que las nuevas tecnologías tienen en las aulas universitarias, la inteligencia artificial y sus repercusiones de índole multisectorial, el nomadismo digital, la incidencia de la red TikTok sobre los internautas más jóvenes, el futuro de los smartphones o el papel desempeñado por los influencers en el actual ecosistema de la comunicación.

117

Conclusión

La tecnología de podcasting conoce un considerable crecimiento durante estos últimos años facilitado por el surgimiento de un nuevo estándar multimedia en los procesos de adquisición y transmisión del conocimiento, la consolidación de la web semántica manual y el surgimiento de la figura del prosumidor de contenidos, entre otros aspectos de particular relevancia.

El empleo del pódcast como instrumento didáctico para la enseñanza en los niveles preuniversitario y universitario se sustenta en atributos estratégicos como la sencillez y facilidad en la generación de esta clase de contenidos al alcance de no expertos en materia de tecnología; el bajo coste económico que implica la creación de este formato, en especial si se compara con lo que ocurre con los contenidos de vídeo, mucho más caros de generar y difíciles de amortizar; la flexibilidad formal que se advierte en la multiplicidad de estructura, rangos de

duración, periodicidad y empleo de recursos técnicos y sonoros; la libertad de contenido, que se percibe en las facetas de elección temática y propuestas narrativas; y la posibilidad de multiplicar su impacto mediante procedimientos de distribución adicional representados, de modo prioritario, por las plataformas de podcasting y las redes sociales.

La implantación de un proyecto como UNIVpodcast se enmarca en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), un entorno que conlleva el paso conceptual del saber al saber hacer, con una incidencia indudable en el diseño e implantación de cualquier iniciativa de innovación docente, y que implica un cambio de perspectiva en la educación sustentado en la enseñanza-aprendizaje y una modificación de los métodos y los sistemas de evaluación.

En suma, dado que todos los indicadores internacionales coinciden en señalar las prometedoras perspectivas de desarrollo del podcasting en el corto y medio plazo, el proyecto de innovación docente UNIVpodcast muestra el camino a seguir para su utilización en los procesos de enseñanza de las Humanidades, en línea con lo ya llevado a cabo en determinadas universidades europeas y estadounidenses que han coincidido en demostrar sus verdaderas posibilidades didácticas en tal sentido.

Referencias

- Alonso Fernández, J. A., Rodríguez Luque, C. & Legorburu, J. M. (2022). Radio does not die on the air: Podcasting and on-demand broadcast strategies among speech-based radio stations. *Profesional de la Información*, 31(5), 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.08>
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media*, 14(1), 7-22. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1
- Bonini, T. (2015). La "segunda era" del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital. *Quaderns del CAC*, 41(18), 23-33. <http://tinyurl.com/2sym7ba3>
- Boyle, T. (2002). Towards a theoretical base for educational multimedia design. *Journal of Interactive Media in Education*, 2002 (2), 1-16. <http://doi.org/10.5334/2002-2>
- Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0*. Knight Foundation

- Brown, A. & Green, T.D. (2007). Video Podcasting in Perspective: The History, Technology, Aesthetics, and Instructional Uses of a New Medium. *Journal of Educational Technology Systems*, 36(1), 3-17. <https://doi.org/10.2190/ET.36.1.b>
- Campbell, Gardner. (2005). There's Something in the Air: Podcasting in Education. *EDUCAUSE Review*, 40(6), 32-47. <https://tinyurl.com/ywkse3uv>
- Chacón, C.T. & Pérez, C.J. (2011). El podcast como innovación en la enseñanza del inglés como lengua extranjera. *Pixel-Bit Revista de Medios y Educación*, 39, 41-54. <https://tinyurl.com/4stetd8h>
- Chan-Olmsted, S. y Wang, R. (2022). Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. *New Media and Society*, 24(3), 684-704. <https://doi.org/10.1177/1461444820963776>
- Dubber, A. (2013). *Radio in the Digital Age (Digital Media and Society)*. Polity Press
- Fernández Alarcón, V., Simó, P. & Sallán, J.M. (2009). Podcasting: A new technological tool to facilitate good practice in higher education. *Computers & Education*, 53(2), 385-392. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.02.014>
- García Marín, D. (2019). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 181-196. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63723>
- González, J. & Wagenaar, R. (eds.). (2003). *Tuning Educational Structures in Europe*. Universidad de Deusto / Universidad de Groningen. <https://tinyurl.com/54pz58xr>
- Guo, L. & Volz, Y. (2019). (Re)defining Journalistic Expertise in the Digital Transformation: A Content Analysis of Job Announcements. *Journalism Practice*, 13(10), 1294-1315. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1588147>
- Hammersley, B. (2004). Audible revolution. *The Guardian*, 12 de febrero. <http://tinyurl.com/5zfduhzv>
- Hangcock, D. y McMurtry, L. (2018). 'I Know What a Podcast Is': post-serial fiction and podcast media identity: new aural cultures and digital media. En D. Llinares, N. Fox y R. Berry (eds.), *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*, Palgrave Mcmillan, pp. 81-105. https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8_5
- Harris, H.J. & Park, S. (2008). Educational usages of podcasting. *British Journal of Educational Technology*, 39(3), 548-551. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00788.x>

- Hasan, M. & Hoon, T.B. (2013). Podcast Applications in Language Learning: A Review of Recent Studies. *English Language Teaching*, 6(2), 128-135. <http://dx.doi.org/10.5539/elt.v6n2p128>
- Hernando, F. (2005). El uso de las nuevas tecnologías en el aula universitaria en el marco del EEES. En M.C. Chamorro & P. Sánchez (eds.), *Iniciación a la docencia universitaria*, Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Complutense de Madrid, pp. 209-257
- Hoyt, E., Bersch, J.J., Noh, S., Hansen, S., Mertens, J. & Morris, J. W. (2021). PodcastRE Analytics: Using RSS to Study the Cultures and Norms of Podcasting. *Digital Humanities Quarterly*, 15(1), 1-15. <https://tinyurl.com/3s7t2auu>
- Kang, M. & Gretzel, U. (2012). Effects of podcast tours on tourist experiences in a national park. *Tourism Management*, 33(2), 440-455. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.05.005>
- Lotfian, R. & Busso, C. (2019). Building Naturalistic Emotionally Balanced Speech Corpus by Retrieving Emotional Speech from Existing Podcast Recordings. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 10(4), 471-483. <https://doi.org/10.1109/TAFFC.2017.2736999>
- Markman, K. (2012). Doing radio, making friends, and having fun: exploring the motivations of independent audio podcasters. *New Media & Society*, 14(4), 547-565. <https://doi.org/10.1177/1461444811420848>
- McGarr, O. (2009). A review of podcasting in higher education: Its influence on the traditional lecture. *Australasian Journal of Educational Technology*, 25(3), 309-321. <https://doi.org/10.14742/ajet.1136>
- McHugh, S. (2022). *The power of podcasting. Telling stories with sound*. University of New South Wales Press
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C.T, Arguedas, A.R. & Nielsen, R.K. (2024). Reuters Institute Digital News Report 2024. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C.T. & Nielsen, R.K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf.
- Opat, K., Iribeck, E., Cummins, R.G., Li, N. & Boren-Alpizar A.E. (2024). *Get the Straight Story: Comparing Narrative and Logical-Scientific Communication*

to Capture Gen Z's Interest in Science Podcasts. *Journal of Radio & Audio Media*, 31(1), 188-206. <https://doi.org/10.1080/19376529.2022.2145481>

Pedrero, L.M., Barrios, A. & Medina, V. (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. *Comunicar*, 60(27), 103-112. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>

Perks, L.G., Turner, J.S. & Tollison, A.C. (2019). Podcast Uses and Gratifications Scale. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 63, 617-634. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1688817>

Rodríguez Pallares, M. (2017). Reutilización de la ficción sonora en la Cadena Ser. El caso de Podium Podcast. *Área Abierta*, 17(1), 83-97. <http://dx.doi.org/10.5209/ARAB.53445>

Román, A. & Moreno, P. (2022). Redacción periodística en la radio. De la radio convencional al podcasting. Gedisa

Sánchez, P., & Gairín, J. (2008). Planificar la formación en el Espacio Europeo de Educación Superior. Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Complutense de Madrid

121

Shantikumar, S. (2009). From lecture theatre to portable media: students' perceptions of an enhanced podcast for revision. *Medical Teacher*, 31(6), 535-538. <https://doi.org/10.1080/01421590802365584>

Spinelli, M. & Dann, L. (2019). *Podcasting. The Audio Media Revolution*. Bloomsbury Academic

Stevenson, A. & Lindberg, C. (eds.). (2010). *New Oxford American Dictionary* (3rd edition). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acref/9780195392883.001.0001>

Terol, R., Fernández Planells, A. y Alonso López, N. (2022). ¡Larga vida al pódcast! *Telos*, 119, 22-25. <https://tinyurl.com/564s7tdy>

Whipple, K., Ashe, I. & Cueva, L.M. (2023). Examining Podcast Listeners' Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts. *Electronic News*, 17(1), 40-66. <https://doi.org/10.1177/19312431221137650>