

Ana Ogueta Martín



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Grado en Comunicación Internacional

Proyecto

Trabajo Fin de Grado

Estrategias para un Podcast Exitoso sobre Nutrición y Salud Mental

Estudiante: Ana Ogueta Martín

Director: Daniel Lewis Wuebben

02/05/2025

Ana Ogueta Martín

Declaración de Uso de Herramientas de IA Generativa en el Trabajo Final de Grado

Yo, Ana Ogueta Martín, estudiante del grado de Relaciones Internacionales y Comunicación Global en la Universidad Pontificia Comillas, por la presente declaro, al presentar mi Trabajo Final de Grado titulado *Estrategias para un Podcast Exitoso sobre Nutrición y Salud Mental*, que he utilizado la herramienta de IA generativa ChatGPT o herramientas similares únicamente en el contexto de las siguientes actividades:

Resumen e interpretación de libros complejos: Para resumir y comprender literatura compleja.

Traducción: Para traducir textos de un idioma a otro.

Afirmo que toda la información y el contenido presentado en este trabajo son el resultado de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se indique lo contrario y se haya dado el crédito correspondiente (he incluido las referencias apropiadas en el proyecto y he indicado explícitamente donde se ha utilizado ChatGPT o herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación de esta declaración.

Fecha: 02/05/2025

Firma:

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

DESCRIPCIÓN:

Este Trabajo de Fin de Grado se centra en el diseño, producción y evaluación de *SanaMente*, un podcast educativo orientado a promover el bienestar integral entre jóvenes adultos, con especial atención a la relación entre la nutrición, la salud mental y el manejo del estrés. A lo largo de seis episodios, el proyecto aborda temas como los hábitos alimentarios, la calidad del sueño o las técnicas de relajación, a través de entrevistas con profesionales del ámbito de la psicología, la nutrición y el desarrollo personal.

La finalidad de este proyecto es ofrecer contenido basado en evidencia científica que resulte accesible, motivador y útil para una audiencia general. Para ello, se ha desarrollado una estrategia de comunicación que combina planificación de contenido, lenguaje cercano, identidad visual, y una campaña de promoción en plataformas digitales. El trabajo también incluye una reflexión sobre las mejores prácticas en producción de podcasts y analiza cómo este formato puede utilizarse como herramienta de sensibilización en temas de salud y bienestar. El enfoque metodológico combina la producción práctica del podcast con un análisis teórico y un estudio preliminar del impacto en la audiencia.

PALABRAS CLAVE:

Podcast, nutrición, salud mental, bienestar, meditación y felicidad.

ÍNDICE:

INTRODUCCIÓN.....	4
Justificación y relevancia del tema.....	5
Estado de la cuestión.....	7
Objetivos del TFG.....	9
Generalidades metodológicas.....	9
Enfoque metodológico.....	10
Metodología de análisis.....	10
Descripción de la estructura.....	11
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	11
1.1 Podcast evolution.....	12
1.2 Definiciones.....	13
1.2.1 Concepto de bienestar integral.....	13

1.2.2 Salud mental.....	13
1.2.2 Nutrición y salud mental.....	14
1.2.3 Estrés.....	14
1.2.4 Estrategias de relajación y su influencia en la salud mental.....	14
1.3 Tipologías de podcasts.....	15
1.4 El podcast como formato educativo y de sensibilización.....	17
1.5 Características y beneficios de los podcasts en temas de salud y bienestar.....	18
CAPÍTULO 2: ESTRATEGIAS DE PREPRODUCCIÓN.....	19
2.1 Diseño de contenido atractivo y educativo.....	19
2.2 Técnicas de comunicación efectiva: lenguaje claro y cercano.....	21
2.3 Creación de una identidad para el podcast (nombre, logo, tono, estilo).....	21
Figura 3: Primeras propuestas de logo.....	23
Figura 4: Logo final.....	23
2.4 Identificación del Público Objetivo y Selección de Plataformas Adecuadas.....	24
CAPÍTULO 3: PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PODCAST.....	25
3.1 Planificación de episodios.....	27
Tabla 1: Resumen de los primeros episodios del podcast.....	28
3.2 Grabación y edición.....	29
3.4 Distribución: plataformas de podcasting.....	31
3.4 Estrategias de promoción y marketing digital.....	33
3.4.2. Creación de Contenido Atractivo y Adaptado a Cada Plataforma.....	33
3.4.3. Fragmentos Compartibles y Uso de Audiogramas.....	33
3.4.4. Interacción Activa con la Comunidad.....	34
3.4.5. Uso Estratégico de Hashtags y Palabras Clave.....	35
3.4.6. Colaboraciones y Promoción Cruzada.....	35
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE AUDIENCIA.....	36
4.1 Análisis de podcasts similares.....	36
4.2.1 Magobio.....	36
4.2.1. Tengo un Plan.....	37
4.1.3. The Wild Project.....	38
4.1.4. Soycomocomo.....	39
4.1.5. Worldcast.....	39
4.2 Métodos para medir la efectividad del podcast.....	40
4.2.1 Métricas Cuantitativas:.....	41
4.2.2 Métricas Cualitativas:.....	41
4.2 Encuestas y feedback de la audiencia.....	42
4.3 Ajustes en el contenido según las respuestas del público.....	42
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	44
ANEXOS.....	45
Anexo A: Pitch Page para la colaboración en el podcast SanaMente.....	45

Anexo B: Guiones de los episodios del podcast.....	46
Guion episodio 2: conexión entre nutrición y salud mental.....	47
Guion episodio 4: psicología y bienestar.....	48
Introducción.....	48
Hábitos y crecimiento personal.....	48
Conexión social.....	49
Anexo C: Episodios grabados.....	49
BIBLIOGRAFÍA.....	50

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los podcasts se han convertido en una herramienta educativa de gran alcance, ganando popularidad por su capacidad para transmitir información de forma accesible y atractiva. El formato de los podcasts ofrece una combinación única de flexibilidad y accesibilidad, lo que facilita el aprendizaje continuo y la sensibilización sobre una variedad de temas, desde la educación formal hasta la conciencia social y la salud. Una de las principales ventajas de este formato es su capacidad para adaptarse a los horarios y rutinas diarias de los oyentes, permitiendo que las personas accedan al contenido en cualquier momento y desde cualquier lugar. Esto es particularmente importante para las audiencias ocupadas que buscan información valiosa de manera eficiente (Edison Research, 2021).

Este Trabajo de Fin de Grado, titulado *Estrategias para un Podcast Exitoso sobre Nutrición y Salud Mental*, se centra en la creación de un podcast que busca informar, educar e inspirar a la audiencia sobre cómo mantener un estilo de vida saludable, haciendo énfasis en la relación entre la nutrición, la salud mental y el manejo del estrés. La idea principal es ofrecer contenido que pueda llegar a diferentes tipos de oyentes, desde aquellos que buscan mejorar su bienestar físico hasta quienes necesitan apoyo para gestionar la ansiedad o el estrés en su día a día.

El podcast se desarrolla en un entorno profesional y presencial, utilizando el estudio de grabación de la Universidad Pontificia Comillas, lo que garantiza la calidad del sonido. Inicialmente, se ha estructurado en una serie de cinco episodios, que incluye entrevistas con expertos en nutrición, psicología, hábitos del sueño y bienestar, quienes han compartido su conocimiento y ofrecido consejos prácticos. Estas entrevistas informan, desmienten mitos y también permiten a la audiencia entender cómo aplicar estos conceptos en su vida diaria. La fase

Ana Ogueta Martín

inicial incluye la planificación de los episodios, la selección y comunicación con los ponentes, así como la elaboración de guiones colaborativos. La preproducción ha sido en enero y febrero, la grabación se realizó en marzo y la edición en abril, con un lanzamiento progresivo de los primeros cinco episodios a partir de mayo. Cada episodio será una oportunidad para aprender de forma entretenida y cercana, manteniendo un lenguaje comprensible y accesible para todos.

Además, este proyecto no solo se enfoca en el contenido, sino también en la calidad de la producción. Un podcast bien hecho requiere ciertos recursos, como micrófonos de buena calidad para lograr un sonido claro y agradable, software de edición para mejorar la experiencia de escucha y plataformas de distribución que aseguren que el podcast llegue al mayor número de personas posible. Para maximizar el alcance y el impacto del podcast, se han considerado diversas estrategias de marketing digital. La investigación sobre el uso de redes sociales y campañas promocionales revela que las plataformas como Instagram y TikTok son esenciales para fomentar la interacción y atraer una audiencia más amplia (Castro, 2024). Además, se ha demostrado que las campañas promocionales bien diseñadas, como los sorteos, preguntas a la audiencia y colaboraciones con influencers, son herramientas eficaces para aumentar la visibilidad y la participación de la audiencia. Estas estrategias son fundamentales para lograr un impacto significativo y crear una comunidad activa en torno al podcast (Cruz & Fernández, 2023).

Justificación y relevancia del tema

En la actualidad, el mundo enfrenta un aumento significativo en los problemas de salud relacionados con el estilo de vida, incluyendo enfermedades gástricas, intolerancias alimentarias, sobrecrecimiento bacteriano del intestino delgado (SIBO), y otros trastornos que afectan tanto la salud física como mental. Como investigaron Morales-Fernández y Paola Ortiz (2020), con un estudio de salud en jóvenes de entre 18 y 30 años, las enfermedades gastrointestinales más comunes entre los participantes de la muestra fueron la **gastritis aguda** (15,2%), la **intolerancia alimentaria** (6,1%) y el **síndrome de colon irritable** (5,1%). Además explican que este fenómeno se observa especialmente entre los jóvenes, quienes enfrentan altos niveles de estrés, alto consumo de alimentos procesados y desinformación sobre hábitos saludables. Diversos estudios señalan que los patrones alimentarios están cambiando, especialmente entre los jóvenes,

Ana Ogueta Martín

con un aumento en el consumo de productos ultraprocesados y una disminución en la ingesta de alimentos frescos y nutritivos (Monteiro et al., 2019). Esta transformación en los hábitos alimenticios, influida por factores culturales, económicos y sociales, contribuye significativamente al deterioro de la salud digestiva y mental, lo que refuerza la importancia de iniciativas comunicativas que aborden estas problemáticas de forma rigurosa y accesible. En este contexto, surge la necesidad de plataformas confiables que promuevan información basada en evidencia para mejorar la calidad de vida.

Por otro lado, la conexión entre nutrición, salud mental y bienestar general ha sido ampliamente documentada. Por ejemplo, una investigación reciente de Felice N. Jacka (2017) muestra que patrones dietéticos saludables están vinculados a menores tasas de depresión y ansiedad. Asimismo, el auge de los podcasts como herramienta de comunicación masiva brinda una oportunidad única para abordar estas temáticas de manera accesible y atractiva para las nuevas generaciones. Este proyecto busca aprovechar este medio para ofrecer estrategias prácticas que promuevan el bienestar físico y mental.

Este proyecto está alineado con los ODS de las Naciones Unidas, particularmente:

ODS 3: Salud y Bienestar, que busca garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades (United Nations, 2015). La difusión de información sobre nutrición y salud mental contribuye directamente a este objetivo al empoderar a los oyentes con herramientas para mejorar su calidad de vida.

ODS 4: Educación de Calidad, al proporcionar contenido educativo que fomente la toma de decisiones informadas en torno a la salud (United Nations, 2015).

El proyecto también refleja un interés en colaborar con instituciones que promueven el bienestar y la educación, como la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Asociación Americana de Nutrición (Academy of Nutrition and Dietetics), y otras entidades que desarrollan iniciativas para combatir las enfermedades no transmisibles relacionadas con el estilo de vida.

El impacto de los hábitos alimenticios y la salud mental está ampliamente respaldado por investigaciones académicas. Por ejemplo, estudios demuestran que una dieta equilibrada rica en frutas, verduras y ácidos grasos esenciales tiene un efecto positivo en el estado de ánimo y el

Ana Ogueta Martín

funcionamiento cognitivo (Opie et al., 2015). Esta evidencia científica resalta la necesidad de difundir información rigurosa y accesible sobre estos temas, especialmente entre los jóvenes, quienes atraviesan etapas clave de desarrollo emocional y físico.

En este contexto, los podcasts emergen como una herramienta de comunicación especialmente eficaz. Como explica el comunicado de prensa de NIQ (2023), este formato permite llegar a una audiencia amplia, con una notable penetración entre los jóvenes. En España, aproximadamente el 60% de la población accede a contenidos de podcasts y música en streaming cada mes, lo que refleja el crecimiento constante de este medio. Particularmente, casi el 70% de los jóvenes de la Generación Z, entre 16 y 24 años, escuchan podcasts mensualmente, un porcentaje significativamente mayor que la media de la población general. Esto sugiere que los podcasts tienen un alcance considerable en este grupo etario, lo que refuerza su potencial para educar y sensibilizar a audiencias más jóvenes.

Por último, la elección de este tema también responde a un interés personal por explorar cómo la información basada en evidencia puede ser transformada en contenido atractivo y accesible para una audiencia amplia, especialmente en formatos que sean comprensibles y útiles para personas sin un trasfondo especializado.

Estado de la cuestión

El presente trabajo se enmarca en la convergencia de tres grandes ejes temáticos: la comunicación digital, la divulgación sobre bienestar integral (salud mental y nutrición) y la producción de contenido en formato podcast. A través de la revisión de literatura científica y el análisis de experiencias similares, se ha podido observar cómo estas áreas se conectan en un momento en el que los hábitos de vida, el acceso a la información y los medios de comunicación están en constante transformación.

En los últimos años, el formato podcast ha adquirido una gran relevancia dentro del ecosistema digital. Estudios como los de Berry (2006) y Bonini (2015) señalan que su popularidad se debe tanto a su flexibilidad de consumo como a su capacidad para adaptarse a intereses específicos del público. A esto se suma la facilidad técnica para producirlos, lo que ha democratizado su creación. Según datos recientes, en España más del 60% de la población accede mensualmente a

Ana Ogueta Martín

contenidos en formato podcast, una cifra que asciende al 70% en el caso de jóvenes de entre 16 y 24 años (NIQ, 2023). Este dato resulta especialmente relevante para este proyecto, ya que el público objetivo coincide con ese segmento de edad.

En paralelo, también se ha intensificado el interés por la salud mental y la nutrición, especialmente entre la población joven. Investigaciones como las de Morales-Fernández y Ortiz (2020) han documentado el incremento de trastornos gastrointestinales en jóvenes de entre 18 y 30 años, y han señalado factores como el estrés y los malos hábitos alimentarios como elementos clave. Por otro lado, diversos estudios confirman la relación directa entre una alimentación equilibrada y el bienestar emocional. En este sentido, los trabajos de Jacka (2017) y Rosa et al. (2022) destacan el impacto positivo que pueden tener ciertos nutrientes en la regulación del estado de ánimo y la prevención de trastornos como la ansiedad y la depresión.

Además, prácticas como la meditación, el mindfulness o el yoga, abordadas por Escobar-Domingo et al. (2021), se han consolidado como herramientas complementarias para la gestión del estrés, con beneficios tanto a nivel fisiológico como psicológico. Estos enfoques, cada vez más integrados en los discursos sobre salud integral, refuerzan la necesidad de ofrecer contenidos informativos y accesibles que ayuden a las personas a incorporar estas prácticas en su vida diaria.

Dentro de este marco, el podcast se presenta como una herramienta muy útil para la sensibilización y educación en temas de salud. A diferencia de otros formatos, permite una comunicación más cercana, flexible y personalizada. Tal y como explican Pérez y Gallego (2010), su tono conversacional favorece la empatía y el vínculo con la audiencia, algo especialmente valioso cuando se abordan temas sensibles como los trastornos mentales o los problemas de alimentación. Además, como señalan González-Osorio (2022) y Núñez Enríquez (2022), el carácter divulgativo de muchos podcasts ha sido clave en su integración en contextos educativos, donde han demostrado ser eficaces tanto para complementar contenidos académicos como para fomentar aprendizajes más autónomos.

En este sentido, otras iniciativas como *Magobio*, *Soycomocomo* o *Tengo un Plan*, las cuales analizaremos más adelante, muestran cómo los podcasts pueden servir no solo como espacios de

Ana Ogueta Martín

transmisión de conocimiento, sino también como plataformas para la creación de comunidades activas que buscan mejorar su calidad de vida. La combinación entre contenido riguroso, tono cercano y estrategias de difusión adecuadas ha sido fundamental para el éxito de estos proyectos.

El estado de la cuestión aquí desarrollado ha permitido identificar las principales líneas teóricas y prácticas que guían este proyecto, así como los vacíos de comunicación que se busca atender con el podcast *SanaMente*.

Objetivos del TFG

El principal objetivo de este trabajo es crear un podcast que no solo informe, sino que también inspire a las personas a adoptar un estilo de vida más saludable. Este proyecto explorará la conexión entre nutrición y salud mental, así como el impacto positivo de prácticas como la psicología, buenos hábitos de sueño y la meditación en el bienestar general. Asimismo, se busca estructurar los episodios de manera que sean atractivos y fáciles de seguir, utilizando un lenguaje claro y realizando entrevistas con expertos que aporten valor a la audiencia.

Otro objetivo clave es garantizar que el podcast tenga una calidad profesional. Para ello, se investigarán las mejores prácticas de producción, como la selección de equipos de grabación adecuados, el aprendizaje de técnicas de edición, y la creación de un producto final que cumpla con los estándares necesarios para su distribución en plataformas digitales. Además, se evaluará cómo el contenido puede motivar cambios en los hábitos de los oyentes hacia un estilo de vida más saludable.

A partir de los objetivos, este trabajo parte de la hipótesis de que un podcast bien estructurado, con base científica y adaptado al lenguaje y los intereses del público joven, es una herramienta eficaz para promover el bienestar emocional y físico.

Generalidades metodológicas

Este trabajo adopta un enfoque cualitativo, exploratorio y aplicado, de esta forma, se estudiará el diseño, desarrollo y contenido del podcast *SanaMente* en relación con los temas de nutrición, salud mental y bienestar. Este enfoque permite comprender cómo el podcast se configura como

Ana Ogueta Martín

una herramienta educativa, reflexiva y de sensibilización, además de analizar las primeras fases de su desarrollo antes de su distribución pública.

Enfoque metodológico

La investigación se basa en una metodología de estudios de caso, centrada en el análisis cualitativo del podcast *SanaMente* y de varios otros podcasts que abordan la salud mental y la nutrición. Este enfoque permite identificar patrones comunes y estrategias diferenciadas en la producción de contenidos sobre bienestar.

Desde el punto de vista teórico, la investigación se fundamenta en los conceptos de bienestar integral y salud mental, que proporcionan el marco para explorar cómo el podcast puede influir en la audiencia y fomentar hábitos saludables. Además, se utilizan principios de la psicología positiva y la comunicación eficaz para entender el impacto potencial del podcast en la audiencia.

Metodología de análisis

1. **Revisión teórica:** Se lleva a cabo una exhaustiva revisión de la literatura en torno a los temas de nutrición, salud mental, bienestar, y el papel de los medios en la promoción de estos conceptos. Esta revisión sirve como base para el análisis de cómo los podcasts pueden influir en los hábitos de salud y bienestar.
2. **Análisis comparativo de podcasts similares:** Se realiza un análisis cualitativo y comparativo de cinco podcasts del ámbito de la salud y el bienestar (*Magobio, Tengo un Plan, The Wild Project, Soycomocomo y Worldcast*), con el fin de identificar sus enfoques temáticos, estilos comunicativos y dinámicas narrativas. Este análisis permite contextualizar el podcast *SanaMente* dentro del ecosistema actual y extraer aprendizajes clave para su desarrollo.
3. **Feedback y pruebas piloto:** Debido a que el podcast aún no está disponible en plataformas de distribución, se realizará un análisis preliminar a través de pruebas piloto con un pequeño grupo de oyentes representativos del público objetivo. Estas pruebas permitirán obtener retroalimentación sobre la calidad del contenido, la claridad del mensaje, la estructura de los episodios y la respuesta emocional de la audiencia. El feedback se recogerá a través de entrevistas y encuestas cualitativas.

Descripción de la estructura

Este proyecto se centra en cuatro capítulos principales:

1. **Marco teórico:** Se proporcionará una base conceptual sobre los temas de nutrición, salud mental y bienestar, explorando cómo los medios pueden influir en la salud mental de la audiencia y cómo los podcasts se utilizan como herramienta educativa en estos ámbitos.
2. **Diseño estratégico del contenido**, fundamentado en el análisis de buenas prácticas en comunicación digital y en el desarrollo de una identidad propia para el podcast *SanaMente*;
3. **Producción técnica y narrativa del podcast**, que abarca la preproducción, escritura de guiones, entrevistas con expertos, grabación y edición de episodios piloto;
4. **Análisis cualitativo del ecosistema de podcasts y primeras reacciones de la audiencia**, que incluye una revisión de otros podcasts relevantes del sector para identificar patrones de éxito, así como la recopilación de feedback de un grupo reducido de oyentes mediante pruebas piloto. Este apartado no busca evaluar el impacto final del podcast, sino detectar fortalezas, áreas de mejora y percepciones iniciales sobre la claridad, tono y utilidad del contenido.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

En este primer capítulo se sientan las bases teóricas y metodológicas que sustentan el presente trabajo. Se examina cómo los avances en las tecnologías de grabación y edición han transformado el panorama comunicativo, permitiendo que incluso creadores individuales produzcan contenido de alta calidad y derriben las barreras tradicionales de producción. Paralelamente, se analiza el creciente interés del público en el bienestar y la salud, lo que refleja una tendencia hacia la búsqueda de información que sea a la vez confiable y accesible. Este escenario ha propiciado el surgimiento y desarrollo de nuevos formatos comunicativos alternativos, entre los que destacan los podcasts, que se han convertido en espacios relevantes para la difusión de conocimientos y experiencias en estas áreas.

1.1 Podcast evolution

El podcasting se ha convertido en una herramienta clave dentro del panorama de los medios digitales. Se define como una forma de distribución de contenido de audio o video a través de internet, generalmente mediante suscripciones en plataformas especializadas, lo que permite a los usuarios acceder al contenido de manera flexible y bajo demanda (Berry, 2006). A diferencia de los medios tradicionales, los podcasts ofrecen un formato más personalizado, que puede adaptarse a intereses específicos, haciendo de ellos un medio ideal para la comunicación en áreas tan sensibles y especializadas como la salud.

La evolución del podcasting comenzó en la década de 2000, cuando la combinación de avances tecnológicos, como los reproductores de MP3 y las plataformas de distribución, permitió su surgimiento como un medio accesible y asequible. Según Bonini, (2015), los primeros podcasts eran principalmente de carácter amateur, pero rápidamente comenzaron a ganar tracción en campos profesionales, incluyendo la educación y la comunicación científica. Actualmente, los podcasts están disponibles en una amplia variedad de plataformas, como Spotify, Apple Podcasts o Google Podcasts, consolidándose como un medio confiable y popular para el consumo de contenido educativo y de entretenimiento.

En el ámbito de la salud, el podcasting ha demostrado ser una herramienta poderosa para la divulgación de información. Su formato accesible y portátil permite a los oyentes integrar el aprendizaje en su vida diaria, mientras que su tono conversacional y cercano facilita la comprensión de temas complejos (McClung & Johnson, 2010). Esto resulta particularmente importante en temas relacionados con la nutrición y la salud mental, donde la información correcta y bien estructurada puede marcar una diferencia significativa en la calidad de vida de las personas.

Por otra parte, los avances en la tecnología de grabación y edición han permitido que incluso creadores individuales produzcan contenido de alta calidad, democratizando aún más el acceso a esta herramienta. Además, el crecimiento del público interesado en el bienestar y la salud ha impulsado un aumento en los podcasts dedicados a estos temas, lo que refleja una tendencia hacia la búsqueda de información confiable y accesible en este formato (Dreer, 2021).

Ana Ogueta Martín

En conclusión, el podcasting no solo ha evolucionado como una herramienta de comunicación digital, sino que también ha demostrado ser un medio eficaz para conectar con audiencias interesadas en la salud y el bienestar, gracias a su flexibilidad, accesibilidad y capacidad para humanizar temas complejos. Asimismo, el soporte teórico fundamental para desarrollar este trabajo se basa en el concepto de bienestar integral, que abarca la conexión entre la nutrición, la salud mental y el bienestar físico. Para profundizar en este enfoque, se abordarán algunos temas clave.

1.2 Definiciones

En esta sección, se definirán los conceptos clave que sirven de base para comprender cómo diversos factores interactúan en el bienestar integral, explorando la relación entre nutrición, salud mental y prácticas de relajación.

1.2.1 Concepto de bienestar integral

El bienestar integral se refiere a un estado de equilibrio y armonía entre el cuerpo, la mente y las emociones, donde cada uno de estos aspectos se complementa y apoya mutuamente. La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2024) define el bienestar como un estado completo de salud física, mental y social, en el que una persona no solo está libre de enfermedades, sino que se siente capacitada para alcanzar su máximo potencial en todas las áreas de su vida. Este concepto de bienestar va más allá de la simple ausencia de enfermedades, involucrando un enfoque holístico que considera todos los aspectos de la vida humana, incluidos los hábitos de alimentación, la calidad del sueño, el ejercicio físico y la gestión del estrés.

1.2.2 Salud mental

La salud mental se refiere al bienestar emocional, psicológico y social de una persona, y afecta cómo pensamos, sentimos y actuamos. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2024), la salud mental no solo implica la ausencia de trastornos mentales, sino también el funcionamiento adecuado en el ámbito personal, laboral y social. Una persona con buena salud mental puede manejar las tensiones normales de la vida, trabajar productivamente y contribuir a su comunidad. En este sentido, la nutrición, las estrategias de relajación y la gestión del estrés

Ana Ogueta Martín

son fundamentales para mantener la salud mental, ya que influyen directamente en nuestra capacidad de afrontar los desafíos diarios.

1.2.2 Nutrición y salud mental

La nutrición es un factor crucial en la salud mental, ya que los nutrientes esenciales que obtenemos de los alimentos afectan directamente a la química cerebral y el equilibrio emocional. Investigaciones en psico-nutrición han demostrado que una dieta rica en ácidos grasos omega-3, antioxidantes, vitaminas del complejo B y minerales esenciales como el zinc y el magnesio, puede mejorar la función cerebral y regular los neurotransmisores responsables del estado de ánimo, como la serotonina y la dopamina. Esta relación entre dieta y salud mental subraya la importancia de mantener una alimentación equilibrada para prevenir trastornos emocionales como la ansiedad y la depresión (Rosa et al., 2022).

1.2.3 Estrés

El estrés es una respuesta fisiológica y psicológica a situaciones que percibimos como desafiantes o amenazantes. Según Hans Selye, uno de los pioneros en la investigación sobre el estrés (Universitat de Barcelona, 2024), el estrés crónico puede tener efectos devastadores en la salud física y emocional. En niveles elevados, el estrés puede contribuir a problemas de salud como enfermedades cardiovasculares, trastornos metabólicos, y problemas psicológicos como la depresión y la ansiedad. La gestión efectiva del estrés, a través de prácticas como la relajación y el ejercicio, es esencial para preservar el bienestar integral y evitar los efectos negativos a largo plazo en la salud.

1.2.4 Estrategias de relajación y su influencia en la salud mental

Las estrategias de relajación, como la meditación, la respiración consciente y el yoga, tienen un impacto positivo comprobado en la salud mental. La investigación en psicología y neurociencia de Escobar-Domingo *et al.* (2021) ha demostrado que estas prácticas pueden reducir los niveles de cortisol (la hormona del estrés), mejorar la concentración y aumentar la sensación general de bienestar. En el ámbito de la psicología, enfoques como la terapia cognitivo-conductual y la meditación mindfulness se utilizan para ayudar a las personas a gestionar el estrés, aumentar su resiliencia y promover una mentalidad más positiva. La meditación, por ejemplo, favorece el

Ana Ogueta Martín

autoconocimiento y la regulación emocional, lo que contribuye a la reducción de la ansiedad y mejora la salud mental general.

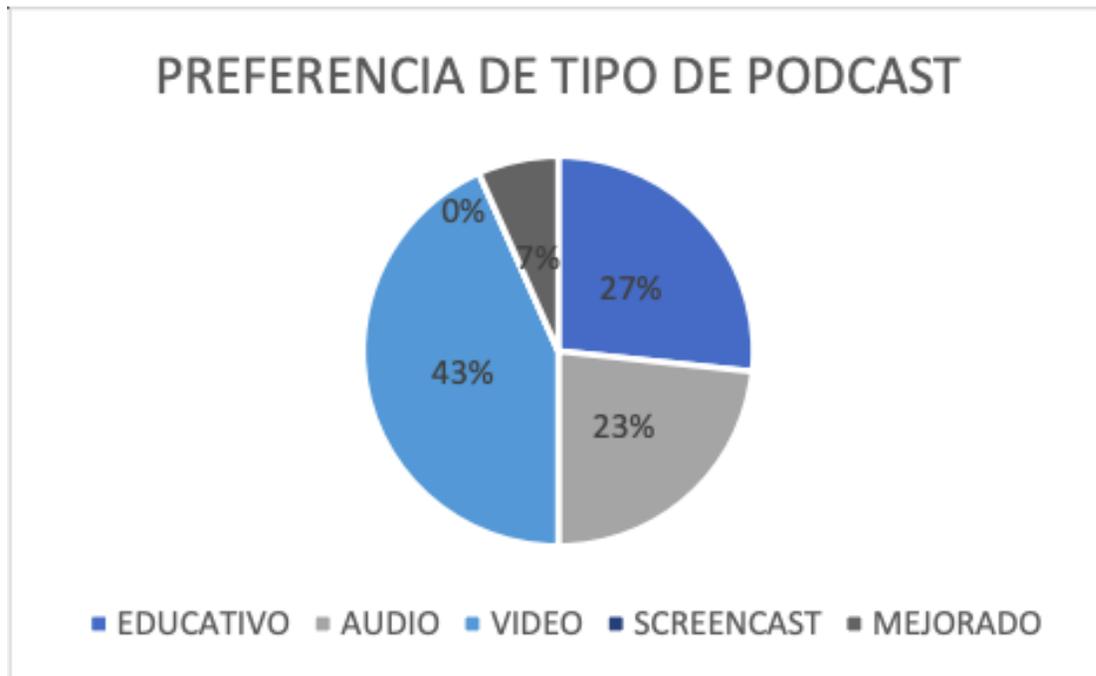
El yoga, por su parte, no solo promueve el bienestar físico a través de posturas, sino que también integra la respiración controlada y la meditación, lo que mejora tanto la salud física como emocional. Además de estas prácticas, otro factor crucial en el bienestar mental es la calidad del sueño. Según numerosos estudios en psicología y neurociencia, como el de Acosta (2019), un buen sueño es esencial para la regeneración cerebral, la consolidación de la memoria y el manejo del estrés. Como Acosta explica en su artículo, los hábitos de sueño saludables, como establecer horarios regulares para dormir, evitar el uso de pantallas antes de acostarse y crear un ambiente propicio para el descanso, son fundamentales para mantener un equilibrio emocional adecuado. De acuerdo a Ortiz Mieres & Armoa Medina (2020), la falta de sueño está estrechamente relacionada con trastornos como la ansiedad y la depresión, por lo que incorporar buenos hábitos de sueño en una rutina diaria puede ser una estrategia complementaria para mejorar la salud mental.

1.3 Tipologías de podcasts

El fenómeno del podcasting ha evolucionado hacia un ecosistema de contenidos muy diverso, tanto en términos de formato como de estructura narrativa y propósito comunicativo. Para analizar sus distintas variantes, es útil diferenciar tres ejes principales de clasificación: el formato de difusión, la estructura narrativa y el propósito del contenido.

En primer lugar, desde el punto de vista técnico o de formato, los podcasts pueden ser exclusivamente en audio, que es el modelo tradicional, o incluir componente visual en forma de videocasting, también conocidos como video podcasts. Este último formato incorpora la grabación audiovisual del episodio, permitiendo su difusión en plataformas como YouTube, lo cual amplía el alcance y favorece una conexión más directa con la audiencia. También han surgido formatos híbridos, como los live podcasts, que se graban y emiten en directo, muchas veces con interacción en tiempo real (Bonini, 2021).

Figura 1: Preferencias de tipo de podcast entre estudiantes encuestados.



Fuente: Devenisch Manotas, A. E., & Ramírez Ibarra, K. J. (2020).

El formato de video ha sido seleccionado como el tipo de podcast para SanaMente debido a su popularidad entre los oyentes, especialmente en contextos educativos. Según un estudio realizado por Devenisch Manotas y Ramírez Ibarra (2020), el podcast en formato audiovisual fue el preferido por los estudiantes encuestados, quienes destacaron que este formato facilitaba la comprensión del contenido y aumentaba su interés por los temas tratados. De hecho, el 43 % de los participantes eligieron el podcast de video como su opción favorita, evidenciando una clara preferencia por la combinación de estímulos visuales y auditivos.

En segundo lugar, la estructura narrativa del podcast define cómo se presenta el contenido. Entre las formas más comunes se encuentran los podcasts de entrevistas, centrados en la conversación con invitados; los conversacionales, donde dos o más personas dialogan libremente sobre temas diversos; los documentales o narrativos, que siguen una narrativa estructurada y suelen incluir guion, música o efectos; y los monólogos, conducidos por una sola persona que expone ideas, reflexiones o explicaciones en solitario (Llinares et al., 2018).

Ana Ogueta Martín

Por último, según su propósito comunicativo, los podcasts pueden ser educativos, si buscan enseñar o formar; divulgativos, cuando tratan de acercar el conocimiento al público general; informativos, si cubren temas de actualidad; motivacionales o de desarrollo personal, si se centran en el bienestar emocional y el crecimiento individual; y de entretenimiento, como los de humor, ficción sonora o música.

El presente proyecto se sitúa en la intersección de estas tres categorías: adopta una estructura de entrevistas, con especialistas en nutrición y salud mental; se enmarca dentro del formato de videocasting, combinando audio e imagen; y tiene un claro propósito educativo y divulgativo, orientado a jóvenes que buscan mejorar su bienestar desde una perspectiva integral.

1.4 El podcast como formato educativo y de sensibilización

El podcasting ha demostrado ser especialmente efectivo en la sensibilización sobre cuestiones sociales y de salud, ya que permite la divulgación de información detallada de manera accesible. En lugar de la estructura rígida de otros medios, como explican Pérez y Gallego (2010), los podcasts permiten un enfoque más conversacional y relajado, lo que fomenta una conexión más personal entre el creador de contenido y la audiencia. Esta cercanía es un factor clave para la educación y la sensibilización, ya que ayuda a crear un sentido de comunidad y pertenencia, lo que mejora la receptividad de los oyentes hacia los mensajes que se desean transmitir (p. 156).

En el contexto educativo, los podcasts ofrecen una plataforma para explorar temas en profundidad. La capacidad de los podcasts para abarcar una amplia gama de temas permite a los creadores abordar cuestiones complejas de manera más accesible. Además, el formato también permite a los oyentes escuchar entrevistas con expertos o testimonios de personas directamente involucradas en temas específicos, lo que enriquece la experiencia educativa. De acuerdo a González-Osorio (2022), este enfoque también ha sido fundamental en la creación de contenido para sensibilizar a la sociedad sobre problemas sociales, como el cambio climático, la igualdad de género, y la salud mental.

El crecimiento del podcasting en el ámbito educativo también se refleja en su utilización dentro de las instituciones académicas, donde muchos profesores y expertos en diversas disciplinas recurren a este medio para complementar sus enseñanzas (González-Osorio, 2022). Este auge está estrechamente vinculado al carácter divulgativo del formato, que ha demostrado ser eficaz

Ana Ogueta Martín

para la transmisión de conocimientos. Así lo evidencian los datos del Observatorio iVoox, donde temáticas como la historia (14,16 %) ocupan el segundo lugar entre las más escuchadas. Además, en cuanto a la demanda de contenidos, los oyentes muestran un interés creciente por los podcasts de divulgación, siendo la historia (36,58 %) y la ciencia (19,19 %) algunas de las categorías más solicitadas (Interempresas, 2024). Este tipo de contenidos no sólo complementa los procesos educativos formales, sino que también favorece el aprendizaje autodirigido y el acceso a información especializada de forma accesible y atractiva.

1.5 Características y beneficios de los podcasts en temas de salud y bienestar

Los podcasts se han consolidado como una herramienta poderosa para la divulgación de temas relacionados con la salud y el bienestar. Este formato destaca por su accesibilidad y flexibilidad, permitiendo a los oyentes consumir contenido relevante en cualquier momento y lugar. Como explica la Universidad de Nuevo México (2025), esta característica es especialmente valiosa para aquellos que buscan integrar hábitos saludables en su vida diaria mientras realizan otras actividades, como caminar o conducir, lo que facilita la adopción de un estilo de vida más saludable sin que sea necesario dedicar tiempo extra a ello.

Además, los podcasts tienen un formato conversacional que favorece la conexión emocional entre los oyentes y los presentadores. Según Ana López de la Asociación Aragonesa Pro Salud Mental (ASAPME) (2024), este tono cercano y accesible hace que los oyentes se sientan parte de una conversación, lo cual es fundamental cuando se tratan temas delicados como la salud mental. Por ejemplo, programas como *Magobio*, un podcast creado por estudiantes universitarios para hablar sobre salud mental, permiten a los jóvenes compartir sus experiencias y preocupaciones en un espacio libre de juicio, contribuyendo a la desestigmatización de las enfermedades emocionales.

Otro aspecto importante es la capacidad de los podcasts para ofrecer contenido especializado y basado en evidencia científica. Tal como lo menciona Núñez Enríquez, (2022), programas como *Cultura Física, Salud y Bienestar Humano: Educación e Investigación* proporcionan a los oyentes información respaldada por estudios científicos, lo que aumenta la credibilidad y la calidad del contenido relacionado con el bienestar. Este tipo de recursos educativos es

Ana Ogueta Martín

especialmente valioso para quienes buscan mejorar su calidad de vida mediante estrategias basadas en la evidencia.

Sin embargo, también es necesario considerar las limitaciones de los podcasts como fuente de información. Aunque muchos programas están conducidos por expertos en el tema, otros pueden carecer de rigor científico, lo que puede llevar a la propagación de información errónea. En este sentido, la Universidad de Nuevo México (2025), enfatiza la importancia de que los oyentes desarrollen un pensamiento crítico para discernir la calidad y la fiabilidad de la información que consumen, ya que no todos los podcasts ofrecen contenido respaldado por la investigación o la experiencia profesional.

Por último, los podcasts permiten crear una comunidad de apoyo y motivación, lo que es clave en temas de bienestar. La facilidad con la que las personas pueden acceder a estos programas fomenta la participación de audiencias diversas, permitiendo que se compartan experiencias y estrategias para mejorar el bienestar físico y mental. Como destaca Ana López (2024), este sentido de comunidad es crucial para generar un entorno donde los oyentes se sientan apoyados y comprendidos, lo que puede motivarlos a adoptar hábitos saludables en su vida cotidiana.

CAPÍTULO 2: ESTRATEGIAS DE PREPRODUCCIÓN

El éxito de un podcast no depende únicamente de la calidad técnica o la frecuencia de publicación, sino de la capacidad para conectar con la audiencia a través de contenidos relevantes, bien estructurados y emocionalmente significativos. En el caso de un podcast centrado en la salud mental y la nutrición, como *SanaMente*, estas estrategias deben diseñarse cuidadosamente para educar, inspirar y acompañar al oyente en su camino hacia el bienestar.

Este capítulo explora los elementos clave para diseñar un podcast que sea tanto informativo como atractivo. A través de una revisión teórica y la observación de buenas prácticas en otros formatos similares, se identifican aspectos fundamentales como el diseño de contenido, el papel de los expertos invitados, el uso de recursos complementarios y la planificación narrativa. Estos factores permiten construir una experiencia auditiva coherente, amena y transformadora.

Ana Ogueta Martín

2.1 Diseño de contenido atractivo y educativo

El diseño de contenido en un podcast sobre salud y bienestar es fundamental para captar la atención del público y lograr un impacto real en sus hábitos. Según Olivera Otoyá (2024), un contenido educativo efectivo debe ser claro, accesible y atractivo desde el inicio, equilibrando la rigurosidad temática con explicaciones sencillas que faciliten la comprensión.

Una de las ventajas del formato podcast es su flexibilidad: permite al oyente consumir contenido mientras realiza otras actividades, lo que convierte cada episodio en una oportunidad para integrar el aprendizaje en la vida cotidiana. Para aprovechar este potencial, el contenido debe estar estructurado de manera dinámica, con un ritmo fluido, una locución clara y recursos que mantengan el interés. La inclusión de entrevistas con expertos, testimonios personales o narrativas experienciales añade profundidad y autenticidad al mensaje.

Cárdenas (2023) destaca que los podcasts de salud son más efectivos cuando abordan sus temas desde múltiples perspectivas —como el ejercicio físico, el bienestar emocional o la gestión del estrés—, lo que permite ofrecer una visión holística. En este sentido, *SanaMente* integra la participación de profesionales como Ana Ruiz, especialista en nutrición; Nieves Sánchez-Fabrés, psicóloga sanitaria y coach del sueño; y Sandra Granados, experta en psicología positiva, entre otros.

Además, el contenido no debe limitarse a informar, sino que debe estar orientado a la acción. Gutierrez y Acha (2020) subrayan que ofrecer recursos prácticos —como guías, ejercicios o consejos aplicables— aumenta significativamente la probabilidad de que el oyente transforme el conocimiento en hábitos saludables. Por tanto, un podcast exitoso debe motivar e inspirar al cambio, al mismo tiempo que ofrece herramientas reales para lograrlo.

Finalmente, O’Keefe (2019) señala que el componente emocional es clave para generar compromiso. El uso de testimonios, historias de superación o ejemplos cercanos no solo humaniza el contenido, sino que permite al oyente verse reflejado, generando empatía y motivación.

Ana Ogueta Martín

En conjunto, un diseño de contenido exitoso debe ser educativo, práctico, entretenido y emocionalmente relevante. La combinación de estructura clara, voces expertas, recursos aplicables y narrativas personales permite crear un espacio donde el aprendizaje se transforma en acción y bienestar.

2.2 Técnicas de comunicación efectiva: lenguaje claro y cercano

Una de las claves para el éxito de un podcast sobre nutrición y salud mental radica en utilizar un **lenguaje claro y cercano**. La comunicación efectiva es fundamental para garantizar que el mensaje llegue a la audiencia de manera comprensible, especialmente en temas complejos como la salud. Según Thomas et al. (2015), la simplicidad en el lenguaje no solo facilita la comprensión, sino que también mejora la accesibilidad del contenido para audiencias diversas. Utilizar un lenguaje sencillo y directo evita la confusión que puede surgir de términos técnicos innecesarios, lo que permite que los oyentes, independientemente de su formación previa, puedan entender y aplicar la información proporcionada.

El **tono de voz** también juega un papel importante. Un tono amigable, empático y cercano fomenta una relación más directa y humana con los oyentes. Según un estudio realizado por Bakker et al. (2014), el tono de voz puede influir en la percepción de confianza y empatía, lo que es crucial cuando se tratan temas sensibles como los trastornos alimenticios o las afecciones de salud mental. Al emplear un tono cálido, los anfitriones de un podcast pueden generar una atmósfera segura que anime a la audiencia a seguir escuchando y a involucrarse activamente con el contenido.

Además, el uso de un **lenguaje inclusivo** es esencial para evitar la exclusión de ciertos grupos dentro de la audiencia. Gutiérrez Morales y Salcedo Mena (2024), argumentan que un lenguaje inclusivo no solo promueve la diversidad, sino que también fomenta la comprensión y empatía entre los oyentes. Este enfoque es particularmente importante en temas de salud, donde se deben tener en cuenta las diferentes experiencias personales y culturales de la audiencia.

2.3 Creación de una identidad para el podcast (nombre, logo, tono, estilo)

El podcast titulado **SanaMente** tiene como objetivo ofrecer contenido valioso sobre la conexión entre nutrición, salud mental y bienestar, dirigido a una audiencia adulta interesada en mejorar su

Ana Ogueta Martín

calidad de vida. A través de entrevistas con expertos y un enfoque accesible, el podcast pretende abordar temas complejos de forma comprensible y amena, creando un espacio donde los oyentes puedan encontrar soluciones prácticas y consejos útiles para su bienestar integral.

El nombre **SanaMente** refleja la idea central del podcast: la combinación de salud física y mental. Este nombre es fácil de recordar, atractivo y relacionado con el enfoque de bienestar que se busca transmitir a través de cada episodio. La elección de la palabra "Sana" implica un enfoque saludable, mientras que "Mente" resalta la importancia del aspecto mental de la salud. Juntos, evocan la idea de equilibrio y armonía entre cuerpo y mente.

El logo de SanaMente ha sido diseñado con el objetivo de transmitir visualmente los valores centrales del podcast: calma, claridad y salud. Durante el proceso creativo se valoraron distintas propuestas gráficas (ver Figura 3), explorando combinaciones de formas, tipografías y paletas de colores que pudieran representar con coherencia la identidad del proyecto. Finalmente, se eligió una versión (ver Figura 4) que logra comunicar de forma efectiva la esencia de SanaMente. Para ello, se ha seleccionado un color suave como es el azul cielo, que evoca tranquilidad y bienestar, alineándose con el enfoque accesible y empático del contenido. El diseño minimalista refuerza la idea de claridad y sencillez en la presentación de los temas, permitiendo que el logo funcione como una invitación a una experiencia positiva, cercana y relajada para el oyente.

Ana Ogueta Martín

Figura 3: Primeras propuestas de logo

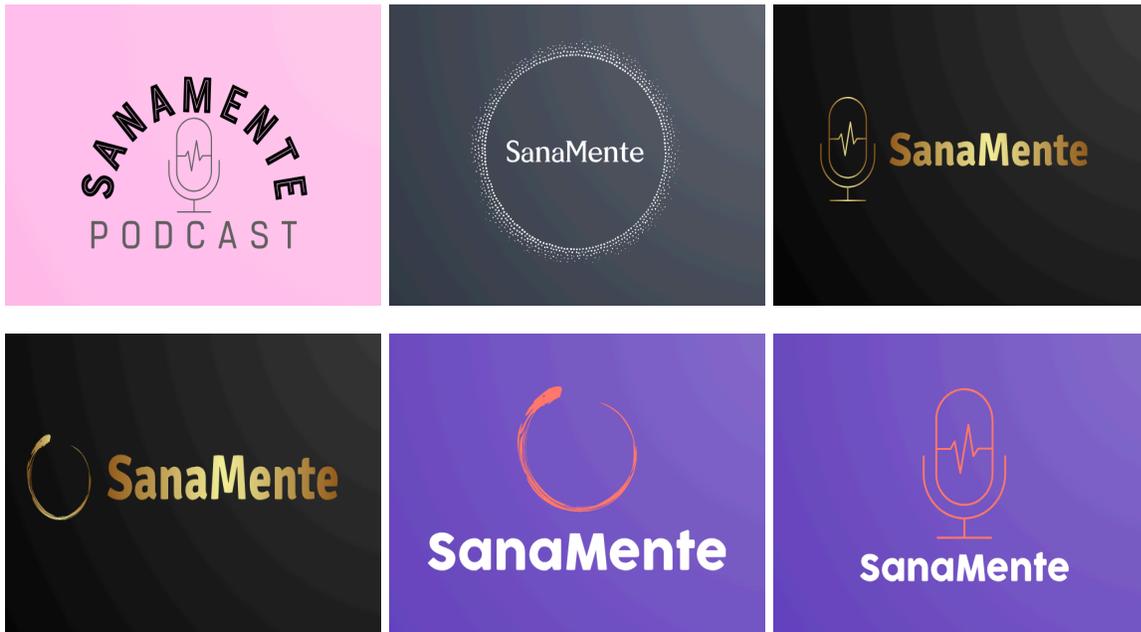


Figura 4: Logo final



Fuente: Elaboración propia

Ana Ogueta Martín

El **tono** del podcast es **profesional, accesible y empático**. A pesar de tratar temas serios y complejos relacionados con la nutrición y la salud mental, el estilo busca hacer que la audiencia se sienta cómoda y receptiva. El formato de entrevista con expertos proporciona un espacio en el que los oyentes pueden obtener información de calidad sin sentirse abrumados por tecnicismos. Se prioriza la claridad, sin perder la profundidad de los contenidos, lo que convierte al podcast en una fuente confiable para quienes buscan mejorar su bienestar físico y mental.

El **estilo** de *SanaMente* es relajado y cercano, lo que permite que los oyentes se sientan parte de una conversación genuina y enriquecedora. Aunque se mantiene un enfoque serio en cuanto al contenido, el ambiente creado en cada episodio es uno de apoyo y confianza, facilitando que el público se involucre con los temas tratados y se identifique con ellos. La combinación de tono profesional con un estilo accesible busca establecer una conexión profunda con la audiencia adulta, creando un espacio donde puedan encontrar respuestas prácticas para mejorar su calidad de vida.

2.4 Identificación del Público Objetivo y Selección de Plataformas Adecuadas

Antes de iniciar cualquier estrategia de producción, es fundamental analizar a la audiencia y determinar en qué plataformas se encuentra. Los hábitos de consumo de contenido varían según el grupo demográfico. Un estudio de Edison Research (2023) reveló que la mayoría de los oyentes de podcasts entre 18 y 35 años consumen contenido en plataformas como Instagram y TikTok, mientras que los oyentes mayores de 35 años prefieren Facebook y Twitter.

Para *SanaMente*, dirigido a jóvenes adultos interesados en salud y bienestar, las plataformas más adecuadas son:

- **Instagram:** Permite compartir imágenes y videos cortos con un fuerte componente visual, ideal para atraer y fidelizar audiencia.
- **TikTok:** Su formato de videos cortos facilita la viralización de clips destacados del podcast.
- **YouTube:** A pesar de ser una plataforma de video, YouTube se ha convertido en un espacio importante para la distribución de podcasts, especialmente entre la Generación Z.

CAPÍTULO 3: PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PODCAST

En este capítulo se detalla el proceso que ha permitido transformar una idea inicial en un producto final listo para su distribución. La producción de un podcast requiere una planificación meticulosa y un enfoque bien definido en todas sus fases: desde la preproducción, que incluye la investigación y el desarrollo de guiones, hasta la grabación, edición y, finalmente, la distribución del contenido a través de plataformas digitales. Cada una de estas etapas juega un papel esencial en la creación de un podcast que no solo sea profesional y atractivo, sino también funcional y relevante para la audiencia.

El proceso comienza con la **investigación**, que no solo incluye la revisión de literatura académica sobre los temas tratados, sino también el análisis de otros podcasts similares para identificar las mejores prácticas y posibles áreas de mejora. Esta investigación sirve como punto de partida para seleccionar los temas que más resuenen con la audiencia objetivo, teniendo en cuenta las tendencias actuales en bienestar, salud mental y nutrición. Además, se han tomado en cuenta las necesidades específicas del público joven-adulto, interesado en contenido accesible y práctico. También hay que buscar a expertos en cada una de las áreas de interés, y elegir cuál se adecúa mejor a lo que estamos buscando.

Para ello, se ha considerado importante no solo contar con un **podcast proposal**, que puede servir como una herramienta útil en el futuro si se desea vender o distribuir el podcast, sino también preparar una **pitch page**, la cual se enviará a los futuros entrevistados. La Pitch Page es una herramienta utilizada para presentar de forma clara y atractiva un proyecto, con el objetivo de captar la atención de expertos y profesionales, invitándolos a formar parte de la iniciativa. Esta propuesta de colaboración se incluye en el “Anexo A “para su consulta detallada. Esta página debe ser lo suficientemente atractiva como para convencer a expertos y profesionales de la importancia del proyecto y de su relevancia en el contexto actual.

Una vez seleccionados los temas que queremos trabajar en cada episodio, los ponentes que queremos entrevistar, y habiendo recibido confirmación de estos. El siguiente paso es la **elaboración de los guiones**, cada guion está diseñado para garantizar que el episodio tenga un flujo narrativo claro y atractivo, estructurándose en tres secciones principales: introducción, desarrollo y cierre (ver anexo B). En la introducción, se presenta brevemente el tema y se

Ana Ogueta Martín

contextualiza su relevancia, mientras que el desarrollo se dedica a profundizar en los aspectos clave del episodio, muchas veces enmarcados por la participación de expertos. El cierre se utiliza para resumir las ideas principales y ofrecer herramientas prácticas o reflexiones para los oyentes. Todo esto se hace por medio de preguntas específicas que permitan cubrir en profundidad los aspectos más relevantes del tema, dejando espacio para que el entrevistado comparta anécdotas y reflexiones que añadan valor al episodio. Por ejemplo, en el episodio sobre la conexión entre alimentación y salud mental, las preguntas a la nutricionista confirmada Ana Ruíz de Alegría se centran en temas como el estrés y su impacto en el sistema digestivo, así como los hábitos alimenticios que pueden influir en la salud emocional. Los guiones no son rígidos, sino que permiten cierta flexibilidad durante la grabación, lo que fomenta un tono más conversacional y natural.

La **preparación de las entrevistas** es otro pilar fundamental de esta etapa. Las entrevistas no solo enriquecen el contenido, sino que también aportan una perspectiva profesional y basada en evidencia. Para garantizar el éxito de cada entrevista, hay que cuadrar con el entrevistado con suficiente tiempo de antelación. En este caso, se contactó a los ponentes en enero, con el fin de grabar en marzo. Además, hay que prepararse el guion, para no tener que leerlo literalmente en la entrevista.

El proceso de grabación está igualmente estructurado. Como se mencionó en la introducción, las grabaciones se llevarán a cabo en el estudio de la Universidad Pontificia Comillas, que proporciona equipos de alta calidad para garantizar un audio profesional. Cada entrevista se programa con una duración inicial de 50 minutos, permitiendo tiempo suficiente para cubrir el tema en detalle mientras se mantiene un tono dinámico. Durante la fase de edición, el contenido se optimiza para que el episodio final tenga una duración aproximada de 30 minutos. Esto implica eliminar partes redundantes, silencios largos o secciones menos relevantes, asegurando un ritmo fluido y atractivo. Este enfoque también permite resaltar las aportaciones más valiosas de los entrevistados y mejorar la experiencia general del oyente.

Posteriormente, se planifica el **uso de recursos técnicos**. La edición se realiza con herramientas como CapCut e iMovie, que permiten no solo la limpieza del audio y recortar algunos clips, sino

Ana Ogueta Martín

también la integración de elementos como imágenes, música de fondo y efectos sonoros para hacer que los episodios sean más dinámicos y atractivos.

3.1 Planificación de episodios

La planificación y estructura de los episodios son aspectos fundamentales para el éxito de un podcast, especialmente cuando se abordan temas complejos como la nutrición, la salud mental y el bienestar. Una de las primeras preguntas que surge cuando se planea un podcast es: ¿Por qué la gente debería escuchar este contenido? Es crucial ofrecer consejos prácticos sobre nutrición y salud mental, así como profundizar en los aspectos más científicos y médicos que muchos desconocen. Esto permitirá atraer a la audiencia deseada y, al mismo tiempo, generar interés en los invitados para participar en el proyecto.

Episodio 1 – “Nutrición”

Este primer episodio se centra en reflexionar sobre los hábitos alimenticios más comunes y sus consecuencias ya sean positivas o negativas. Se abordan las pautas básicas para mejorar el bienestar a través de la alimentación, destacando la importancia de una elección adecuada de lácteos, carbohidratos, proteínas y vegetales. También se analiza cómo los horarios y hábitos alimenticios influyen directamente en la salud digestiva. Para profundizar en estos aspectos, participa Ana Ruiz de Alegría, Técnica Superior en Dietética, especializada en hábitos alimenticios saludables y bienestar digestivo.

Episodio 2 – “La conexión entre la comida y la salud mental”

En este episodio se explora la relación bidireccional entre la dieta y el bienestar emocional. Se plantea si el aumento de los trastornos mentales responde a una mayor visibilidad y diagnóstico o a un incremento real de su prevalencia. Se analiza cómo la salud mental puede influir en el sistema digestivo y viceversa, abordando factores como el estrés, la ansiedad y la depresión. La especialista invitada es nuevamente Ana Ruiz de Alegría, quien ofrece una perspectiva dietética sobre la interacción entre cuerpo y mente.

Episodio 3 – “Hábitos del sueño saludables”

Este episodio se dedica a la importancia del sueño en la salud física y emocional. Se responden preguntas clave como cuántas horas necesitamos dormir realmente, qué efectos tiene el insomnio

Ana Ogueta Martín

y cómo mejorar la calidad del descanso. Se discuten también temas como el uso de pastillas para dormir frente a alternativas naturales como la melatonina, y la polémica en torno a las siestas. Participa Nieves Sánchez Fabres, **psicóloga sanitaria y coach del sueño**, que comparte herramientas prácticas para alcanzar un descanso reparador.

Episodio 4 – “Psicología del bienestar”

Aquí se profundiza en el concepto de bienestar general. Aunque muchas personas siguen rutinas saludables, aún buscan maneras de aumentar su sensación de felicidad. Se plantean estrategias más allá de la alimentación y el ejercicio, explorando factores emocionales y sociales que inciden en el bienestar diario. La invitada es Sandra Granados, **especialista en psicología positiva**, quien aporta claves y ejercicios para fomentar una vida más plena y consciente.

Episodio 5 – “Técnicas de relajación: yoga, mindfulness y meditación”

Este episodio, aún en fase de producción, se centra en el auge de prácticas como el yoga, el mindfulness y la meditación. Se reflexiona sobre si esta popularidad responde a un aumento real del estrés o a una mayor visibilización del problema. Además, se discuten los beneficios concretos de estas prácticas y cómo incorporarlas en la rutina para reducir la sobrecarga mental. También se analiza el equilibrio entre productividad y descanso. En este episodio participará David Merlo Goyanes, experto en gestión emocional y técnicas de relajación.

Tabla 1: Resumen de los primeros episodios del podcast

Episodio	Título	Tema principal	Invitado/a	Estado del guion	Grabado
1	Nutrición	Impacto de la alimentación en el bienestar emocional	Ana Ruíz de Alegría	Desarrollado	Sí

2	Conexión entre nutrición y salud mental (Parte 2)	Continuación de la entrevista	Ana Ruíz de Alegría	Desarrollado (ver anexo B)	Sí
3	Hábitos del sueño	Sueño, descanso y salud mental	Nieves Sánchez-Fabrés	Desarrollado	Sí
4	Psicología para el día a día	Herramientas psicológicas cotidianas	Sandra Granados	Desarrollado (ver anexo B)	Sí
5	Relajación y control del estrés	Yoga, mindfulness y técnicas de manejo del estrés	David Merlo Goyanes	Desarrollado	No

Fuente: Elaboración propia

Los links de todos los episodios grabados se encuentran en el anexo C.

3.2 Grabación y edición

La fase de grabación y edición es una etapa clave en la producción de cualquier podcast, ya que determina la calidad final del contenido y cómo este será percibido por la audiencia. Un audio claro y bien editado no solo aumenta la profesionalidad del podcast, sino que también asegura que el mensaje sea fácil de entender y agradable de escuchar. En este apartado se detallarán las herramientas utilizadas y las técnicas aplicadas para garantizar un proceso eficiente y un resultado de alta calidad.

Herramientas de grabación La grabación de los episodios se realizará en el estudio de la Universidad Pontificia Comillas, situado en el campus de Cantoblanco. Este espacio está

Ana Ogueta Martín

equipado con micrófonos de alta calidad que permiten capturar un audio nítido y libre de ruido de fondo, lo cual es esencial para mantener la atención del oyente. Adicionalmente, se utilizarán auriculares profesionales para monitorizar la grabación en tiempo real, asegurando que la voz de los participantes esté equilibrada y clara. El uso de un software de grabación confiable también será fundamental para capturar todos los detalles durante las entrevistas y secciones narrativas. Programas como Audacity o Adobe Audition pueden ser utilizados para garantizar una grabación sin interrupciones.

Técnicas de grabación Durante la sesión de grabación, se seguirán prácticas recomendadas para optimizar la calidad del audio. Por ejemplo:

- Se ajustará la distancia adecuada entre el micrófono y el locutor para evitar ruidos como explosiones de aire en consonantes fuertes.
- Se grabará en un ambiente controlado y aislado del ruido externo, con materiales que absorban ecos o reverberaciones, lo que mejorará la calidad del sonido.
- Se hará una prueba de audio previa para asegurar que los niveles de volumen sean consistentes y que todas las voces se escuchen de manera uniforme.

Cada sesión de grabación tendrá una duración estimada de 40 a 50 minutos para garantizar que los temas sean tratados en profundidad. Sin embargo, esto permitirá flexibilidad en la fase de edición para seleccionar los mejores momentos y optimizar el contenido.

Herramientas de edición La edición del audio se llevará a cabo utilizando programas accesibles y eficientes como CapCut e iMovie. Ambos software ofrecen herramientas básicas para limpiar el audio, recortar segmentos innecesarios y añadir elementos complementarios como música de fondo o efectos sonoros. Estos programas son ideales para creadores principiantes y permiten realizar ediciones profesionales sin necesidad de experiencia avanzada.

Técnicas de edición

Una vez grabado el episodio, el audio será revisado minuciosamente para identificar las partes más relevantes y eliminar segmentos que no aporten valor, como pausas largas, repeticiones o comentarios fuera de contexto. El objetivo es reducir el contenido grabado (60 minutos) a una

Ana Ogueta Martín

versión final de 30 a 40 minutos, asegurando un ritmo dinámico que mantenga el interés del oyente.

Además, se seleccionará música de fondo que complemente el tono del episodio y refuerce el mensaje principal, cuidando siempre de utilizar contenido libre de derechos para cumplir con las normativas legales. La música y los efectos sonoros no deben distraer al oyente, sino integrarse de forma armoniosa en la narrativa.

La edición será una etapa iterativa, donde el contenido será revisado varias veces para garantizar su calidad. Antes de subir el episodio a plataformas digitales, se hará una prueba final para verificar que el audio sea claro y que la duración, ritmo y estructura cumplan con los estándares establecidos en la planificación.

3.4 Distribución: plataformas de podcasting

La distribución del podcast es una etapa crucial para garantizar que el contenido llegue a la audiencia deseada de manera efectiva. En este proyecto, como ya se ha explicado previamente se han seleccionado **Spotify** y **YouTube** como las principales plataformas de distribución debido a su popularidad, accesibilidad y capacidad para atraer a una amplia variedad de oyentes.

Por qué Spotify

Spotify se ha consolidado como una de las plataformas líderes en el ámbito del podcasting. Según estadísticas recientes, Spotify representa aproximadamente el 35.8% del mercado global de oyentes de podcasts, superando a otras plataformas como Apple Podcasts (Data Globe Hub, 2025). Además, Spotify ofrece herramientas analíticas avanzadas que permiten a los creadores de contenido comprender mejor a su audiencia, optimizar su estrategia y medir el impacto de sus episodios. Estas características hacen que Spotify sea una plataforma ideal para alcanzar a un público joven y diverso, que constituye una parte significativa de los oyentes de podcasts.

Por qué YouTube

YouTube, aunque tradicionalmente conocido como una plataforma de video, ha ganado terreno como un espacio relevante para el consumo de podcasts. Su formato visual permite a los creadores complementar el contenido auditivo con elementos gráficos, lo que enriquece la experiencia del usuario. Además, YouTube es la segunda plataforma más visitada del mundo,

Ana Ogueta Martín

con miles de millones de usuarios activos mensuales, lo que garantiza un alcance masivo. Según estudios recientes (Alarcón Jiménez, 2023), Youtube es la una plataforma fundamental para la producción de podcasts y de streaming, con un número de oyentes cada vez más creciente. De hecho, ha alcanzado más de 1.000 millones de usuarios activos mensuales que consumen contenido de podcasts, lo que subraya su importancia en este ámbito. Un número creciente de oyentes prefiere consumir podcasts en YouTube debido a su facilidad de acceso, la posibilidad de interactuar con el contenido a través de comentarios y la integración de elementos visuales, que refuerzan la conexión con la audiencia (Smith, 2025). Esto convierte a YouTube en una herramienta poderosa para construir una comunidad activa y comprometida en torno al podcast.

Estrategia de distribución

El podcast *SanaMente* se subirá a ambas plataformas de manera simultánea para maximizar su alcance. En Spotify, se aprovecharán las listas de reproducción y las recomendaciones personalizadas para llegar a nuevos oyentes. En YouTube, se optimizarán los títulos, descripciones y miniaturas de los episodios para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda y atraer a una audiencia más amplia. Además, se incluirán enlaces cruzados entre ambas plataformas y redes sociales para fomentar la interacción y el compromiso de los oyentes.

En conclusión, la elección de Spotify y YouTube como plataformas de distribución responde a su liderazgo en el mercado, su capacidad para atraer a audiencias diversas y sus herramientas avanzadas para creadores. Estas plataformas no solo garantizan un alcance significativo, sino que también ofrecen oportunidades para interactuar con la audiencia y construir una comunidad sólida en torno al podcast.

3.4 Estrategias de promoción y marketing digital

La promoción de un podcast en redes sociales y otras estrategias digitales es un factor determinante para su éxito. Un contenido bien producido puede perderse en el ruido digital si no se aplican técnicas adecuadas de visibilización y marketing. Según Richard Berry (2016), la promoción es tan importante como la calidad del contenido, ya que de ella depende que el podcast llegue a la audiencia correcta. En este apartado se presentan estrategias clave, basadas en estudios académicos y casos de éxito, para maximizar el alcance del podcast *SanaMente*.

Ana Ogueta Martín

3.4.2. Creación de Contenido Atractivo y Adaptado a Cada Plataforma

No todas las redes sociales funcionan de la misma manera. La efectividad de la promoción radica en adaptar el contenido a las especificidades de cada plataforma. Según [McHugh \(2022\)](#), los usuarios responden mejor a publicaciones diseñadas específicamente para cada medio digital, en lugar de contenidos genéricos replicados en todas partes.

Estrategias recomendadas:

- **Instagram:** Crear carruseles informativos sobre los temas del podcast y compartir "historias" interactivas con encuestas o preguntas abiertas.
- **TikTok:** Publicar clips breves y dinámicos con fragmentos llamativos de los episodios.
- **YouTube Shorts:** Convertir momentos clave del podcast en videos cortos para captar la atención de usuarios ocasionales.

Una buena práctica es incluir subtítulos en los videos, ya que el número de usuarios que ven videos en redes sociales sin sonido ha incrementado notablemente en los últimos años ([PuroMarketing, 2021](#)).

3.4.3. Fragmentos Compartibles y Uso de Audiogramas

La creación de fragmentos compartibles es una estrategia clave en la promoción digital de podcasts, ya que permite captar la atención de posibles oyentes en redes sociales y otros espacios digitales. Al extraer los momentos más llamativos o informativos de cada episodio y convertirlos en clips breves, se facilita la viralización del contenido y se potencia el alcance del podcast.

[Sanchis Rico et al. \(2021\)](#), subrayan la importancia de adaptar los contenidos a distintos formatos para maximizar su difusión en entornos digitales. Aunque su investigación se centra en el uso educativo del podcast, los principios que destacan son aplicables a la promoción en redes sociales: fragmentar el contenido facilita su consumo y amplía las oportunidades de interacción con la audiencia.

En este contexto, los audiogramas —clips de audio acompañados de elementos visuales, como ondas sonoras, subtítulos o imágenes— se presentan como una herramienta especialmente valiosa. Estos formatos no solo hacen el contenido más atractivo, sino que también aumentan las

Ana Ogueta Martín

probabilidades de captar la atención de los usuarios en entornos donde el consumo visual predomina, como Instagram o TikTok.

Además, la inclusión de subtítulos en los audiogramas resulta crucial, dado que un alto porcentaje de usuarios consume contenido sin activar el sonido (Szarkowska y Gerber-Morón, 2018). La combinación de audio y elementos visuales crea una experiencia más completa, facilitando la comprensión del mensaje incluso sin necesidad de escuchar el clip.

En el caso del podcast *SanaMente*, se planea la creación de fragmentos de entre 30 y 60 segundos que resuman ideas clave o momentos emocionantes de cada episodio, adaptándolos a los formatos de cada plataforma. Estos clips no solo funcionarán como piezas promocionales, sino que también contribuirán a reforzar el mensaje central del podcast, ampliando su impacto.

3.4.4. Interacción Activa con la Comunidad

Construir una comunidad alrededor del podcast es una estrategia fundamental para generar lealtad y aumentar el número de oyentes. Según Jenkins et al. (2015), la interacción con la audiencia a través de comentarios y respuestas en redes sociales aumenta la fidelización de los seguidores y mejora el alcance orgánico del contenido.

Acciones recomendadas:

- **Responder a comentarios y mensajes:** Involucrarse con la audiencia crea una relación más cercana.
- **Realizar encuestas y preguntas:** Preguntar a los seguidores qué temas les interesan para próximos episodios.
- **Crear espacios de interacción en vivo:** Sesiones de preguntas y respuestas en Instagram Live o TikTok pueden aumentar la cercanía con la audiencia.

3.4.5. Uso Estratégico de Hashtags y Palabras Clave

El uso de hashtags relevantes y palabras clave mejora la visibilidad del contenido en redes sociales y motores de búsqueda. Según un análisis del informe de tendencias de redes sociales de HubSpot y Brandwatch (2023), los posts con hashtags bien seleccionados tienen un 30% más de alcance que aquellos sin etiquetas.

Ana Ogueta Martín

Ejemplos de hashtags para *SanaMente*:

- #SaludMental
- #Bienestar
- #NutriciónConsciente
- #PodcastEnEspañol
- #Mindfulness

3.4.6. Colaboraciones y Promoción Cruzada

Una de las estrategias más efectivas para aumentar la audiencia de un podcast es la colaboración con influencers o creadores de contenido afines. Según un informe (Kasumovic, 2024), el 67% de los usuarios confían más en un producto o servicio recomendado por una persona influyente en redes sociales que en una campaña publicitaria tradicional.

En el caso de *SanaMente*, colaboraciones con expertos en nutrición, psicólogos y creadores de contenido sobre bienestar pueden ampliar la audiencia y mejorar la credibilidad del podcast. Un ejemplo de ello es Ana Ruiz, una creadora de contenido con un gran número de seguidores en Instagram, quien compartirá el podcast con su comunidad, lo que generará un mayor alcance.

Además, la promoción cruzada con otros podcasters es otra técnica efectiva. Participar en episodios de otros programas o invitar a creadores de contenido afines puede traer nuevos oyentes al podcast.

La promoción digital de un podcast es un proceso estratégico que requiere planificación y adaptación constante. Las redes sociales juegan un papel fundamental en la difusión del contenido y la construcción de una comunidad comprometida. Aplicando estas estrategias, *SanaMente* tiene el potencial de alcanzar una audiencia amplia y consolidarse como una fuente de información valiosa sobre salud y bienestar.

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE AUDIENCIA

4.1 Análisis de podcasts similares

A continuación, se presenta un análisis extendido y detallado de seis podcasts destacados en el ámbito hispanohablante, en el que se incluyen datos sobre sus oyentes mensuales, estrategias de comunicación y promoción, y el tiempo que llevan activos.

4.1.1 *Magobio*

Magobio es un podcast desarrollado por estudiantes de la Universitat Politècnica de València que se centra en la salud mental en el entorno universitario. Mediante testimonios personales, los participantes relatan experiencias vinculadas a trastornos como la anorexia, la bulimia, la depresión, la ansiedad y los conflictos relacionados con la identidad sexual. El objetivo principal del proyecto es romper el estigma que aún persiste en torno a estas problemáticas y promover un espacio de diálogo abierto entre jóvenes. Coordinado por las profesoras Rebeca Díez y Marga Cabreras, el podcast incluye además intervenciones de psicólogos y recomendaciones de recursos útiles dirigidos a los oyentes (El País, 2024).

En cuanto a sus estrategias de comunicación y promoción, el podcast se apoya en el poder narrativo de los testimonios reales, lo que favorece la identificación emocional de la audiencia y genera una sensación de acompañamiento. La colaboración con profesionales del ámbito de la salud mental aporta rigor, credibilidad y valor práctico, permitiendo que los oyentes accedan a herramientas útiles y contrastadas. La distribución a través de plataformas accesibles como Spotify e iVoox facilita su consumo entre el público joven, que ya está familiarizado con este tipo de servicios digitales. Por último, el respaldo institucional de la Universitat Politècnica de València otorga al proyecto un marco de legitimidad y amplifica su visibilidad en contextos académicos y estudiantiles.

Tiempo activo:

Magobio inició su andadura en 2024, en respuesta al aumento de problemas de salud mental entre los jóvenes tras la pandemia. Desde entonces, ha mantenido una periodicidad regular,

Ana Ogueta Martín

consolidándose como una iniciativa pionera en el ámbito universitario. (Atlas news, 2024; El País, 2024).

4.1.1. *Tengo un Plan*

Tengo un Plan es un podcast orientado al emprendimiento y al desarrollo personal, conducido por Juan Domínguez y Sergio Beguería. Desde su lanzamiento en 2020, el programa ha experimentado un crecimiento exponencial, consolidándose como uno de los referentes en su categoría. Con más de 9 millones de reproducciones mensuales, su audiencia se compone mayoritariamente de emprendedores, profesionales jóvenes y personas interesadas en mejorar su rendimiento personal y laboral. La fidelidad de sus oyentes se refleja en el seguimiento constante de sus episodios semanales, así como en la participación activa en sus diferentes canales de difusión.

Las estrategias de comunicación y promoción adoptadas por *Tengo un Plan* han sido clave para su posicionamiento. El podcast mantiene una presencia digital activa a través de perfiles actualizados en Instagram, YouTube, LinkedIn y Twitter, desde los cuales se difunden resúmenes de episodios, citas motivacionales y anuncios sobre actividades y eventos. Una de las tácticas distintivas es la realización de grabaciones con audiencia en vivo, lo que fomenta la interacción directa con los oyentes y refuerza el sentido de comunidad. Además, la colaboración con marcas y otros creadores de contenido vinculados al emprendimiento ha permitido ampliar su alcance y dotar de mayor relevancia al proyecto. A nivel multimedia, se complementan los episodios con clips breves y resúmenes en formato audiovisual, especialmente pensados para plataformas como YouTube, donde el contenido visual tiene un fuerte impacto.

La constancia y la evolución temática han sido elementos fundamentales en la consolidación de *Tengo un Plan*, que, con más de 200 episodios publicados desde su inicio, se mantiene como un ejemplo destacado de cómo combinar motivación, contenido útil y estrategias digitales efectivas en el ecosistema del podcasting contemporáneo.

Ana Ogueta Martín

4.1.3. *The Wild Project*

The Wild Project, conducido por Jordi Wild, es un podcast que aborda una amplia variedad de temas, desde la actualidad y la ciencia hasta la filosofía y el misterio. Con una frecuencia de publicación de dos episodios por semana, los martes y jueves, el programa se ha consolidado como uno de los más escuchados en España, ocupando posiciones destacadas en rankings de plataformas como Spotify y Apple Podcasts (Dircomfidencial, 2024; Cadena SER, 2024). Aunque no se disponen de cifras oficiales sobre la cantidad exacta de oyentes, su continuo liderazgo en las listas sugiere una audiencia que supera con creces los cientos de miles mensuales.

Entre las estrategias de comunicación y promoción más destacadas del podcast se encuentra la diversificación temática, que, junto con la presencia de invitados reconocidos —como Dross o Arturo Pérez-Reverte—, permite atraer a un público muy heterogéneo (Infobae, 2023). Su distribución en múltiples plataformas, incluyendo YouTube, Spotify, Apple Podcasts y Podimo, incrementa significativamente su alcance y visibilidad a nivel global (Dircomfidencial, 2024; Podimo, 2024). Asimismo, el podcast ha establecido alianzas estratégicas con plataformas de contenido digital, lo que le ha permitido ofrecer episodios exclusivos y materiales adicionales, reforzando la fidelización de su audiencia. La estrategia de marketing de contenidos, por su parte, se apoya en el uso intensivo de redes sociales, donde se difunden fragmentos visuales —como audiogramas— diseñados para captar la atención y motivar la escucha completa del episodio.

Desde su lanzamiento en marzo de 2020, *The Wild Project* ha mantenido una producción constante y ha evolucionado tanto en su formato como en su contenido, consolidándose como un referente en el competitivo panorama del podcasting en español.

4.1.4. Soycomocomo

Soycomocomo es un podcast centrado en la alimentación saludable y el bienestar, dirigido por Núria Coll. A través de entrevistas con expertos en nutrición, medicina y salud, el programa se propone informar y educar al público sobre la importancia de los hábitos alimenticios y su relación directa con la calidad de vida. El enfoque del podcast se caracteriza por un tratamiento

Ana Ogueta Martín

riguroso y divulgativo de los temas, lo que ha permitido fidelizar a una audiencia interesada en el bienestar integral.

Entre sus estrategias de comunicación destaca el enfoque educativo, basado en evidencia científica, que contribuye a generar confianza y credibilidad entre los oyentes, favoreciendo además la escucha recurrente. La difusión del contenido no se limita a las plataformas de podcasting, sino que se amplía mediante colaboraciones con blogs especializados y medios de comunicación del ámbito de la salud, lo cual multiplica su alcance. Asimismo, la realización de eventos formativos, como webinars y talleres, permite reforzar la interacción con la audiencia y consolidar la imagen del podcast como un referente en el área. La estrategia se complementa con una presencia activa en redes sociales como Instagram y Facebook, donde se publican recetas, consejos prácticos y contenidos complementarios que enriquecen la experiencia del oyente.

Activo desde el año 2015, *Soycomocomo* ha logrado posicionarse como una fuente de referencia en el ámbito de la nutrición y el bienestar, adaptándose a las transformaciones del ecosistema digital sin perder la coherencia de su mensaje.

4.1.5. Worldcast

Worldcast es un podcast dedicado al análisis de la actualidad internacional desde una perspectiva multidisciplinar. Desde su lanzamiento en 2018, ha abordado temáticas que van desde la política y la economía global hasta expresiones culturales y transformaciones sociales. La propuesta del programa se centra en ofrecer una comprensión profunda de las dinámicas globales, con la participación de invitados provenientes de distintos contextos geográficos y profesionales. Aunque no se han hecho públicas cifras oficiales de oyentes mensuales, su enfoque especializado y su presencia estable en plataformas como YouTube indican una audiencia estimada de entre 100.000 y 500.000 visualizaciones por episodio.

La estrategia comunicativa de *Worldcast* se apoya en la actualidad internacional como eje temático, lo que le permite atraer a una audiencia interesada en comprender los principales acontecimientos del mundo desde un enfoque crítico y reflexivo. La colaboración habitual con expertos y académicos internacionales no solo eleva el nivel del contenido, sino que también fortalece la credibilidad del podcast. A nivel de distribución, el programa se publica en diversas

Ana Ogueta Martín

plataformas de podcasting y redes sociales, lo que amplía su alcance y facilita el acceso a un público diverso. Asimismo, destaca por el uso de materiales visuales complementarios como infografías y resúmenes explicativos, los cuales son difundidos en redes sociales con el objetivo de facilitar la comprensión de temas complejos y fomentar la participación del público.

Con una periodicidad mensual, *Worldcast* ha logrado consolidarse como una propuesta seria dentro del ecosistema de podcasting en español. Su combinación de contenido riguroso, estrategias de difusión efectivas y constancia editorial lo posiciona como un referente en el análisis de tendencias internacionales.

4.2 Métodos para medir la efectividad del podcast

Para evaluar la efectividad de *SanaMente*, se propone una serie de métodos que integran métricas cualitativas. Uno de los enfoques clave es la implementación de encuestas y formularios de retroalimentación, los cuales permiten obtener información detallada sobre la experiencia de los oyentes, sus preferencias y las áreas que consideran necesarias de ajuste. Estas herramientas son esenciales para realizar mejoras fundamentadas en la experiencia de la audiencia y en sus expectativas para futuros episodios. Las encuestas se distribuirán a través del correo electrónico. La información recopilada será analizada cualitativa y cuantitativamente para identificar patrones y áreas de mejora.

Además de las encuestas, los comentarios y testimonios directos de los oyentes, obtenidos a través de plataformas de podcasting o redes sociales, son valiosos para comprender cómo es recibido el contenido y qué aspectos generan mayor resonancia en la audiencia. Analizar este feedback directo proporciona una visión más matizada de las reacciones y expectativas de los oyentes, lo cual es crucial para ajustar el enfoque comunicativo y temático del podcast.

Otro aspecto importante es el análisis del contenido generado por los propios usuarios, es decir, observar si los oyentes se sienten tan inspirados por los temas tratados que crean y comparten contenido relacionado. Este tipo de interacción no solo indica la relevancia de los temas, sino también el impacto que el podcast tiene dentro de la comunidad, señalando su capacidad para generar un compromiso profundo.

Ana Ogueta Martín

Las entrevistas en profundidad con oyentes frecuentes también pueden ofrecer insights importantes. Al conversar directamente con miembros recurrentes de la audiencia, se obtiene una comprensión más completa de su percepción sobre el podcast, su utilidad y las áreas que consideran susceptibles de mejora. Estos testimonios permitirán adaptar el contenido a las necesidades cambiantes e intereses de la audiencia, mejorando así la relevancia y efectividad del programa.

Al integrar estas métricas cualitativas, *SanaMente* podrá obtener una visión holística de su desempeño. Este enfoque permitirá tomar decisiones informadas para mejorar y adaptar el contenido, asegurando que el podcast siga siendo relevante y valioso para su audiencia.

4.3 Ajustes en el contenido según las respuestas del público

A partir del análisis cualitativo de las respuestas obtenidas tras la difusión de los primeros episodios del podcast *SanaMente*, a cinco oyentes en privado, se detectaron una serie de observaciones que han resultado clave para orientar ajustes en el contenido y la presentación.

Uno de los comentarios más repetidos fue la sugerencia de incluir, al inicio de cada episodio, un breve montaje con fragmentos destacados del capítulo. Esta idea, planteada por más de una persona, se basaba en la percepción de que ofrecer un “avance” o recopilación de momentos clave ayudaría a captar la atención del oyente desde el primer minuto, generando curiosidad y anticipación sobre el contenido completo. En base a esta sugerencia, se ha optado por integrar una introducción dinámica con cortes seleccionados que resuman lo más relevante o impactante del episodio, en línea con prácticas comunes en formatos audiovisuales de alto impacto.

Asimismo, varios participantes señalaron la conveniencia de modificar el ángulo de grabación. Una de las personas consultadas comentó que la toma desde una perspectiva baja no resultaba del todo favorecedora y que situar la cámara en un punto más elevado, con ligera inclinación descendente, proyectaría una imagen más profesional y estéticamente cuidada. Esta apreciación ha sido tomada en cuenta, y se ha procedido a ajustar la disposición técnica del set de grabación, elevando la posición de la cámara para ofrecer una imagen más armoniosa y atractiva visualmente.

Ana Ogueta Martín

Otro aspecto que surgió de manera reiterada fue la necesidad de mejorar la edición del audio, concretamente en relación con la presencia de muletillas o pausas innecesarias. Un oyente apuntó que, si bien el contenido era interesante, la fluidez del discurso se veía afectada por repeticiones o interjecciones como “ehh”, lo cual podía dificultar la concentración o restar dinamismo a la narración. A raíz de esta observación, se ha intensificado el proceso de edición, prestando especial atención a la eliminación de este tipo de interrupciones verbales, con el objetivo de ofrecer un ritmo más limpio y profesional.

Por último, se propuso incorporar un elemento visual distintivo en el set de grabación, concretamente un cartel con el logotipo de SanaMente, ubicado en el fondo del plano. Esta sugerencia respondía a una necesidad de reforzar la identidad visual del proyecto y hacer más reconocible la marca del podcast. En consecuencia, se ha añadido un fondo gráfico con el logo oficial, lo que contribuye tanto a la coherencia estética como al posicionamiento de marca.

Estos ajustes buscan mejorar la experiencia del oyente, aumentar el engagement y garantizar que el contenido de *SanaMente* responda de manera efectiva a las expectativas y necesidades de la audiencia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo del podcast SanaMente ha permitido explorar, desde una perspectiva comunicativa y metodológica, la intersección entre salud mental, nutrición y bienestar, evidenciando el potencial del formato podcast como herramienta de sensibilización y educación accesible para públicos amplios. A lo largo del proceso, se ha demostrado que un enfoque riguroso en el diseño de contenidos, el cuidado en la producción técnica y la aplicación de estrategias de comunicación efectiva pueden traducirse en un producto informativo, cercano y profesional, capaz de generar interés, comprensión y reflexión entre los oyentes.

Entre las principales conclusiones se encuentra la importancia de construir una identidad sólida para el podcast, en términos de tono, estilo y valores, así como la necesidad de adaptar el lenguaje y la narrativa a una audiencia diversa. El trabajo con expertos del ámbito de la salud y el bienestar ha enriquecido los contenidos y aportado credibilidad, mientras que la aplicación de técnicas de edición y distribución adecuadas ha contribuido a maximizar el alcance del proyecto.

Ana Ogueta Martín

Además, el análisis del feedback recibido ha subrayado la relevancia de escuchar activamente a la audiencia y realizar ajustes continuos para garantizar la mejora del contenido.

A partir de esta experiencia, pueden extraerse diversas recomendaciones para futuros podcasters interesados en el ámbito de la salud mental y la nutrición. En primer lugar, es fundamental realizar una planificación estratégica con la mayor antelación posible, definiendo desde el inicio el enfoque temático, el calendario de trabajo y los recursos disponibles. En esta fase también se recomienda elaborar guiones estructurados y flexibles, que equilibren profundidad informativa y claridad comunicativa, con un lenguaje comprensible y accesible para distintos perfiles de oyentes. Un segundo aspecto clave es el trabajo con invitados: no se debe depender de un único perfil o especialista, sino contactar con múltiples ponentes que puedan aportar valor, ya que es frecuente que algunos no respondan o declinen participar. En este sentido, la previsión y la constancia en la comunicación resultan esenciales para asegurar la participación de voces diversas y cualificadas. Igualmente, es indispensable definir con claridad el público objetivo desde el inicio del proyecto, ya que ello orientará las decisiones de contenido, tono, canales de difusión y estrategias de promoción. En particular, se ha comprobado que la creación de fragmentos breves y compartibles, como reels en Instagram, TikTok o YouTube Shorts, puede aumentar significativamente el engagement y facilitar la difusión del podcast entre nuevas audiencias, al adaptarse a los hábitos de consumo actuales en redes sociales.

Asimismo, la experiencia demuestra que es imprescindible mantener una actitud flexible y abierta al cambio. Escuchar las opiniones de la audiencia y aplicar ajustes cuando sea necesario permite mejorar continuamente la calidad del contenido y fortalecer el vínculo con los oyentes. Por otro lado, cuidar tanto la estética visual como la calidad sonora del producto final refuerza la identidad del podcast y mejora su recepción, por lo que debe prestarse atención a aspectos como el diseño gráfico, el montaje de los episodios y la experiencia auditiva global. En cuanto a la difusión, es recomendable diseñar una estrategia de promoción activa que contemple diferentes plataformas digitales, adaptando el contenido promocional al formato y estilo de cada una para maximizar su alcance.

Finalmente, es necesario mantener un enfoque ético y responsable en todo el proceso, especialmente cuando se abordan temas delicados relacionados con la salud. Verificar las

Ana Ogueta Martín

fuentes, evitar el sensacionalismo y tratar los contenidos con rigor profesional y sensibilidad son principios fundamentales para garantizar un impacto positivo. En definitiva, SanaMente ha mostrado cómo la combinación de preparación, compromiso, creatividad y escucha activa puede dar lugar a un proyecto de comunicación significativo y de valor social.

ANEXOS

Anexo A: Pitch Page para la colaboración en el podcast SanaMente.

Propuesta de Colaboración para el Podcast SanaMente

Estimado (Nombre del Entrevistado):

Mi nombre es Ana Ogueta, y soy estudiante de último año del doble grado de Relaciones Internacionales y Comunicación Global, en la Universidad Pontificia Comillas. Actualmente estoy desarrollando un proyecto final de grado titulado Estrategias para un podcast exitoso sobre nutrición y salud mental. Como parte de este proyecto, he creado un podcast llamado SanaMente, que tiene como objetivo informar y sensibilizar a la audiencia sobre la relación entre nutrición, salud mental y bienestar. El podcast se basa en una serie de entrevistas con expertos/entendidos en áreas como nutrición, psicología, bienestar emocional y prácticas saludables.

Me gustaría invitarle a participar en una entrevista para uno de los primeros episodios de SanaMente. La entrevista tendrá una duración aproximada de 50 minutos y se llevará a cabo durante el mes de marzo, en una fecha que se ajuste a su disponibilidad. El formato de la entrevista está diseñado para ser una conversación fluida, en la que se abordarán temas de relevancia para su área de expertise, como [mencionar brevemente los temas de interés del entrevistado en particular]. Además, se garantizará una edición profesional que resalte su contribución al proyecto.

Este podcast busca ofrecer contenido accesible y educativo, basado en evidencia científica, para fomentar un estilo de vida saludable. Mi intención es proporcionar a la audiencia herramientas prácticas que puedan aplicar en su vida diaria para mejorar su bienestar físico, mental y

Ana Ogueta Martín

emocional. Con un enfoque en la calidad de producción y una estrategia de distribución digital, el proyecto tiene un gran potencial para llegar a una amplia audiencia, focalizándose en jóvenes adultos interesados en estos temas.

Agradezco de antemano su consideración y espero contar con su participación en este proyecto. Si está interesado, estaré encantada de coordinar los detalles y adaptarme a su agenda.

Atentamente,

Ana Ogueta

Podcast SanaMente

Anexo B: Guiones de los episodios del podcast

A continuación, se presenta una muestra representativa de los guiones desarrollados para el podcast SanaMente. Se incluye el guion completo de los episodios 2 y 4 como ejemplo del estilo conversacional, la preparación previa y la estructura de las entrevistas. El resto de guiones están disponibles bajo solicitud o pueden consultarse en la carpeta de trabajo compartida en Google Drive.

GUION EPISODIO 2: CONEXIÓN ENTRE NUTRICIÓN Y SALUD MENTAL

- **¿Por qué** cada vez tenemos más enfermedades gástricas, es que hay más o simplemente como ahora que nos preocupan más estos temas y hay más concienciación, las detectamos más?
- ¿Qué hábitos **externos a la comida** generan estos problemas?
- ¿El estado de nuestra salud mental condiciona lo que pasa en nuestro estómago o, por el contrario, son nuestros hábitos de nutrición los que condicionan nuestra salud mental?
- ¿Cuáles son los principales neurotransmisores que se ven afectados por la alimentación? ¿Cómo influye la microbiota en la producción de serotonina y otros químicos del bienestar?

Impacto del estrés y las emociones en la digestión

- ¿Qué papel juega el estrés en nuestro estómago?
- ¿Cómo afecta la ansiedad o la depresión a la microbiota intestinal y la absorción de nutrientes?

Ana Ogueta Martín

- ¿Por qué cuando estamos nerviosos sentimos "mariposas" en el estómago o, en algunos casos, molestias digestivas?

Alimentos y hábitos para mejorar la salud mental

- ¿Existen alimentos que ayuden a mejorar el estado de ánimo y reducir el estrés o la ansiedad?
- ¿Qué papel juegan los probióticos y prebióticos en la salud mental?
- ¿Cómo influye el consumo de azúcar y ultraprocesados en el bienestar emocional y cognitivo?
- ¿Qué opinas de los ayunos intermitentes/dietas hepáticas? (si se recomienda hacerlo, con qué frecuencia, tipo de personas que podrían hacerlos etc)
- ¿El ayuno intermitente puede tener efectos positivos en la salud mental o solo en el metabolismo?

Cierre del podcast

- Si tuvieras que dar tres consejos clave para mejorar la relación entre la alimentación y la salud mental, ¿cuáles serían?
- ¿Hay algún mito sobre la nutrición y la salud mental del que no hayamos hablado que te gustaría desmontar?
- ¿Algún mensaje final para quienes quieren empezar a cuidar su alimentación con un enfoque en el bienestar mental?

GUIÓN EPISODIO 4: PSICOLOGÍA Y BIENESTAR

Introducción

- ¿Qué es la felicidad?
- ¿Hay una fórmula científica para la felicidad?
- ¿Cuáles son algunas ideas erróneas que tenemos sobre la felicidad?
- ¿Cuál es el problema más recurrente que sueles ver en pacientes?

Hábitos y crecimiento personal

- ¿Por qué es tan difícil dejar hábitos malos, aunque sabemos que nos perjudican? (Ej: scroll infinito en Tiktok, procrastinación, fumar, etc.)
- ¿Cuál es el error más común que comete la gente al intentar construir nuevos hábitos?
- Si solo pudieras recomendar un hábito que transforma vidas, ¿cuál sería y por qué?
- ¿Cómo influye el entorno en nuestro bienestar? (Ej: Amigos, diseño del hogar, ciudad donde vivimos)

Ana Ogueta Martín

- ¿Es posible que una persona que lleva atrapada en la rutina durante muchos años de su vida, de repente empiece a construir hábitos saludables con 30 o 40 años? ¿Por dónde dirías de empezar?
- ¿Cómo encontrar un hobby cuando sientes que no eres “bueno” en nada o no tienes motivación por nada?
- ¿Tener un propósito en la vida es realmente necesario o solo una presión social moderna?

Alcanzar el bienestar

- Si alguien "tiene todo" (salud, buenos hábitos de sueño, buenas relaciones con las personas, estabilidad, ejercicio), pero sigue sintiéndose vacío, ¿qué suele estar fallando?
- ¿Ser demasiado consciente del bienestar puede ser contraproducente? (Ej: Obsesionarnos con la productividad, la meditación o los hábitos saludables) ¿Cómo evitar ser demasiado autoexigentes?
- Si enfocamos nuestra atención en lo bueno, ¿realmente percibiremos más cosas buenas en nuestra vida?
- ¿Cómo podemos entrenar nuestra mente para hacer esto? (enfocarnos más en lo positivo y dejar de dar tanta importancia a lo negativo)

Redes sociales

- Las redes sociales están diseñadas para enganchar. ¿Recomiendas tener redes sociales? ¿Cuál es la mejor estrategia psicológica para usarlas sin caer en la trampa?
- ¿Cuántas horas deberíamos dedicar a las redes sociales?
- Cómo encontrar un equilibrio saludable con las redes sociales, evitando distracciones excesivas.

Conexión social

- ¿Cuál dirías que es el problema más común en cuanto a las relaciones sociales?
- Ideas para construir conexiones auténticas con las personas de nuestro entorno en tiempos de redes y digitalización.
- ¿Por qué nos cuesta tanto hablar de nuestras emociones, incluso con amigos cercanos?
- ¿Qué podemos hacer cuando sentimos que no encajamos o que nos cuesta hacer amigos en la adultez?
- ¿Es posible "entrenar" la empatía? ¿Cómo se hace?

Cierre

- Si pudieras erradicar un mito psicológico que la gente repite todo el tiempo, ¿cuál sería?
- Claves del bienestar aparte de las más conocidas como el deporte, nutrición y hábitos del sueño (por ej: sonreír, algún tipo de música en particular, respiración, ropa, colores, etc...)

Para cerrar vamos a compartir un consejo práctico que nuestra audiencia pueda poner en marcha hoy mismo. Algo sencillo, pero poderoso, que les ayude a dar ese primer paso hacia un cambio positivo en sus vidas.

Ana Ogueta Martín

ANEXO C: Episodios grabados

Link episodio 1 “Nutrición y mitos alimenticios”:<https://youtu.be/etN0Xmk0Jso>

Link episodio 2 “Conexión alimentación y mente” : <https://youtu.be/eLLnEJvMYcU>

Link episodio 3 “Hábitos de sueño saludables”:https://youtu.be/ICKZU_kADM4

Link episodio 4 “Psicología del bienestar” : https://youtu.be/22fz2VHQbS8?si=dPp_YOm_bAYON_cEPr

Clip 1 minuto episodio 1: <https://youtu.be/UVy0T2zEqz0?si=Hq0Pq3aAdyRyS3aS>

Ana Ogueta Martín

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, M. T. (2019). Sueño, memoria y aprendizaje. *Medicina (Buenos Aires)*, 79, 29-32.
- Alarcón Jiménez, I. G. (2023). *El podcast periodístico como herramienta de comunicación estratégica a través de la plataforma de YouTube* [Proyecto de integración curricular, Universidad Técnica de Babahoyo]. Repositorio UTB. <https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15894/ALARCON%20JIMENEZ%20INGRID%20GABRIELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bakker, A. B. (2014). (PDF) *Burnout and Work Engagement: The JD-R Approach*. https://www.researchgate.net/publication/263851330_Burnout_and_Work_Engagement_The_JD-R_Approach
- Berry, R. (2006). Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence*, 12(2), 143-162. <https://doi.org/10.1177/1354856506066522>
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 7-22. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1
- Bonini, T. (2015). *The Second Age of Podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium*. https://www.researchgate.net/publication/281207319_The_Second_Age_of_Podcasting_reframing_podcasting_as_a_new_digital_mass_medium
- Castmagic. (2025). *10 estrategias eficaces para la promoción de podcasts en las redes sociales*. <https://www.castmagic.io/es/post/10-effective-strategies-for-podcast-social-media-promotion>
- Castro Palomino, J. D. (2024). *La efectividad de los pet influencers como factor clave en estrategias de comunicación digital en TikTok e Instagram*. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/20fbae25-8444-494e-9147-868727ae415a>
- Cruz, Y. C., & Fernández, M. L. J. (2023). MARKETING DIGITAL Y SU IMPACTO EN LAS

Ana Ogueta Martín

EMPRESAS. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 10(1), Article 1.
<https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2470>

Dircomfidencial. (2024, diciembre 5). «*The Wild Project*» es el pódcast más escuchado en España en Spotify. Dircomfidencial.
<https://dircomfidencial.com/marketing-digital/the-wild-project-es-el-podcast-mas-escuchado-en-espana-en-spotify-20241205-1054/>

Doria, L. M. P., & Carvajal, J. D. V. (2024). *The podcast, pedagogical mediation for intertextuality in critical reading*. 2.

Edison Research. (2021). *The Infinite Dial 2021*. Recuperado de <https://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Infinite-Dial-2021.pdf>

El Español. (2024). *Juan Domínguez (Tengo un Plan): «Cada persona tiene una definición diferente de éxito»*.
https://www.elespanol.com/treintayseis/economia/talento-rebelde/20241026/juan-dominguez-plan-persona-definicion-diferente-exito/895911022_0.html

Escobar-Domingo, M. J., Piedrahíta-Yusti, I., Becerra, L., Moreno, F., Ortega, J. G., & Moreno, S. (2021). Relación entre la disminución del estrés académico y la práctica de yoga en estudiantes de las áreas de la salud. Revisión de la literatura. *Universitas Medica*, 60-77.

Gallego Pérez, J. I., & Gallego, J. I. (2010). *Podcasting. Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. Editorial UOC.

Gelado, J. A. (2024). ¿Cómo se mide un podcast? *José Antonio Gelado*.
<https://joseantoniogelado.com/2024/01/14/como-se-mide-un-podcast/>

González-Osorio, G. (2022). El podcast educativo. Mapeo sistemático de la literatura en Google Académico (2011-2021). *Revista Eduscientia. Divulgación de la ciencia educativa*, 5(10), Article 10.

Gutierrez, G., & Acha, M. P. (2020). Uso de recursos asincrónicos interactivos: Las presentaciones interactivas y el podcast. *En Blanco y Negro*, 11(1), 60-70.

Gutiérrez Morales, I. M., & Salcedo Mena, J. A. (2024). Uso del lenguaje inclusivo en las redes

Ana Ogueta Martín

sociales de instituciones de educación superior. *Transdigital*, 5(10), e357.
<https://doi.org/10.56162/transdigital357>

HOY ARAGÓN. (2024, diciembre 18). *El exitoso podcast 'Tengo un plan' llega a Zaragoza y con un gran evento público.* HOY ARAGÓN.
<https://www.hoyaragon.es/articulo/zaragoza/podcast-tengo-plan-zaragoza-entradas/20241218114520082736.html>

Infobae. (2023). *The Wild Project encabeza la lista de los podcast más populares en Apple España—Infobae.*
<https://www.infobae.com/espana/2023/10/19/estos-podcast-encabezan-la-lista-de-los-mas-populares-en-apple-espana/>

Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2015). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* <https://www.uoc.edu/uocpapers/4/dt/esp/jenkins1.html>

Jiménez Cárdenas, M. (2023). *Fortalecimiento De La Salud Mental En La Población Universitaria: Podcast De Salud Mental.* <https://repository.ces.edu.co/handle/10946/8757>

Kasumovic, D. (2024, septiembre 19). *The State of Marketing Report 2024.* Influencer Marketing Hub. <https://influencermarketinghub.com/state-of-marketing/>

López, A. (2024). *Ana López de ASAPME: “Los mensajes sobre la fragilidad del planeta a los que están sometidos los jóvenes les hace temer por su futuro” | Radio Zaragoza | Cadena SER.*
<https://cadenaser.com/aragon/2024/12/18/ana-lopez-de-asapme-los-mensajes-sobre-la-fragilidad-del-planeta-a-los-que-estan-sometidos-los-jovenes-les-hace-temer-por-su-futuro-radio-zaragoza/>

McClung, S., & Johnson, K. (2010). Examining the Motives of Podcast Users. *Journal of Radio & Audio Media*, 17(1), 82-95. <https://doi.org/10.1080/19376521003719391>

McHugh, S. (2022). *The Power of Podcasting: Telling Stories Through Sound.* Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/mchu20876>

Nations, U. (s. f.). *Objetivo 3—Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y un 2030 más saludable |*

Ana Ogueta Martín

- Naciones Unidas*. United Nations; United Nations. Recuperado 2 de enero de 2025, de <https://www.un.org/es/chronicle/article/objetivo-3-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-y-un-2030-mas-saludable>
- NIQ. (2023, septiembre 28). El 60% de la población en España escucha podcasts y música en streaming cada mes. *NIQ*. <https://nielseniq.com/global/es/news-center/2023/el-60-de-la-poblacion-en-espana-escucha-podcasts-y-musica-en-streaming-cada-mes/>
- Núñez Enríquez, Ó. (2022). *Cultura Física, Salud y Bienestar Humano: Educación e Investigación*. Apple Podcasts. <https://podcasts.apple.com/us/podcast/cultura-f%C3%ADsica-salud-y-bienestar-humano-educaci%C3%B3n-e/id1624549868>
- Olivera Otoya, A. N. D., & Mas Manchón, L. (with Universitat Autònoma de Barcelona). (2024). *Anatomía del podcast en Perú: Análisis del lenguaje, la estructura y el contenido de los podcasts de éxito sobre salud mental durante la postpandemia Covid-19*.
- Opie, R. S., O'Neil, A., Itsiopoulos, C., & Jacka, F. N. (2015). The impact of whole-of-diet interventions on depression and anxiety: A systematic review of randomised controlled trials. *Public Health Nutrition*, 18(11), 2074-2093. <https://doi.org/10.1017/S1368980014002614>
- Ortiz Mieres, D., & Armoa Medina, C. L. (2020). Vista de Relación entre calidad de sueño e indicadores de ansiedad y depresión. *ScientiAmericana*. <https://revistacientifica.sudamericana.edu.py/index.php/scientiamericana/article/view/180/204>
- Podimo. (2024, septiembre 12). *Nuevo integrante en la familia de Podimo: The Wild Project*. <https://podimo.com/es/blog/nuevo-integrante-en-la-familia-de-podimo-the-wild-project>
- PuroMarketing. (2021). *Cada vez vemos más vídeos online sin sonido: Cómo cambia las normas en marketing digital*. PuroMarketing. <https://www.puromarketing.com/30/35515/cada-vez-vemos-mas-videos-online-sin-sonido-como-cambia-normas-marketing-digital>

Ana Ogueta Martín

Rosa, L. R. la, Cervantes-Pérez, E., Robledo-Valdez, M., Cervantes-Guevara, G., Cervantes-Cardona, G. A., Ramírez-Ochoa, S., González-Ojeda, A., Fuentes-Orozco, C., Cervantes-Pérez, G., Cervantes-Pérez, L. A., & Chávez, A. P. de A. (2022). El rol de la nutrición en la salud mental y los trastornos psiquiátricos: Una perspectiva traslacional. *Revista de Nutrición Clínica y Metabolismo*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.35454/rncm.v5n1.358>

Sanchis Rico, J. M., Fernández-Planells, A., Alonso-López, N., & Burgos Ramírez, E. A. (2021). Uso del pódcast como recurso educativo en los estudios del Grado en Comunicación Audiovisual. *In-Red 2021. Lecciones aprendidas, ideas compartidas: VII Congreso nacional de innovación educativa y docencia en red, 2021, ISBN 978-84-9048-638-2, págs. 476-485*, 476-485. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8151522>

Szarkowska, A., & Gerber-Morón, O. (2018). Viewers can keep up with fast subtitles: Evidence from eye movements. *PLOS ONE*, 13(6), e0199331. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0199331>

Thomas, P. A., Kern, D. E., Hughes, M. T., & Chen, B. Y. (2015). *Curriculum development for medical education: A six-step approach*. Johns Hopkins University Press. <https://pure.johnshopkins.edu/en/publications/curriculum-development-for-medical-education-a-six-step-approach>

Universidad de Nuevo México. (2025). *Podcasts de bienestar | escuela de Medicina*. Recuperado 4 de enero de 2025, de <https://es.hsc.unm.edu/medicine/about/well-being/wellness-mental-health-resources/wellness-podcasts.html>

YouTube. (2025). *WORLDCAST*. YouTube. <https://www.youtube.com/channel/UCuDm45jKrsTeEpx7BayVaiw>

Monteiro, C. A., Cannon, G., Moubarac, J.-C., Levy, R. B., Louzada, M. L. C., & Jaime, P. C. (2019). Ultra-processed foods: What they are and how to identify them. *Public Health Nutrition*, 22(5), 936–941. <https://doi.org/10.1017/S1368980018003762>

Acosta, M. T. (2019). Sueño, memoria y aprendizaje. ARTÍCULO ESPECIAL MEDICINA

Ana Ogueta Martín

(Buenos Aires), 79(Supl. III), 29-32. <https://doi.org/10.1234/med.buenosaires.2019>

Psychological Science, & Annual Review of Psychology. (2017). Mindfulness and Emotion Regulation: The Development and Effectiveness of a Mindfulness-Based Program for Psychological Health. Annual Review of Psychology, 68, 99-118. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-042716-051139>

Devenisch Manotas, A. E., & Ramírez Ibarra, K. J. (2020). Fortalecimiento de las competencias lectoras mediante el uso educativo del podcast como herramienta didáctica en los estudiantes de la media vocacional (Trabajo de grado, Universidad de la Costa). Universidad de la Costa.

Interempresas. (2024, marzo 18). El podcasting revoluciona la educación. <https://www.interempresas.net/Tecnologia-aulas/Articulos/489551-El-podcasting-revoluciona-la-educacion.html>

Universitat Politècnica de València. (2023). Magobio: Un podcast para hablar de salud mental en la universidad. Recuperado el 24 de abril de 2025, de <https://www.upv.es/noticias-upv/magobio-podcast-salud-mental>

González, J. (2024, 16 de octubre). 'Magobio', el podcast de universitarios que hablan de su salud mental a sus compañeros. El País. Recuperado de <https://elpais.com/espana/comunidad-valenciana/2024-10-16/magobio-el-podcast-de-universitarios-que-hablan-de-su-salud-mental-a-sus-companeros.html>

Agencia Atlas. (2024, 6 de abril). 'Magobio', el podcast universitario para que los estudiantes hablen de salud mental. Atlas News. Recuperado de https://www.atlas-news.com/agencia-internet/sociedad/Magobio-universitario-estudiantes-Salud-Mental_3_2806549337.html