IMPULSA REVISTA CIENTÍFICA
CONOCIMIENTO | INNOVACIÓN | IMPACTO

Área científica: Ciencias Sociales y Humanas
Publicado: 04 de noviembre de 2026
DOI: [DOI pendiente de asignación]

El podcast como formato de comunicación multimedia: revisión bibliográfica de usos y tendencias

The podcast as a multimedia communication format: A literature review of uses and trends

Alexis Fernando Díaz Sánchez[1]

Universidad Estatal Amazónica, Ecuador[1]

ORCID: 0009-0009-6578-0435[1]

*Correspondencia: af.diazs@uea.edu.ec

Resumen

Objetivo: sintetizar los usos comunicativos y las tendencias del podcast en su relación con el ecosistema multimedia entre 2020 y 2025. Metodología: revisión bibliográfica con criterios explícitos de elegibilidad, extracción y síntesis temática de 25 estudios. El flujo de selección parte de 186 registros identificados en Scopus, Web of Science, Dialnet y otras fuentes académicas. Otras 11 referencias sustentan el contexto y el método. Resultados: la literatura describe usos informativos, de ficción y divulgación, y distingue entre audio derivado de la radio, producciones nativas y proyectos que expanden su relato a otros medios. Conclusión: el podcast articula lenguaje sonoro y circulación multimedia, pero sus efectos dependen del contenido, las plataformas y el contexto de escucha.

Palabras clave: podcast, comunicación multimedia, periodismo sonoro, narrativas transmedia, audiencias digitales, plataformas

Abstract

Objective: To synthesize communicative uses and trends in podcasting within the multimedia ecosystem between 2020 and 2025. Method: A literature review with explicit eligibility, extraction and thematic synthesis of 25 studies. The selection flow starts with 186 records identified in Scopus, Web of Science, Dialnet and other academic sources. Eleven additional references support the context and methods. Results: The literature describes journalistic, fictional and science communication uses and distinguishes repurposed radio audio, native productions and projects extending stories across media. Conclusion: Podcasts combine sound-based storytelling with multimedia circulation; outcomes depend on content design, platform mediation and listening contexts.

Keywords: podcast, multimedia communication, audio journalism, transmedia storytelling, digital audiences, platforms

1. Introducción

El audio a la carta participa hoy en una ecología de pantallas, aplicaciones y redes donde la escucha se combina con imágenes, textos y formas de interacción. En jóvenes colombianos, Barrios-Rubio (2021) documentó la articulación entre radio, música y podcast en el teléfono inteligente. Esta convergencia hace pertinente estudiar el podcast desde la comunicación multimedia sin confundir su lenguaje principalmente sonoro con el conjunto de soportes que lo distribuyen y promocionan.

Andok (2025) propone entender el podcast como una remediación de la radio en un entorno de redes. La relación histórica aclara continuidades del lenguaje sonoro y transformaciones de sus condiciones de distribución.

El término podcast designa a la vez un contenido episódico y unas prácticas de producción, circulación y escucha. Sharon (2023) distingue perspectivas tecnológicas, socioculturales y formales para estudiar este objeto cambiante. En esta revisión, podcast identifica el episodio o la serie sonora digital y sus prácticas de producción y escucha; multimedia designa la articulación del audio con textos, imágenes, videos e interfaces dentro de un proyecto comunicativo; y transmedia se reserva para la expansión del relato mediante piezas que aportan contenidos diferenciados en otros medios. La presencia de

Acceso abierto · Licencia CC BY 4.0

© 2026 Autores del artículo

varias plataformas no basta, por sí sola, para considerar transmedia un proyecto. Esta distinción permite examinar por separado el lenguaje del episodio, sus soportes de circulación y la contribución narrativa de sus extensiones.

La expansión del formato estuvo ligada a comunidades independientes, a herramientas de publicación accesibles y a una posterior profesionalización. García-Marín (2022) reconstruyó el papel de los primeros podcasters españoles y mostró la importancia de sus prácticas colaborativas. Este recorrido invita a observar las continuidades con la radio, pero también los cambios en la autonomía editorial, la serialidad y el control de la escucha.

Las plataformas organizan catálogos, descubrimiento y modelos de ingreso, por lo que influyen en la visibilidad de un episodio más allá de su calidad narrativa. Terol et al. (2021) compararon redes de podcast en el mercado hispanohablante y encontraron diferencias en catalogación, difusión y financiación. La circulación multimedia, por tanto, depende de decisiones técnicas y comerciales que conviene analizar junto con el contenido.

Una cartografía de 160 podcasts colombianos identificó configuraciones de producción y circulación heterogéneas (Barrios-Rubio, 2025). La mirada territorial complementa los análisis de consumo y evita extrapolar automáticamente hallazgos de un solo mercado.

La escala internacional de la oferta añade estrategias diferenciadas de producción y comercialización. Pérez-Alaejos et al. (2022) estudiaron plataformas de Europa y América e identificaron configuraciones diversas de catálogo y negocio. Para los proyectos de comunicación, este panorama plantea una pregunta práctica: cómo conservar una propuesta editorial reconocible cuando el acceso a las audiencias ocurre mediante intermediarios digitales.

1.1 Estado del arte

Jorgensen (2021) examinó cómo la elección de la voz narrativa construye perspectiva y confianza en producciones independientes australianas. El dato sitúa el estilo de narración como una decisión editorial susceptible de análisis, y no como un efecto universal del medio.

En Argentina, Espada (2022) encontró que la profesionalización de productoras y redes coexistía con dificultades para generar ingresos y con una presencia importante de formatos conversacionales. Esa evidencia ayuda a diferenciar el crecimiento del número de programas de la consolidación de condiciones estables de producción. También muestra por qué una revisión de usos debe considerar tanto a medios establecidos como a iniciativas independientes.

La investigación sobre medios informativos ofrece otro ángulo: el podcast permite ampliar la oferta periodística y construir productos nativos para el entorno digital. Martínez-Costa et al. (2022) analizaron las propuestas de medios nacidos en internet en España y observaron distintas formas de incorporar el audio a su estrategia. No basta, entonces, con subir a una plataforma el sonido de una emisión previa; importan el diseño del episodio y su función editorial.

Carvajal et al. (2022) compararon 14 casos de podcasts informativos diarios en español y mostraron diferencias entre propuestas vinculadas a medios y proyectos independientes. Sus entrevistas resaltan la relación entre formato editorial, estrategia y modelo de negocio.

Los podcasts de noticias diarias representan una adaptación específica de ese proceso. Martínez Otón et al. (2022) mostraron que varias producciones españolas recurren a conductores reconocibles, explicación contextual y recursos narrativos para desarrollar la actualidad. Esta modalidad permite estudiar la relación entre frecuencia, profundidad informativa y una voz que acompaña al oyente sin sustituir las exigencias de verificación periodística.

La producción latinoamericana tampoco responde a un único modelo. La taxonomía propuesta por Rivadeneyra Olcese (2022) para Perú reconoce actores, lógicas de producción y formas narrativas distintas. Al comparar estudios nacionales, conviene evitar que la clasificación técnica de los archivos o la pertenencia a una plataforma oculte las funciones culturales, comunitarias e informativas que cumple cada proyecto.

El podcast puede extender su historia a redes sociales, sitios web y otros lenguajes. Contreras et al. (2022) describieron experiencias de transpodcast en las que el audio mantiene el papel central mientras otras piezas amplían el relato y la participación. Conforme a las definiciones adoptadas, una imagen promocional o la reproducción del mismo episodio en varias plataformas constituye circulación o acompañamiento multimedia; una pieza que añade una perspectiva, información o recorrido narrativo constituye una expansión transmedia. La revisión utiliza esta distinción como criterio de interpretación, sin asumir que todo podcast incorpora video, interactividad o expansión del relato.

La posibilidad de publicar comentarios o enviar mensajes tampoco equivale automáticamente a cocrear el relato. García-Marín y Aparici (2020) encontraron límites a la participación significativa en proyectos transmedia. Su hallazgo obliga a diferenciar los canales de respuesta de las decisiones editoriales que realmente admiten la voz del público, especialmente al evaluar la promesa de horizontalidad de los formatos digitales.

Wendland (2024) sintetizó mecanismos que pueden fortalecer el sentido de comunidad alrededor del podcast, entre ellos espacios pequeños de intercambio, partici-

pación significativa y extensiones transmedia. Esta lectura complementa la advertencia anterior: la relación con la audiencia depende del diseño de las oportunidades de intervención, no solo de la existencia de perfiles sociales o secciones de comentarios.

En la comunicación de marca, García-Estévez y Cartes-Barroso (2022) analizaron 100 podcasts y propusieron categorías para diferenciar contenidos de marca, patrocinios y formatos corporativos. Esta función amplía el mapa de usos y obliga a identificar el emisor y su interés comunicativo.

Fuera del periodismo, los podcasts se emplean para explicar conocimientos especializados. Rehman et al. (2024) analizaron una experiencia de comunicación científica y señalaron la relevancia de ejemplos cercanos y un tono comprensible para involucrar a públicos más amplios. El uso divulgativo, por ello, requiere adaptar el relato a quienes escuchan sin eliminar los matices de la información técnica.

Las comparaciones entre medios ayudan a valorar el alcance de esa promesa. Pinto et al. (2024) contrastaron episodios sobre sostenibilidad alimentaria con noticias escritas y observaron mejoras de retención en ambos formatos, sin una superioridad significativa del podcast en las variables medidas. El interés de esta evidencia reside en moderar afirmaciones generales sobre la eficacia del audio y en situar sus resultados según público, tema y diseño.

Aunque la investigación ha aumentado, sus enfoques siguen distribuidos entre estudios de audiencias, industria, periodismo, educación y divulgación. De la Mano González y Sánchez Serrano (2024) examinaron la producción científica sobre podcast y su impacto mediante un análisis bibliométrico de Scopus para 2004–2023; García-Marín et al. (2023) cartografiaron la evolución, los temas y las perspectivas de la investigación publicada en España y Portugal a partir de Dialnet y RCAAP. La presente revisión complementa esas cartografías mediante una síntesis cualitativa de los contenidos y hallazgos de 25 publicaciones de 2020–2025: relaciona usos comunicativos, formas de producción y circulación, y condiciones de interacción con las audiencias. Su aporte reside en organizar comparativamente esa evidencia, sin atribuirse la creación de categorías ya presentes en los antecedentes. Se pregunta: ¿qué usos y tendencias del podcast como formato de comunicación multimedia describe la literatura reciente? El objetivo es sintetizar esa evidencia y precisar sus límites.

2. Metodología

Se desarrolló una revisión bibliográfica con procedimiento sistematizado y síntesis cualitativa. La pregunta fue: ¿qué usos comunicativos y tendencias multimedia del podcast se describen en estudios publicados entre 2020 y 2025? Se aplicó una estructura PICo adaptada: población/objeto, producciones y audiencias de podcast; interés, usos, narrativas, producción, circulación e interacción; contexto, comunicación multimedia en distintos países. No se registró un protocolo prospectivo. Las etapas de identificación, cribado, elegibilidad e inclusión se describen siguiendo la estructura de PRISMA 2020 (Page et al., 2021).

Fuentes de información y estrategia de búsqueda. La última búsqueda se realizó el 20 de septiembre de 2026. En Scopus se utilizó la estrategia TITLE-ABS-KEY(podcast OR podcasting OR pódcast) AND TITLE-ABS-KEY(communication OR multimedia OR journalism OR audiences OR platforms OR transmedia OR comunicación OR periodismo OR audiencias OR plataformas), limitada a publicaciones de 2020 a 2025 en español e inglés. En Web of Science se emplearon los mismos dos grupos de términos en el campo TS, con idénticos filtros. En Dialnet se combinaron podcast o pódcast con comunicación, periodismo, audiencias, plataformas y transmedia. Las búsquedas complementarias en Google Scholar, SciELO y RCAAP y la consulta de portales de revistas mantuvieron la misma combinación de conceptos: (podcast OR podcasting OR pódcast) AND (communication OR multimedia OR journalism OR audiences OR platforms OR transmedia OR comunicación OR periodismo OR audiencias OR plataformas). En cada una de estas fuentes se mantuvieron los límites de publicación de 2020–2025 y los idiomas español e inglés como condiciones de búsqueda y elegibilidad. Los 51 registros procedentes de otras fuentes académicas se distribuyeron entre Google Scholar (20), SciELO (13), RCAAP (10) y portales de revistas (8). Los resultados se reunieron en Zotero en formato RIS. La revisión de duplicados se efectuó primero por coincidencia del DOI y después por coincidencia de título, autoría y año, y permitió retirar 32 registros antes del cribado por título y resumen. PRISMA-S (Rethlefsen et al., 2021) orientó la descripción de las fuentes y estrategias de búsqueda.

2.1 Elegibilidad y selección

Se consideraron publicaciones académicas de 2020–2025, en español o inglés, con análisis sustantivo del podcast como práctica comunicativa, sus contenidos, producción, circulación o audiencias. El corpus principal comprende 25 publicaciones empíricas, conceptuales o de revisión que permiten extraer objeto, método o enfoque y un hallazgo o argumento pertinente. En el cribado por título y resumen se excluyeron 104 registros. De los 47 textos completos evaluados se excluyeron 22: 8 sin relación central con la comunicación mediante podcast,

6 fuera del periodo 2020–2025, 5 sin resultados o análisis pertinente para la pregunta y 3 que no cumplían el tipo de publicación definido. Otras 11 referencias cumplen una función complementaria: Andok (2025), Barrios-Rubio (2025), Carvajal et al. (2022), García-Estévez y Cartes-Barroso (2022), Jorgensen (2021), Wang et al. (2025), Xu et al. (2025) y Žikić y Markov (2025) aportan contexto o contraste; Campbell et al. (2020), Page et al. (2021) y Rethlefsen et al. (2021) fundamentan el reporte metodológico. Estas 11 referencias no se contabilizan como estudios incluidos ni sustentan por sí solas los resultados del corpus. La selección y extracción fueron realizadas por una persona, sin evaluación independiente por dos revisores.

2.2 Extracción de datos y evaluación crítica

La unidad de análisis fue cada publicación incluida, no los episodios o participantes originales. Se extrajeron autoría/año, contexto, diseño o enfoque, unidad observada, aporte a la pregunta y límite de inferencia; los 25 registros se presentan en la Tabla 1. La valoración crítica es descriptiva y se hace explícita mediante tres criterios: (1) claridad del diseño, examinada a partir de la identificación del enfoque y de la unidad o material analizado; (2) adecuación al objetivo, valorada por la correspondencia entre esa unidad y el aporte comunicado; y (3) alcance de la inferencia, delimitado según país, periodo, selección de casos o participantes y carácter empírico, conceptual o de revisión. La segunda columna permite identificar el diseño y la unidad; la tercera recoge el aporte pertinente; y la cuarta explicita las restricciones que condicionan su interpretación. Así, un análisis de oferta se interpreta como evidencia sobre contenidos o producción, una encuesta como autoinforme de una población delimitada y un ensayo como argumento conceptual. No se asignaron puntuaciones, no se aplicó una herramienta estandarizada de riesgo de sesgo y no se excluyeron trabajos por una calificación de calidad. Esta valoración orienta las cautelas de la síntesis y no constituye una evaluación formal de certeza ni una auditoría completa de cada diseño.

Tabla 1

Caracterización, aportes y asignación temática de los 25 estudios incluidos

Estudio	Contexto, diseño y unidad	Aporte a la pregunta	Límite de inferencia
Avilés Rodilla (2022)	Argentina; análisis de oferta de radios	Distingue tipologías y baja autonomía de algunas producciones nativas. *Asignación:* LF; PP.	Oferta de emisoras; no representa podcasts independientes.
Barrios-Rubio (2021)	Colombia; 700 encuestas y 8 grupos focales	Describe consumo juvenil integrado de radio, música y podcast. *Asignación:* UC; RA.	Adolescentes y jóvenes; transferibilidad limitada.
Contreras et al. (2022)	Argentina; etnografía cualitativa de 3 transpodcasts	Identifica papel del productor y expansiones transmedia. *Asignación:* PP; EM.	Tres casos; no permite cuantificar frecuencia.
De la Mano González y Sánchez Serrano (2024)	Bibliometría de publicaciones Scopus, 2004–2023	Muestra crecimiento y temas de investigación en comunicación. *Asignación:* Contexto transversal.	Cobertura sujeta a indexación de Scopus.
Espada (2022)	Argentina; 9 redes/productoras, entrevistas y análisis	Describe profesionalización y tensiones del modelo de negocio. *Asignación:* PP.	Casos locales y periodo 2019–2020.
García de Torres et al. (2025)	España; entrevistas a 14 periodistas	Expone dilemas éticos de la intimidad periodística. *Asignación:* UC; RA.	Perspectiva profesional; no mide recepción.
García-Marín (2022)	España; reconstrucción histórica/etnográfica	Documenta prácticas de pioneros y comunidad inicial. *Asignación:* PP; RA.	Etapa temprana; extrapolación temporal limitada.
García-Marín y Aparici (2020)	Proyectos transmedia; análisis de casos y participación	Distingue participación ofrecida de influencia real. *Asignación:* EM; RA.	Casos seleccionados; sin inferencia poblacional.
García-Marín et al. (2023)	España/Portugal; revisión de 320 documentos	Cartografía temas y evolución de la investigación ibérica. *Asignación:* Contexto transversal.	Dependencia de Dialnet y RCAAP.

Estudio	Contexto, diseño y unidad	Aporte a la pregunta	Límite de inferencia
Johnson y McCall (2025)	Audiencias; estudio de confianza entre géneros	Relaciona confianza en noticias con contexto del podcast. *Asignación:* UC; RA.	La percepción no equivale a verificación factual.
Katzenberger et al. (2025)	Alemania/Austria/Suiza; encuesta a 378 periodistas	Caracteriza productores independientes y estándares profesionales. *Asignación:* UC; PP.	Encuesta regional y autoinforme.
Lacey (2025)	Ensayo teórico sobre periodismo sonoro	Problematiza la intimidad como valor público. *Asignación:* UC; RA.	Argumento conceptual; no estimación empírica.
Martínez-Costa et al. (2022)	España; 29 series de 7 medios digitales	Examina funciones y producción de podcast informativo. *Asignación:* UC; PP.	Oferta de marcas nativas españolas.
Martínez Otón et al. (2022)	España; 3 podcasts diarios y 28 variables	Describe recursos narrativos de actualidad diaria. *Asignación:* LF; UC.	Tres programas; periodo de oferta específico.
Pedrero Esteban et al. (2025)	España/Argentina; análisis comparado de producción	Explica avance de la industria cultural en español. *Asignación:* PP.	Dos mercados; no tendencia universal.
Pérez-Alaejos et al. (2022)	Europa y Américas; 14 plataformas	Compara producción, catálogo y comercialización. *Asignación:* PP.	La oferta digital cambia con rapidez.
Pinto et al. (2024)	Portugal; comparación pre/post con 115/102 respuestas	No encuentra ventaja universal del podcast en retención. *Asignación:* UC; RA.	Tema y muestra concretos; resultados no generalizables.
Rehman et al. (2024)	Divulgación científica; 4 episodios y encuesta de 80	Muestra posibilidades de traducir información especializada. *Asignación:* UC.	Caso de espectrometría de masas.
Rivadeneyra Olcese (2022)	Perú; taxonomía de oferta de 2019–2020	Distingue actores, formatos y lógicas de producción. *Asignación:* LF; PP.	Fotografía temporal de un país.
Rodríguez-Ortiz y Fernández-Sande (2025)	Iberoamérica; 11 podcasts, 73 episodios y 16 entrevistas	Analiza recursos de narración de no ficción. *Asignación:* LF; UC.	Selección de proyectos independientes.
Ruiz Gómez et al. (2022)	España; entrevistas en 4 radios y análisis histórico	Caracteriza renovación de ficción sonora. *Asignación:* LF; UC.	Centrado en emisoras nacionales.
Sharon (2023)	Revisión conceptual de podcast studies	Ordena aproximaciones tecnológicas, culturales y formales. *Asignación:* LF.	No prueba efectos de recepción.
Terol et al. (2021)	Mercado hispano; comparación de 12 redes	Examina gestión de catálogos y audio a la carta. *Asignación:* PP.	Modelos de red sujetos a cambios.
Vilceanu (2025)	Estados Unidos; ¿12 000 reseñas de 2 podcasts	Detecta intimidad parasocial y nostalgia en reseñas. *Asignación:* RA.	Reseñas autoseleccionadas de dos programas.
Wendland (2024)	Revisión sistemática de literatura sobre comunidad	Sintetiza participación y sentido de pertenencia. *Asignación:* EM, RA.	Depende de estudios incluidos y sus definiciones.

Nota. LF = lenguaje y formatos; UC = usos comunicativos; PP = producción y plataformas; EM = extensión multimedia; RA = relación con audiencias. La asignación temática puede ser múltiple. Las dos cartografías de investigación se identifican como contexto transversal. Las referencias completas figuran en la lista final.

2.3 Síntesis, sesgos y trazabilidad del flujo

La síntesis se organiza en cinco ejes: lenguaje y formatos (LF), usos comunicativos (UC), producción y plataformas (PP), extensión multimedia (EM) y relación con audiencias (RA). Para explicitar la clasificación se revisaron el objeto y el aporte recogidos en cada fila de la Tabla 1. Se asignó LF a las aportaciones sobre tipologías, géneros y recursos narrativos; UC a las funciones informativas, de ficción o divulgación y su recepción; PP a la organización productiva, la profesionalización, los catálogos y la comercialización; EM a las expansiones del episodio y las oportunidades de participación; y RA a confianza, intimidad, consumo, vínculos o comunidad. Un estudio se vincula con más de un eje cuando aporta

Tabla 2

Ejes de síntesis y estudios del corpus que respaldan cada interpretación

Eje	Síntesis de la evidencia	Tensión o límite
Lenguaje y formatos	Entrevista, conversación, noticia diaria, documental y ficción combinan voz, archivo, música y edición. *Estudios de respaldo:* Avilés Rodilla (2022); Martínez Otón et al. (2022); Rivadeneyra Olcese (2022); Rodríguez-Ortiz y Fernández-Sande (2025); Ruiz Gómez et al. (2022); Sharon (2023).	El nombre podcast engloba productos con funciones y grados de producción diferentes.
Usos comunicativos	El audio se utiliza para informar, narrar ficción y explicar asuntos especializados. *Estudios de respaldo:* Martínez-Costa et al. (2022); Martínez Otón et al. (2022); Pinto et al. (2024); Rehman et al. (2024); Ruiz Gómez et al. (2022).	No hay evidencia de una ventaja universal del audio sobre otros medios.
Producción y plataformas	Productores independientes y medios profesionales publican en catálogos digitales con modelos diversos. *Estudios de respaldo:* Espada (2022); Katzenberger et al. (2025); Pedrero Esteban et al. (2025); Pérez-Alaejos et al. (2022); Terol et al. (2021).	Visibilidad, ingresos y dependencia de intermediarios condicionan la continuidad.
Extensión multimedia	Redes, textos, clips e imágenes amplían el acceso o el relato sonoro. *Estudios de respaldo:* Contreras et al. (2022); García-Marín y Aparici (2020); Wendland (2024).	Multiplicar canales no asegura participación significativa.
Relación con audiencias	La voz y la escucha personal pueden fortalecer familiaridad y sentido de comunidad. *Estudios de respaldo:* Barrios-Rubio (2021); García de Torres et al. (2025); Johnson y McCall (2025); Lacey (2025); Vilceanu (2025); Wendland (2024).	La cercanía afectiva no reemplaza verificación, diversidad ni evaluación de efectos.

Nota. Elaboración propia a partir de los estudios incluidos en la revisión bibliográfica. Los estudios de respaldo identifican las fuentes que sustentan la interpretación de cada eje.

La síntesis muestra que la expansión multimedia puede cumplir dos funciones distintas: facilitar el descubrimiento y acceso al episodio, o añadir piezas que modifican la experiencia narrativa. Separar ambas funciones evita llamar transmedia a una simple publicación promocional.

Asimismo, la investigación sobre comunidades distingue entre respuestas visibles de los usuarios y su capacidad real para intervenir en el relato o las decisiones del programa.

3.2 Discusión

La distribución temática encontrada dialoga con García-Marín et al. (2023), quienes describieron la diversidad disciplinar de las publicaciones ibéricas sobre podcast. La literatura no converge en una función única: la misma infraestructura admite información, ficción, divulgación y conversación. Por ello, una clasificación útil comienza por el propósito comunicativo y luego examina los recursos de audio y los medios que extienden cada proyecto.

La ficción sonora muestra que el desarrollo del podcast no se reduce a la actualización tecnológica de la radio. Ruiz Gómez et al. (2022) estudiaron la reactivación de relatos de ficción en España y sus posibilidades de circulación. La continuidad de recursos dramáticos convive con nuevas maneras de organizar temporadas, publicar episodios y alcanzar públicos; estas decisiones son más informativas que oponer de forma absoluta un medio antiguo a otro nuevo.

En el periodismo, Katzenberger et al. (2025) describen a productores que buscan roles y estándares propios dentro del ecosistema digital. La revisión coincide en que la iniciativa independiente y la innovación editorial son visibles, aunque no garantizan por sí mismas sostenibilidad ni pluralismo. La evaluación de un podcast informativo necesita considerar quién produce, qué reglas de verificación aplica y qué recursos sostienen la continuidad de la publicación.

Las estrategias narrativas de proyectos iberoamericanos analizadas por Rodríguez-Ortiz y Fernández-Sande (2025) incluyen archivos sonoros, historias personales y formas de narración variadas. La combinación puede acercar asuntos complejos a la experiencia cotidiana del oyente. A la vez, el valor de un testimonio depende de su contexto, de la precisión de la edición y de que la creatividad sonora no altere el sentido de los hechos.

García de Torres et al. (2025) muestran que la cercanía emocional entre periodistas y oyentes ofrece oportunidades narrativas, pero también dilemas cuando la intimidad parece funcionar como garantía de verdad. Esta tensión atraviesa los usos informativos del formato. La voz del presentador puede hacer más comprensible un asunto, mientras la credibilidad continúa dependiendo de contrastar fuentes, distinguir opinión de hechos y explicar las decisiones editoriales.

La confianza tampoco se distribuye por igual entre géneros. Johnson y McCall (2025) examinaron cómo los oyentes valoran noticias escuchadas tanto en programas informativos como en podcasts de otros tipos. Esto sugiere que el traslado de un mensaje hacia espacios de entretenimiento o conversación exige atender al contexto en que se presenta: un tono familiar puede favorecer la escucha sin asegurar una interpretación crítica.

En el plano de las audiencias, Vilceanu (2025) analizó reseñas de oyentes y encontró vínculos entre anfitriones, cambios del programa, nostalgia y relaciones parasociales. Es razonable inferir que la continuidad de una voz puede apoyar la fidelidad, aunque un vínculo afectivo no debe tomarse como prueba directa de comprensión, participación o confianza bien fundada. Esos efectos requieren mediciones distintas.

Como contraste contextual externo al corpus principal, Xu et al. (2025) analizaron 120 episodios de 12 cuentas chinas y describieron decisiones narrativas para equilibrar intimidad y profesionalidad; Wang et al. (2025) documentaron dilemas semejantes desde la práctica de podcasters chinos. Ambos trabajos son referencias complementarias: no figuran entre los 25 estudios de la Tabla 1 y sus hallazgos no se incorporan al recuento ni a los resultados del corpus. Su función en la discusión es mostrar la pertinencia de contrastar las tensiones identificadas con otros entornos mediáticos.

La reflexión ética de Lacey (2025) cuestiona que la intimidad sea siempre un valor público positivo. Esta objeción ayuda a interpretar críticamente los hallazgos de la revisión: crear una comunidad de escucha puede abrir conversaciones, pero también encerrar perspectivas o disimular desigualdades entre quien produce y quien recibe. El diseño multimedia responsable debe ofrecer contexto, accesibilidad y vías de respuesta que tengan consecuencias reconocibles.

También como referencia complementaria, Žikić y Markov (2025) estudiaron mediante grupos focales las perspectivas de 16 productores serbios sobre funciones y papeles emergentes. Este trabajo se utiliza únicamente para contextualizar la discusión; no pertenece al corpus de 25 estudios ni aporta unidades adicionales a su síntesis. La comparación plantea que autonomía, recursos y expectativas profesionales deben examinarse atendiendo a las instituciones locales, además de a las características técnicas del audio.

La comparación de oferta en España y Argentina realizada por Pedrero Esteban et al. (2025) evidencia la consolidación industrial del podcast en español. Sin embargo, los estudios reunidos proceden sobre todo de ciertos mercados y observan objetos diversos; por ello, no permiten afirmar una tendencia universal de monetización o de consumo. La dependencia de plataformas merece seguimiento mediante comparaciones entre países y modelos de producción.

Finalmente, Avilés Rodilla (2022) constató que parte de la oferta de emisoras argentinas sigue subordinada a programas de antena, mientras la producción nativa apenas se desarrolla. En conjunto, el corpus permite distinguir entre archivo radiofónico distribuido a la carta, podcast concebido para escucha episódica y proyecto sonoro con extensiones multimedia, sin convertir estas modalidades en etapas obligatorias de evolución. La interpretación queda condicionada por la selección realizada por una persona, los idiomas español e inglés y las restricciones de acceso a textos completos. Tampoco permite valorar formalmente el riesgo de sesgo ni establecer superioridad causal de un formato. Estudios futuros podrían contrastar las tres modalidades con muestras comparables, estrategias de búsqueda reproducibles y datos directos de audiencia.

4. Conclusiones

La literatura de 2020 a 2025 permite responder que el podcast se utiliza para el periodismo, la ficción y la divulgación, y que sus tendencias más visibles son la diversificación narrativa, el crecimiento de plataformas, la profesionalización desigual y la extensión de algunos relatos a otros soportes. El episodio conserva un lenguaje primordialmente sonoro; su dimensión multimedia se concreta en las formas de circulación, acceso e interacción que lo acompañan.

El aporte de la revisión consiste en relacionar dos planos de lectura de la evidencia: las tres modalidades permiten distinguir cómo se configura y circula el producto sonoro, y los cinco ejes permiten comparar qué se investiga sobre sus formatos, usos, producción, extensiones y audiencias. Esta organización facilita responder al objetivo integrador y evita confundir la distribución en varias plataformas con una expansión narrativa o con participación efectiva. Se trata de una síntesis organizadora de categorías presentes en los estudios revisados, no de una taxonomía enteramente nueva ni de una clasificación exhaustiva o excluyente. Su utilidad aplicada es orientar decisiones sobre propósito, recursos expresivos, destinatarios y estándares: verificación en periodismo, precisión en

divulgación y oportunidades efectivas de intervención en proyectos participativos.

Por la heterogeneidad de los diseños y contextos de los 25 estudios, los hallazgos no constituyen una estimación generalizable de efectos. La valoración crítica descriptiva limita el alcance de las conclusiones y no permite establecer una certeza formal de los hallazgos. Se recomienda investigar comparativamente países latinoamericanos, audiencias y modelos de distribución, así como evaluar accesibilidad y participación con datos obtenidos directamente de los usuarios.

Declaraciones editoriales

Contribuciones de autoría: Alexis Fernando Díiaz Sánchez fue responsable de la elaboración integral del manuscrito, incluyendo el desarrollo de todas sus secciones, la revisión crítica del contenido y su validación académica. Asimismo, aprobó la versión final para su envío a la revista y asume la responsabilidad por el contenido del artículo.

Financiamiento: La investigación no recibió financiamiento externo.

Conflictos de interés: El autor declara no tener conflictos de interés relacionados con el presente estudio.

Uso de IA: El autor declara que no utilizaron herramientas de inteligencia artificial en la elaboración del manuscrito.

Referencias

Andok, M. (2025). Podcast—The remediation of radio: A media theoretical framework for podcast research. *Journalism and Media, 6*(1), Article 7. https://doi.org/10.3390/journalmedia6010007

Avilés Rodilla, C. (2022). De la radio al podcast: Tipologías, dimensión estructural, géneros y formatos en la producción de podcasts de las principales radios argentinas. *Austral Comunicación, 11*(2), 1–35. https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.avi

Barrios-Rubio, A. (2021). Radio, music and podcast in the consumption agenda of Colombian adolescents and youth in the digital sonosphere. *Communication & Society, 34*(3), 31–46. https://doi.org/10.15581/003.34.3.31-46

Barrios-Rubio, A. (2025). Cartography of podcasting in Colombia: Configurations, trends and challenges. *Journalism and Media, 6*(3), Article 135. https://doi.org/10.3390/journalmedia6030135

Campbell, M., McKenzie, J. E., Sowden, A., Katikireddi, S. V., Brennan, S. E., Ellis, S., Hartmann-Boyce, J., Ryan, R., Shepperd, S., Thomas, J., Welch, V., & Thomson, H. (2020). Synthesis without meta-analysis (SWiM) in systematic reviews: Reporting guideline. *BMJ, 368*, l6890. https://doi.org/10.1136/bmj.l6890

Carvajal, M., Marín-Sanchiz, C.-R., & Navas, C. J. (2022). The daily news podcast ecosystem from the strategy and business model perspectives. *Profesional de la Información, 31*(5), e310514. https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.14

Contreras, L. M., García-Marín, D., & Ardini, C. G. (2022). Anatomía del transpodcaster: Un nuevo perfil de productor en el podcast independiente. *Austral Comunicación, 11*(2), 1–31. https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.con

De la Mano González, M., & Sánchez Serrano, C. (2024). El pódcast como objeto de estudio en el área de comunicación: Análisis de la producción científica en Scopus (2004–2023). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 30*(3), 635–646. https://doi.org/10.5209/emp.96085

Espada, A. (2022). Profesionalización e industrialización del modelo productivo del podcast en la Argentina: Un estudio de los modelos de negocio de las redes y productoras locales entre 2019 y 2020. *Austral Comunicación, 11*(2), 1–33. https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.esp

García de Torres, E., Legorburu, J. M., Parra-Valcarce, D., Edo, C., & Escobar-Artola, L. (2025). Intimacy in podcast journalism: Ethical challenges and opportunities in daily news podcasts and documentaries. *Media and Communication, 13*, Article 8994. https://doi.org/10.17645/mac.8994

García-Estévez, N., & Cartes-Barroso, M. J. (2022). The branded podcast as a new brand content strategy: Analysis,

trends and classification proposal. *Profesional de la Información, 31*(5), e310523. https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.23

García-Marín, D. (2022). New media, new practices? A study of the first Spanish podcast community and its pioneers. *Social Sciences, 11*(7), Article 308. https://doi.org/10.3390/socsci11070308

García-Marín, D., & Aparici, R. (2020). Voces domesticadas y falsa participación: Anatomía de la interacción en el podcasting transmedia. *Comunicar, 28*(63), 97–107. https://doi.org/10.3916/C63-2020-09

García-Marín, D., Terol-Bolinches, R., & Oliveira, M. (2023). Estudios sobre pódcast: Evolución, temas y perspectivas en la publicación científica en España y Portugal (Dialnet y RCAAP). *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (62), 11–30. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.01

Johnson, K., & McCall, M. (2025). Trust in pod: Listener trust of news content heard on different genre podcasts. *Media and Communication, 13*, Article 9182. https://doi.org/10.17645/mac.9182

Jorgensen, B. (2021). Playing with perspective: Narrative voice and trust in Australian independent podcasts. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, 19*(1), 137–153. https://doi.org/10.1386/rjao_00038_1

Katzenberger, V., Keil, J., & Wild, M. (2025). The podcast revolution? Exploring journalistic pioneers beyond legacy media. *Journalism and Media, 6*(1), Article 20. https://doi.org/10.3390/journalmedia6010020

Lacey, K. (2025). Listening in good faith: Cosmopolitan intimacy and audio journalism. *Media and Communication, 13*, Article 9147. https://doi.org/10.17645/mac.9147

Martínez-Costa, M. P., Amoedo-Casais, A., & Moreno-Moreno, E. (2022). The value of podcasts to journalism: Analysis of digital native media brands' offerings, production and publishing in Spain. *Profesional de la Información, 31*(5), e310503. https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.03

Martínez Otón, L., Leoz Aizpuru, A., & Pedrero Esteban, L. M. (2022). Los podcasts informativos diarios en España: Evolución de la oferta y aportaciones narrativas del formato. *Austral Comunicación, 11*(2), 1–27. https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.leo

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ, 372*, n71. https://doi.org/10.1136/bmj.n71

Pedrero Esteban, L. M., Espada, A., Pérez Escoda, A., & Martín Nieto, R. (2025). Hacia el afianzamiento de la industria cultural del podcast en español: Análisis de la producción en España y Argentina. *Revista de Comunicación, 24*(1), 409–429. https://doi.org/10.26441/RC24.1-2025-3802

Pérez-Alaejos, M. P., Terol-Bolinches, R., & Barrios-Rubio, A. (2022). Podcast production and marketing strategies on the main platforms in Europe, North America, and Latin America: Situation and perspectives. *Profesional de la Información, 31*(5), e310522. https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.22

Pinto, B., Matias, A., & Granado, A. (2024). Measuring the effectiveness of communication of a podcast on food sustainability. *Frontiers in Communication, 9*, Article 1421692. https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1421692

Rehman, N., Edkins, V., & Ogrinc, N. (2024). Using podcasts to bridge the gap between science communication and specialized scientific fields: A case study of mass spectrometry. *Frontiers in Communication, 9*, Article 1384389. https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1384389

Rethlefsen, M. L., Kirtley, S., Waffenschmidt, S., Ayala, A. P., Moher, D., Page, M. J., & Koffel, J. B. (2021). PRISMA-S: An extension to the PRISMA statement for reporting literature searches in systematic reviews. *Journal of the Medical Library Association, 109*(2), 174–200. https://doi.org/10.5195/jmla.2021.962

Rivadeneyra Olcese, C. (2022). Taxonomía del podcasting peruano. *Austral Comunicación, 11*(2), 1–33. https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.olc

Rodríguez-Ortiz, R., & Fernández-Sande, M. (2025). Analysis of narrative strategies in independent non-fiction

narrative podcasts in Ibero-America. *Media and Communication, 13*, Article 9096. https://doi.org/10.17645/mac.9096

Ruiz Gómez, S., Alcudia Borreguero, M., & Legorburu Hortelano, J. M. (2022). Radio y podcast: La nueva vida de la ficción sonora en España (2012–2021). *Austral Comunicación, 11*(2), 1–30. https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.gom

Sharon, T. (2023). Peeling the pod: Towards a research agenda for podcast studies. *Annals of the International Communication Association, 47*(3), 324–337. https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2201593

Terol, R., Pedrero Esteban, L. M., & Pérez Alaejos, M. (2021). De la radio al audio a la carta: La gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante. *Historia y Comunicación Social, 26*(2), 475–485. https://doi.org/10.5209/hics.77110

Vilceanu, M. O. (2025). Parasocial intimacy, change, and nostalgia in podcast listener reviews. *Media and Communication, 13*, Article 9059. https://doi.org/10.17645/mac.9059

Wang, H., Yan, Z., & Meng, J. (2025). Intimacy and professionalism: Dilemmas in the practice of Chinese podcasters. *Media and Communication, 13*, Article 9054. https://doi.org/10.17645/mac.9054

Wendland, J. (2024). Building a better participatory culture and enhancing sense of community in podcasts: Systematic literature review. *Journal of Radio & Audio Media*. https://doi.org/10.1080/19376529.2024.2347609

Xu, J., Wang, Z., Luo, T., & Liu, S. (2025). Strategic choices for balancing intimacy and professionalism: Content analysis of Chinese podcasts on Himalaya. *Media and Communication, 13*, Article 9126. https://doi.org/10.17645/mac.9126

Žikić, S., & Markov, Č. (2025). Podcasting in Serbia: Podcasters' perspectives on emerging roles, practices, and functions. *Media and Communication, 13*, Article 9050. https://doi.org/10.17645/mac.9050