



**El videopodcast como recurso comunicativo dinamizador en los procesos de divulgación científica académica en Uniminuto CRS**

Luna Camila Vega Gutiérrez y Juan David Torres Munera

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Centro Universitario Uniminuto Soacha

Programa Comunicación Social y Periodismo

Comunicación Social - Periodismo

2022

La Paradoja:

**El videopodcast como recurso comunicativo dinamizador en los procesos de divulgación científica académica en Uniminuto CRS.**

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Comunicadores  
Sociales - Periodistas

Asesor

Miguel Ángel Castiblanco

Magíster en Docencia

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Centro Universitario Uniminuto Soacha

Sede Soacha (Cundinamarca)

Programa Comunicación Social - Periodismo

## Dedicatorias

Para madre, padre, lola y mis 5 ángeles...

Juan David Torres

A mi madre y mis hermanos que me apoyaron durante todo el proceso, pero, sobre todo, a la Camila de 8 años que decidió que un día sería periodista.

Luna Camila Vega

## **Agradecimientos**

Mis agradecimientos a todos los maestros que tuve durante mi formación profesional en esta carrera, al profesor Miguel por su gran aporte al proyecto durante cada una de sus fases, y a mi familia por su ayuda y comprensión.

Juan David Torres.

Mis más profundos agradecimientos a Zulma, Mariana y Santiago por no dejarme desfallecer, a mis abuelos, familiares y amigos por confiar en mí. A todos los docentes de la carrera que forjaron una nueva periodista y a Miguel Castiblanco por acompañarnos en este proceso.

Luna Camila Vega.

**Tabla de contenido**

Resumen .....	8
Introducción .....	10
Capítulo I.....	12
Planteamiento del problema .....	12
Descripción y formulación del problema .....	13
Pregunta de investigación.....	21
Objetivo de investigación.....	21
Objetivos específicos de investigación .....	21
Justificación.....	22
Sub-línea del programa al que le apunta el trabajo. ....	23
Capítulo II .....	25
Marco Teórico. ....	25
Estado del arte .....	26
Categorías teóricas .....	43
Capítulo III .....	56
Marco Metodológico. ....	56
Metodología .....	57
Diseño de investigación .....	60
Técnicas para la recolección de datos. ....	63

Análisis e interpretación.....	122
Capítulo IV .....	127
Desarrollo de la propuesta.....	127
Capítulo V .....	186
Resultados .....	186
Capítulo VI.....	189
Discusión y conclusiones .....	189
Referencias bibliográficas:.....	197
Anexos:.....	203

**Índice de tablas**

Tabla 1.....	63
Tabla 2.....	66
Tabla 3.....	112
Tabla 4.....	113
Tabla 5.....	115
Tabla 6.....	116
Tabla 7.....	117
Tabla 8.....	121
Tabla 9.....	205
Tabla 10.....	209
Tabla 11.....	216
Tabla 12.....	221
Tabla 13.....	225

**Índice de ilustraciones**

Ilustración 1.....	108
Ilustración 2.....	109
Ilustración 3.....	110

## **Resumen**

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo dinamizar e innovar los procesos existentes de divulgación científica académica, referentes a las investigaciones realizadas desde UNIMINUTO Centro Regional Soacha. Para ello, inicialmente se realizó una revisión documental de experiencias previas que se acercaran al campo de estudio en cuestión, además, con el fin de brindar bases teóricas, se establecieron tres categorías que guiaron el estudio. En cuanto a la metodología, esta se desarrolló con carácter cualitativo, y su diseño metodológico es el I+D+I (Investigación, desarrollo e innovación), por lo que las técnicas de investigación empleados fueron la recopilación documental, entrevistas en profundidad, rejilla de valoración y comunidades online, todo lo anterior con el fin de sustentar cada fase investigativa. En relación con el producto comunicativo, se realizó un videopodcast de un episodio piloto y cinco capítulos oficiales, en los cuales se exploraron distintos proyectos investigativos surgidos desde UNIMINUTO CRS, y se comprobó la utilidad del videopodcast como herramienta efectiva para la divulgación científica académica.

**Palabras clave:** Videopodcast, podcast, divulgación científica académica, radio, investigación, innovación

## **Abstract**

The objective of this research work is to dynamize and innovate the existing processes of academic scientific dissemination, related to the research carried out from UNIMINUTO Centro Regional Soacha. For this, initially a documentary review of previous experiences that approached the field of study in question was carried out, in addition, in order to provide theoretical bases, 3 categories that guided the study were established. As for the methodology, this was developed with a qualitative character, and its methodological design is R&D&I (Research, Development and Innovation), so the research instruments used were the documentary collection, in-depth interviews, primary groups and online communities, all of



the above in order to support each research phase. In relation to the communicative product, a videopodcast of \_ chapters was made, in which different research projects emerged from UNIMINUTO CRS were explored, also the human facet of each guest was explored, in order to generate an empathic link between transmitter and receiver.

**Keywords:** Videopodcast, podcast, academic science outreach, radio, research, innovation

## **Introducción**

Toda investigación surge desde una necesidad, en este caso se dio debido a la falta de diversos espacios en los cuales sea posible divulgar una investigación realizada desde UNIMINUTO CRS. En la actualidad la divulgación científica académica se limita a la aparición en revistas de divulgación científica por medio de artículos académicos con una estructura ya definida, y publicaciones en libros o páginas de internet referentes a la investigación. Por esta razón se ideó un producto audiovisual, que rompa con las estructuras anteriormente mencionadas, que busca exponer el trabajo investigativo, y humanizar dicho proceso, acercándose al investigador.

Para lograr la implementación del producto audiovisual en primer lugar se realizó una extensa investigación sobre antecedentes surgidos desde espacios académicos que se apoyaran de la tecnología para dinamizar diversos procesos de divulgación. De la misma forma, se consultaron teóricos que hubiesen hablado de la importancia de la innovación en la divulgación de procesos investigativos, la aproximación teórica del podcast y el videopodcast como formatos comunicativos, la comunicación como eje dinamizador en los procesos divulgativos de la investigación científica académica y la divulgación y visibilización como algo clave para la apropiación del conocimiento científico académico.

Con el fin de seguir el método científico, se implementó una metodología de carácter cualitativo, que permitiese aproximarse al sujeto de estudio desde el campo de la comunicación, implementando además el diseño metodológico I+D+I (Investigación, desarrollo e innovación). La metodología fue dividida en tres fases, la primera siendo investigación y diagnóstico, que tiene como instrumento de la recopilación documental, por otra parte, en la fase dos, titulada estructuración y planificación, en la que se implementó el instrumento de entrevistas en profundidad, y finalmente la fase tres, titulada creación e

implementación, sus técnicas investigativas son la rejilla de valoración y las comunidades online.

La principal motivación para la realización de esta investigación es la de incentivar nuevas investigaciones desarrolladas en UNIMINUTO CRS, y la ya mencionada anteriormente, la creación de un espacio innovador.

En cuanto a los actores activos de la investigación, estos pueden ser divididos en tres: a) los realizadores de la investigación, b) los participantes de las entrevistas a profundidad y la rejilla de valoración, quienes ayudaron a comprender unos imaginarios previos sobre la investigación y la divulgación de la misma, además de participar de una retroalimentación en la que pudieron evidenciar las fortalezas y falencias existentes en el piloto del producto comunicativo, y c) aquellos investigadores que fueron invitados al programa (La Paradoja), quienes compartiendo sus experiencias investigativas dieron forma a lo establecido en la fase 3 del diseño metodológico.

Finalmente, se revisará el cómo el videopodcast puede ser ese punto cuasi necesario para la revolución de las formas tradicionales de divulgación, en búsqueda de estar a la vanguardia de los tiempos actuales, la tecnología y tantas herramientas surgidas con el pasar de los años como apoyo para un proceso de divulgación científica académica.

## **Capítulo I**

### **Planteamiento del problema**

## **Descripción y formulación del problema**

Al hablar de divulgación científica, diferentes acotaciones se deben considerar como necesarias para comprender el problema que se plantea en la presente investigación, comenzando por entender aquello que llega a fallar y dificultar el ejercicio correcto a la hora de divulgar. Para comprender mejor el concepto de divulgación científica es primordial mencionar lo citado en el artículo de Belenguer titulado Información y divulgación científica: dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico (2003):

Lo que entendemos por Divulgación Científica es precisamente esto: toda actividad de explicación y difusión de los conocimientos, la cultura y el pensamiento científico y técnico, bajo dos condiciones, con dos reservas: la primera es que estas explicaciones y esa difusión del pensamiento científico y técnico sean hechas fuera de la enseñanza oficial o de enseñanzas equivalentes.... La segunda reserva es que estas explicaciones extraescolares no tengan por fin formar especialistas, ni tampoco perfeccionarlos en su propia especialidad, ya que, por el contrario, reivindicamos completar la cultura de los especialistas fuera de su especialidad (Págs. 45,46)

Es decir que la divulgación científica existe con el propósito de hacer llegar el conocimiento científico más allá de su nicho, creando interés en aquellos que no se encuentran relacionados directamente con las diferentes temáticas abordadas.

Durante esta labor, las ideas que se reflejan en un medio que sirva como difusor científico, pueden llegar a ser poco claras, un investigador debe entender que, al redactar sus planteamientos, si bien se dirige en su mayoría a un público que pueda lograr entender términos y detalles complejos, es probable que agentes externos a la academia se interesen y se acerquen a examinar lo que se encuentra entre las hojas de un gran proyecto investigativo, por lo que al encontrarse con un sinfín de palabras inentendibles, puede pasar que, lo que encuentra en un principio como algo fascinante, se convierta en algo tedioso, que produzca la

pérdida del interés inicial, y pierda la motivación de seguir escuchando, leyendo o viendo un producto como este. Es entendible que un investigador, sea profesional o que esté en camino a serlo, quiera mostrarse con la suficiente sabiduría frente a sus lectores, que quiera forjarse una gran reputación, pero de él depende también el hacerse entender, de él depende hacer llegar la información de manera más sencilla y clara, solo así generará interés, y abrirá la posibilidad a que muchos más se quieran acercar a esta clase de estudios.

Cabe resaltar que, la divulgación científica tiene muchas causas y razones para su surgimiento, una de ellas, y posiblemente de las más importantes se basa en la necesidad de alfabetizar científicamente a la sociedad, haciéndolo siempre desde varias áreas del conocimiento, y pensando en mantener cubiertas todas las ciencias posibles; es así que miles de estudiantes, investigadores y científicos se han beneficiado, han logrado sustentar distintos proyectos académicos, que de igual manera servirán como soporte para proyectos investigativos futuros. Así mismo, dentro de los temarios a considerar en este planteamiento, cabe mencionar el conocido como ‘apropiación del conocimiento’, sobre esto el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación [Minciencias] menciona que la “Apropiación social del conocimiento, entendiendo por esta, un proceso de comprensión e intervención de las relaciones entre tecnología y sociedad, construido a partir de la participación activa de los diversos grupos sociales que generan conocimiento” (Minciencias, 2010). Así también lo citan Lozano y Maldonado en su artículo Estrategia Nacional De Apropiación Social De La Ciencia, La Tecnología Y La Innovación (2010) “Los grupos sociales involucrados en las dinámicas de producción y uso del conocimiento tengan mayor conciencia y capacidad de acción frente a aquellos fenómenos que los afectan directa e indirectamente, más profundo será su grado de apropiación del conocimiento” (Pág. 35). Se trata de un acto de dar y recibir, un espacio en el que los involucrados se comprometen a aprender y enseñar, con el fin de generar más conocimiento.

Por otra parte, para tratar la investigación, hace falta comprender sus formas, que son muchas, pero en este caso, el enfoque se hará sobre la investigación aplicada y la investigación situada. En el caso de la primera, esta se destaca por los diferentes ámbitos en los que puede impactar, como lo sería la ciencia, problemas sociales y empresariales, se ayuda de la investigación básica y aterrizada, solamente tomando conocimientos necesarios para el caso investigativo que se esté dando, esta forma de investigación pretende resolver situaciones reales, las estudia y las analiza para hallar sus soluciones, una vez encontrada las aplica en las situaciones donde radicó el problema, es así que logra hacerse atemporal para futuros investigadores, crea conocimientos que facilitan procesos, sea en la vida, la ciencia o las empresas. Vargas y Rosa mencionan en la Revista Educación vol. 33 La Investigación Aplicada: Una Forma De Conocer Las Realidades Con Evidencia Científica (2009) “La investigación aplicada constituye un enlace importante entre ciencia y sociedad. Con ella, los conocimientos son devueltos a las áreas de demanda, ubicadas en el contexto, donde se da la situación que será intervenida” (Pág. 10). Resaltando de nueva cuenta la ciencia y la sociedad como claves para esta clase de investigación.

Por otro lado, la investigación situada es aquella que se centra en un tema específico y lo analiza desde todos sus ámbitos e implicaciones, sea sociales o científicos; a partir de ahí, busca soluciones generando conocimientos en el tema seleccionado, aportando experiencia de la mano de profesionales, y siempre que sea posible desde la práctica, una vez que logra esto, pretende impactar con lo investigado al objeto de estudio, mejorando condiciones, generando formación (si se trata de un tema empresarial) y finalmente supervisando y acompañando los procesos con el fin de cumplir los propósitos y expectativas planteadas.

Lo anterior, permite pasar directamente a las consecuencias, y para este caso, debemos comenzar con la desinformación, este es uno de los principales problemas que se presenta ante la divulgación científica, pues como se mencionaba en el párrafo anterior, así como

existen sitios que son de ayuda para la divulgación, existen otros que, si bien sirven como repositorio de información, no se trata de una que sea revisada por expertos, lo que da pie a una falta de acercamiento a la verdad, que supone el soportar investigaciones y divulgaciones científicas sobre datos no certificados, que lleva hacia una desinformación interminable, que no hace otra cosa que afectar al periodismo, a profesionales y a los mismos investigadores que alguna vez se esmeraron por un proyecto investigativo.

Decir que la realización de un estudio para una ciencia específica es difícil, hoy en día es algo normal entre estudiantes universitarios, Rivas menciona en la Revista Sapienza Organizacional vol. 4 La importancia de la Divulgación Científica en la investigación (2017) “ Es fundamental para el proceso de investigación por cuanto se está en contacto con los pares del mundo científico (...), crea una red de información que resulta vital para el avance en conjunto de la comunidad académica” (Pág. 241). La no aplicación de tesis contribuye a la creciente de este inconveniente, esta es otra de las consecuencias de las que se debe hablar en el presente apartado, se trata de un reto que la divulgación científica debe aceptar y afrontar con gran inteligencia, se convierte en una necesidad, la reestructuración en sus formas de realización, una renovación que de ninguna manera afecte lo que logra y ha logrado la divulgación científica hasta el día de hoy, más bien, lo que deberá hacer, a partir del surgimiento de distintos medios y tecnologías, es identificar aquellos que puedan permitir primero facilitar el acceso a la información, segundo que lo haga de manera innovadora y entendible para más personas que se interesen, la idea es generar atracción por la ciencia, lograr su comprensión y resaltar su importancia para la sociedad.

Por su parte y gracias a la divulgación científica es que hoy se hace posible hablar de la transferencia de conocimientos, un proceso mediante el cual investigaciones científicas y todos sus descubrimientos y hallazgos se conjugan entre distintas partes interesadas, solo con el fin de la obtención de la información. La tecnología para este punto juega un papel



sumamente importante, pues gracias al avance de esta con el pasar de los años, se hace más sencillo aplicar la transferencia de conocimientos, esto debido a las múltiples plataformas de almacenamiento de información, como de divulgación, según el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación [Minciencias] 2016), la transferencia de información “se ha convertido en un eje esencial en los procesos de innovación; comprende acciones conjuntas entre diversos actores y en distintos niveles para el desarrollo, aprovechamiento, uso, modificación y difusión de nuevas tecnologías” (Minciencias, 2016). Es ahí donde radica también la importancia de una solución al inconveniente planteado en párrafo anterior, urge en este punto la innovación de la forma de divulgación científica, que logré despertar el interés tanto de estudiantes como de profesionales que se interesen en la realización de un estudio para una ciencia específica.

Todo lo anterior, se debe hacer no sin antes realizar una investigación exhaustiva de todos los productos surgidos en los últimos tiempos de divulgación científica, productos que cumplan de manera renovada y dinámica con el trabajo en curso, que no es otro que alfabetizar a la sociedad científicamente, sino que también despierten interés tanto para los estudiosos como en más audiencias, que tengan una producción que acerque más que alejar a las personas a las diferentes ciencias que se aborden, que permita un entendimiento generalizado y que a su vez, como lo hacen los repositorios de investigaciones científicas, sirvan para el soporte de todos los proyectos académicos a futuro.

Ahora bien, la base para la divulgación científica es sin duda alguna la creación previa de trabajos investigativos que realicen con su estudio un cambio en la sociedad, ya que como plantea el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología (2020) en el texto Indicadores en Ciencia y Tecnología - Colombia 2019 “Los investigadores son el motor para la generación de nuevos conocimientos (...), contribuyendo así a la solución de las diferentes

problemáticas de un país. (...) por lo tanto, resulta interesante analizar la cantidad y calidad de documentos científicos producidos” (Pág. 202)

Según el escrito, por cada 100.000 habitantes en el 2017 existen 23.65 documentos Scopus en Colombia, una cifra bastante alejada de Canadá, por ejemplo, en el cual existen 297.35 documentos. (Pág. 202). Aunque en la ejecución práctica de la investigación en curso se tomarán en cuenta únicamente los documentos científicos de corte académico en el Centro Regional Soacha de UNIMINUTO, es pertinente comprender la cantidad de documentos investigativos en el país en comparación con otros para comprender la escasez que existe de estos a nivel general.

Desde la labor de la comunicación es posible contribuir a la creación de más documentos de corte científico gracias a la correcta divulgación de los mismos, ya que, tal y como cita Rosales, en el artículo titulado Divulgación científica en Internet (2013) La divulgación científica “es una labor multidisciplinaria cuyo objetivo es comunicar, utilizando una diversidad de medios, el conocimiento científico a distintos públicos voluntarios, recreando ese conocimiento con fidelidad y contextualizándolo para hacerlo accesible” (Pág. 26). Al tratarse de una tarea de exigencia multidisciplinaria, es posible trabajar de la mano desde la comunicación social con cualquier otra área del conocimiento, permitiendo así brindar una experiencia complementaria que enriquezca tanto a quienes comunican como a quienes que quieren comunicar algo.

Al ser un trabajo mancomunado, el rol del comunicador es guiar el proceso sin modificar la esencia de este, permitiendo así que no se tergiverse la información, y el mensaje sea entregado de forma más accesible, pero sin perder el sentido de este.

Debido a que la comunicación contiene múltiples propósitos dentro de sí, es pertinente comprender que esta tiene el poder de generar un desarrollo en diferentes áreas del conocimiento y dentro de la sociedad en sí, por lo cual comparte propósito con el

conocimiento científico, ya que como argumenta nuevamente el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología (2020) en el texto Indicadores en Ciencia y Tecnología - Colombia 2019 “El conocimiento es considerado como uno de los factores de mayor importancia para el desarrollo social, económico y productivo de un país. Promover y consolidar capacidades formativas para la ciencia permitirá fortalecer capital humano especializado para el desarrollo productivo” (Pág. 45).

Los comunicadores, gracias a su labor conocen las herramientas necesarias y las estrategias más viables para que un contenido pueda alcanzar un auge en su difusión y cree un impacto en aquellos que lo consumen, logrando así que un proyecto que pudo haberse quedado solamente en su nicho, sea explorado y consumido por diferentes sectores de interés y campos de estudio.

Respecto a lo anterior, Belenguer (2003) afirma que “La divulgación tiene diferentes formas y, por lo tanto, diferentes mecanismos y discursos.” (Pág. 46). Entre los cuales menciona las 4 categorías planteadas por Daniel Raichvarg y Jean Jacques: Divulgación por escritura, por la palabra, por la imagen, y en tres dimensiones; entre éstas, se pueden encontrar los programas radiofónicos y sistemas multimedia, (Añadido por Belenguer). Además, se menciona la importancia de anexar las herramientas que las nuevas tecnologías proporcionan para la divulgación. (Belenguer, 2003).

Una de las posibles herramientas a usar que surgió gracias a la era del internet es el podcast, definido por Gallego (2010) como la práctica de crear y distribuir contenido auditivo con base a las libertades creativas que permite el internet a la hora de realizar un intercambio de conocimientos (Pág. 66). Y es que es justamente ese el valor diferencial que permite al podcast convertirse en una excelente herramienta para la divulgación científica, su libertad creativa; esta lo ha llevado a ser un formato en el cual es posible abordar cualquier tema, sin importar su relevancia o trascendencia. Así mismo, gracias a esta libertad ha evolucionado su

formato según las necesidades creativas de los podcasters, fusionándose con otras herramientas digitales para darle vida al videopodcast, el cual es una herramienta multimedia que permite ver las grabaciones de los episodios y además puede implementar diferentes recursos visuales como imágenes de apoyo o videos sobre la grabación principal.

Es importante en este punto aclarar el concepto ‘podcaster’ anteriormente mencionado, se denomina de esta forma a aquellas personas que realizan un podcast o que son participes de alguno, también, según (Oxford Learner’s Dictionaries, s. f.) podcaster es “una persona que hace un audio o grabación y lo pone en internet”, así mismo, según Tenorio (2008) podcaster es aquel que produce “una de las distintas vías desarrollo fruto de la evolución lógica del lenguaje radiofónico, de esta manera se suman nuevos conceptos a los ya establecidos, obtenidos del resultado de la sinergia con los nuevos formatos TIC”.

El videopodcast como herramienta de divulgación científica académica permite generar un mayor alcance en el público objetivo, ya que puede consumirse tanto en formato auditivo únicamente como en formato audiovisual, brindando así un dinamismo a la forma de divulgar contenido científico de carácter académico.

Para concluir es pertinente citar a Briceño (2012) quien en el apartado titulado La importancia de la divulgación científica afirma que esta “se trata de tender un puente entre el mundo científico y el resto del mundo; es el canal que permite al público la integración del conocimiento científico a su cultura.” (Pág. 3). Desde la labor de la comunicación y el periodismo es posible construir dicho puente de múltiples formas gracias a las herramientas disponibles en la actualidad y con los conocimientos adecuados como los expuestos anteriormente.

### **Pregunta de investigación**

¿De qué forma el videopodcast como recurso comunicativo puede dinamizar de manera creativa los procesos de divulgación científica académica desarrollados en UNIMINUTO Centro regional Soacha?

### **Objetivo de investigación**

Explorar las posibilidades del videopodcast como recurso comunicativo en los procesos de divulgación científica académica desarrollados en UNIMINUTO Centro regional Soacha dinamizando la apropiación del conocimiento en la comunidad académica.

### **Objetivos específicos de investigación**

#### **1. Caracterizar**

Identificar experiencias exitosas de divulgación científica en contextos universitarios caracterizando sus audiencias, alcances, limitaciones y valores diferenciales en sus procesos de difusión.

#### **2. Comprensión / análisis**

Definir la estructura y lineamientos que orientarán la creación del videopodcast como recurso comunicativo a partir de la construcción de espacios de diálogo y encuentro entre docentes investigadores y estudiantes.

#### **3. Devolución creativa / hacer**

Implementar a manera de propuesta comunicativa el videopodcast bajo criterios de creatividad, dinamismo e innovación con impacto en la visibilización de procesos de investigación científica académica generados en UNIMINUTO CRS.

## **Justificación**

La divulgación científica, si bien a través de los años ha servido como un medio para exponer y dar a conocer trabajos de investigación científica académica, no goza de gran interacción del sector estudiantil, ni difusión por el sector investigativo, por el contrario, una vez que son realizados los distintos proyectos, muchos de ellos pierden visibilidad con el pasar de los años, a pesar del gran aporte y contribución que puedan dar, dependiendo del temario que traten. Se hace entonces necesario, un nuevo medio, una nueva forma de generar la divulgación científica académica, que explore y resalte los trabajos investigativos, y que, a su vez, llame y reúna a todos aquellos que se puedan interesan por un tema en específico, sean o no investigadores, sea o no su campo de investigación.

El paso del tiempo, las distintas tecnologías que han surgido, y las nuevas formas de difusión existentes, así como generan facilidades para la exposición de materiales investigativos, puede también opacar y dejar atrás a aquellos que se basen solamente en la forma de divulgación tradicional. De esta forma, se resalta entonces que, si bien las nuevas formas de difusión son realmente claves para visibilizar procesos de investigación científica académica, también puede opacar y dejar atrás, de manera abrumadora las formas conocidas de divulgación, creando una brecha que a medida que pasen más los años, se puede hacer abismal.

La presente investigación es viable, pues la metodología aplicada, se basó en la búsqueda de material de habla de divulgación científica, podcast y videopodcast, información que sumara toda clase de conceptos y hallazgos a las bases del trabajo, y su posterior aplicabilidad en materia de la creación de un producto para la devolución creativa que cumpla como método de divulgación, a la que se le deben sumar los recursos universitarios, humanos e informativos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Este estudio, pretende contribuir desde su investigación, como su ejecución, a nivel local, nacional e internacional, para las futuras investigaciones o trabajos científicos que exploren la temática del podcast o el videopodcast como su medio principal de divulgación; busca que este instrumento, sea tomado como un elemento esencial para la exposición de trabajos científicos e investigativos realizados por la comunidad de UNIMINUTO CRS, para la sociedad científica, como para agentes externos, que se interesen o simplemente les apasione los diversos trabajos realizados desde el ámbito universitario, esto debido a su innovación, sus facilidades y formas de exposición, pero principalmente el gran auge que ha tomado con el pasar de los años este formato, que sirve y es utilizado como medio comunicación.

#### **Sub-línea del programa al que le apunta el trabajo.**

La línea de investigación de UNIMINUTO CRS en la que se apoya este proyecto es la que lleva como título “Desarrollo humano y comunicación”, línea que se basa en distintos intereses como lo son el lenguaje, el pensamiento, los medios de comunicación tradicionales y los alternativos, de estos dos últimos, mencionan que “los medios masivos de comunicación se constituyen en un actor social preponderante y su importancia radica en la conformación de nuevos aprendizajes sociales” (Corporación Universitaria Minuto De Dios, 2015). Además, también destacan instrumentos como la radio y la televisión comunitaria como factor importante en el aprendizaje social. Por otro lado, también advierte la complejización con las formas de mediatización tras la llegada de la era digital, al respecto, mencionan que “el panorama mediático se ha complejizado con el advenimiento de la era digital y popularización de las nuevas tecnologías de información y comunicación” (Corporación Universitaria Minuto De Dios, 2015) . Tanto en el aspecto de las nuevas formas de aprendizaje, como la realidad de la evolución de la era digital y con esto las formas de divulgación, hacen parte de este proyecto, entendiéndose ambos puntos como columna vertebral para lo que es la divulgación

científica como una forma de enseñanza/aprendizaje, su necesidad de evolución de la mano de los recursos que brinda la tecnología con el pasar de los años.

Socialmente, el proyecto investigativo que se plantea, gracias al área de estudio que explora, busca beneficiar a estudiantes, docentes investigadores y profesionales, tanto para la difusión de los procesos de investigación científica académica, como repositorio de los que vayan surgiendo a medida que pase el tiempo, pues se busca que se implemente y se quede como un método institucional para el ámbito universitario, sentándose como una de las bases que cumpla como un método de divulgación científica, usándose bien sea para esto, o para la realización de futuras investigaciones compatibles que se puedan llevar a cabo en UNIMINUTO CRS.



**Capítulo II**  
**Marco Teórico.**

## **Estado del arte**

Con el fin de obtener un panorama frente al campo de estudio presentado, es necesario realizar una búsqueda documental sobre la forma y las experiencias investigativas previas que se han desarrollado bajo la temática a tratar; con el propósito de comprender y analizar qué elementos de dichos trabajos previos pueden aportar a la consolidación del proyecto a desarrollar, así mismo, identificar posibles factores que no guíen la investigación por el camino esperado. Para ello, se recolectaron 17 trabajos previos, por medio de herramientas digitales como el repositorio de UNIMINUTO, bases de datos como Scielo, Redalyc, Dialnet, entre otras. Respecto a su proceso de selección, se filtraron aquellos trabajos que cumplieren con características como pertinencia del tema a tratar, que su fecha de publicación fuese menor a 15 años y que su idioma fuese el español, además estos fueron organizados a través de la estructura compuesta por trabajos internacionales, compilando experiencias pertinentes desde diferentes partes del mundo; nacionales, entendidos como trabajos investigativos desarrollados en el territorio colombiano, y locales, como aquellos situados en la ciudad de Bogotá.

Para iniciar esta recolección, es pertinente citar al artículo titulado Gestión universitaria de la difusión y divulgación científica: Dos caras de una misma moneda (2018) de la Universidad de Oriente en Cuba; desarrollado por Gorina, Martín y Alonso. El cual corresponde a la investigación homónima que tuvo como objetivo “Realizar una sistematización de la experiencia acumulada en el perfeccionamiento de dicha gestión” (La de difusión y divulgación) (Pág. 151), teniendo como sujeto de estudio a 37 profesores universitarios. Para su metodología, se puso en práctica la investigación-acción participativa, mientras que los datos se obtuvieron por medio de entrevistas, análisis documental y observación participante.

En este se explican diferentes aspectos de gran importancia, tanto para la investigación en curso, y como precedente para investigaciones a futuro. Entre los cuales se encuentra la distinción entre la difusión y divulgación científica; entendiendo difusión como las estrategias desarrolladas para compartir avances científicos dentro de su nicho, mientras que la divulgación busca compartir información de carácter científico a personas del común. (Pág. 155)

Así mismo se plantea que existe una predilección por parte de las universidades a crear contenidos de difusión, por encima de los de divulgación, aclarando que ambos procesos son de suma importancia para la comunicación de la ciencia. (Pág. 153)

Entre algunos de los análisis expuestos en el estudio, Gorina, Martín y Alonso mencionan que:

Los modelos de divulgación científica tienden a ser cada vez más democráticos, contextuales, participativos y dialogales, pues ponen énfasis en el proceso y destacan la importancia de la transformación de las personas y las comunidades, apostando al desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social; son pertinentes con los principios del desarrollo local sostenible y se sustentan en la comunicación hacia todas direcciones y entre todos los actores sociales para compartir experiencias, conocimientos, sentimientos, necesidades y potencian la democracia, la justicia, la igualdad y la participación popular. (2018, Pág. 156 y 157)

Es decir que una de las prioridades de la divulgación científica es el romper las barreras que puedan “atentar contra la eficacia comunicativa”, por medio de procesos humanísticos propios del campo de la comunicación, permitiendo que los mensajes y contenidos a transmitir puedan llegar al receptor de forma clara y con mayores facilidades. (Pág. 157).

Entre el diagnóstico de las necesidades a mejorar que plantea el artículo en los sujetos de estudio, se encuentra la falta de motivación por parte de los implicados a divulgar su trabajo, poco uso de las herramientas comunicativas existentes en función de la divulgación; además de una “insuficiente dirección y control de la ejecución de la divulgación científica efectuada por los profesores” (Pág. 158)

De modo que el artículo sirve como guía y diagnóstico de las falencias que pueden llegar a presentar los docentes universitarios a la hora de compartir sus trabajos científicos de corte académico.

Una de las posibles soluciones a lo planteado anteriormente, se puede encontrar en el artículo titulado Las Narrativas Transmedia Como Oportunidad Para La Divulgación De Las Humanidades: El Caso Del Podcast "Videodrome" escrito por Martín-Romo y Catela de las Universidades Europea y Francisco de Vitoria respectivamente, publicado en el 2021, en el cual, aparte de exponer el caso del podcast mencionado, se hace un sondeo general por el termino de narrativas transmedia y todo lo que conlleva para la evolución de la comunicación, planteando así su objetivo como el de “mostrar cómo las narrativas transmedia ofrecen grandes posibilidades para lograr un acercamiento al ámbito de las Humanidades.” (Pág. 274)

Para llevar a cabo la metodología se utilizó una revisión documental desde un marco teórico que permitiese abordar la posmodernidad audiovisual y las posibilidades que los nuevos mundos de la comunicación permiten, además de realizar una entrevista a profundidad con el creador y director del programa radiofónico y podcast Videodrome para posteriormente realizar un análisis de este.

Además de abordar el concepto de narrativas transmedia como un factor fundamental para impactar en la comunicación moderna y su forma de entendimiento, también se habla del podcast, mencionando que este tiene un gran valor educativo formativo y que puede transmitir el saber apoyado en la curiosidad humana, además de mencionar sus múltiples ventajas como

la individualización de los contenidos y el alejamiento de las audiencias millonarias. (Pág. 274) Plantea que “El podcasting permite, por tanto, encontrar el momento y la disposición para atender con más atención los contenidos. Por lo tanto, es también un medio idóneo para una mayor abstracción, lo que facilita el recuerdo del mensaje.” (Pág. 277).

Gracias al ejercicio investigativo desarrollado a partir del podcast Videodrome el autor puede brindar una serie de consejos que facilitan a los investigadores interesados a desarrollar su propio proyecto a través de la herramienta del podcast. Como por ejemplo la importancia en la periodicidad en la publicación, el uso de herramientas de posicionamiento, entre otras. (Pág. 280)

Ahora, en cuanto a los niveles de éxito de contenidos de audio extensos sobre contenidos audiovisuales breves, en el trabajo titulado El podcast como medio de divulgación científica y su capacidad para conectar con la audiencia, realizado en la Universidad Miguel Hernández en España y desarrollado por Lara y Del Campo, el cual tiene como objetivo realizar una aproximación al grado de viabilidad de los podcasts de carácter divulgativo de la ciencia basándose en la interacción generada por su comunidad, se realiza un análisis comparativo sobre diferentes factores que miden el grado de relevancia en la web, como la cantidad de vistas o el número de me gusta; contrastando dichos factores en ocho productos audiovisuales alojados en YouTube de una duración corta con ocho capítulos de podcast de una duración media de más de una hora; todos relacionados con el objetivo de divulgar la ciencia.

En los resultados obtenidos se pudo evidenciar que los capítulos de podcast obtuvieron un mayor grado de acogimiento y fidelización por parte del público objetivo, sobre lo anterior los autores afirman que en “Los resultados se percibe con claridad el poder del podcast para atraer audiencias, fidelizarlas y generar comunidad en torno a los programas. Tanto el número de visitas y acciones de “Me gusta”, como el número de comentarios.” (Pág. 357)

contradiendo el imaginario de la predilección de la audiencia por los contenidos de duración breve. Además, en cuanto a la creación de una comunidad virtual que se interese por contenidos de carácter científico, el trabajo pudo evidenciar que a pesar de obtener un número significativo de interacciones como “me gusta” y demás, el número de comentarios por episodio en ambas modalidades estudiadas no fue notablemente mayor; aun así, los pocos comentarios con los que contaban los contenidos analizados eran referentes a preguntas sobre la temática tratada o demás factores que ayudaban a crear una comunidad con una comunicación directa con el creador de contenidos. Sobre lo anterior los autores determinan que “Los resultados de nuestra primera aproximación ponen de relieve el importante valor del podcast como herramienta de divulgación científica y su capacidad para generar comunidades informadas que contribuyen a enriquecer el debate científico en la sociedad.” (Pág. 357)

Para finalizar con los antecedentes analizados en el entorno internacional, se cree importante citar al artículo titulado La innovación en la comunicación científica: del podcast al screencast, realizado en la Universitat Jaume I de Castelló por Galán en el 2018, la cual tiene como objetivo afrontar el desarrollo de contenidos científicos vinculados con las humanidades, mezclando métodos tradicionales como el artículo y la ponencia en congresos con medios alternativos y modernos, como lo son los blogs, los podcasts, el screencast o el streaming. (Pág. 1179) Todo lo anterior se buscó ejecutar con ayuda de las narrativas transmedia, “Y la gamificación en la comunicación científica de las humanidades y en la promoción de la investigación responsable.” (Pág. 1179); para lo cual uno de los factores que resalta el autor es la necesidad que el contenido sea atemporal, separándolo de la actualidad inmediata. De todo lo anterior surgió Comtransmedia, la cual “Es una plataforma de divulgación de la investigación en comunicación que nace para dar a conocer el trabajo que se hace desde los principales centros de investigación en comunicación.” (Pág. 1178). La relevancia que detecta el autor en crear nuevos espacios de divulgación científica la rectifica

al afirmar que “Necesitamos plataformas de comunicación que permita que la comunidad investigadora se conozca y se reconozca más allá de canales tradicionales como el Congreso o el artículo científico.” (Pág. 1179). En cuanto a las conclusiones del autor este determina la importancia de las narrativas transmedia aplicadas a la divulgación y difusión de la ciencia, ya que esta brinda una amplia libertad en cuanto a contenidos y flexibilidad de emisión, aun así, también resalta la importancia de apoyar el tipo de proyectos expuestos en los medios tradicionales, con el fin de ganar visibilización en el público objetivo. De la misma forma, rectifica la importancia de seguir explorando las herramientas brindadas por la tecnología para complementar y crear nuevas formas de divulgar y difundir ciencia desde sus diferentes ramas.

Por otro lado, para comenzar con la revisión literaria realizada respecto a los antecedentes de margen nacional, es pertinente dar inicio con la apropiación del conocimiento. Entendiéndose como una estrategia que busca el intercambio de saberes, en el artículo “Apropiación social del conocimiento: una aproximación teórica y perspectivas para Colombia” publicado por la Universidad Autónoma del Caribe en su revista Educación y Humanismo, se realizó un estudio que repasa las raíces teóricas de este concepto, el artículo se plantea como objetivo principal, el elaborar un marco teórico, que sirva como el primer paso hacia la conformación de una rama comunicativa que se oriente exclusivamente desde y para la apropiación social del conocimiento. La metodología que se aplica para el logro del objetivo principal planteado se centra en la realización de una investigación y revisión bibliográfica exhaustiva, explorando las implicaciones de la apropiación del conocimiento y el cómo este mismo ha aportado para el fortalecimiento de la innovación científica y cultural para el desarrollo de los países, al respecto menciona que “se trata de la comprensión de que ambos elementos no pueden ser concebidos por separado. Para transformar nuestra sociedad, (...), es indispensable que la dupla cultura-ciencia sea el eje de toda la generación de

conocimiento e innovación” (Correa, 2017, p. 134). Y una vez que logre esto, se hace posible describir contextos en los que la aplicación del marco teórico realizado sea posible en las políticas públicas del país, para proyectos de apropiación social a futuro.

De este modo, en el estudio realizado y presentado durante el artículo, hicieron un proceso interdisciplinar entre psicopedagogía y sociología, para así conformar una idea aproximada de la forma de aplicar la apropiación social, y también las causas del poco avance en materia de innovación y tecnología en el país, mencionando que el “bajo interés de los líderes políticos por dar una orientación (...), la escasa comprensión de la relación innegable entre la innovación y la prosperidad (...), pueden ser explicadas por la poca utilidad que estos perciben en el sector” (Correa, 2017).

El aporte del artículo se encuentra principalmente en la innovación en la ciencia, y en su forma de aplicar y abarcar la apropiación del conocimiento, en este, a partir de la revisión bibliográfica y la creación del marco teórico, se busca la creación de una nueva rama en la escuela de la comunicación científica, para luego ofrecerse como solución a las problemáticas que también se encuentran en el país respecto al desarrollo de la innovación y la tecnología.

De este modo, y aunándolo al artículo revisado anteriormente, es necesario abordar el tema desde una estrategia comunicacional. Entendiendo la importancia de esto en cualquier clase de proyecto, debido a sus formas de aplicarse y los grandes alcances que se tienen para el logro de los objetivos en el momento de su aplicación, se toma un trabajo de grado de la Universidad De Cartagena, que lleva como título “Sin tinta radio: Estrategia de comunicación para la socialización de los productos radiofónicos de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Universidad Tecnológica de Bolívar y Universidad de Cartagena” en el que sus realizadores plantean como objetivo principal la creación de una estrategia que contribuya y aporte a la socialización de conocimientos. Los investigadores, usaron una metodología de investigación aplicada, partiendo desde una premisa, la falta de



socialización de las producciones radiofónicas estudiantiles, y es ahí donde el proyecto pretende plantear una solución desde la investigación aplicada.

Durante la realización de la estrategia, dividieron la investigación en las fases de diagnóstico, pertinencia y diseño. En la primera tenían como objetivo identificar lo que impulsaba a los estudiantes en la participación de una parrilla radial, plantearon ejes temáticos como la motivación para la realización de productos, la necesidad de una emisora virtual, la participación en la emisora, las razones para no hacer parte, entre otros. A partir de este diagnóstico, los investigadores lograron generar un acercamiento a su principal problema de investigación, a su vez, se comenzó a marcar para ellos el camino hacia la estrategia a realizar para el problema inicial. En este punto, se debe mencionar que para las fases 1 y 2, los investigadores se apoyaron de la realización de encuestas a 150 estudiantes de Comunicación Social de las Universidades, usaron los ejes temáticos anteriores y se idearon preguntas para la fase 1 de pertinencia para la posibilidad de una emisora universitaria, resaltando la importancia de una alternativa radial para los estudiantes, a parte de las ya existentes en el entorno universitario. Finalmente, para la fase 3, ya teniendo identificadas las causas y razones gracias a las fases anteriores, realizaron una propuesta radial, apoyándose de la Radio Web, el uso de las TIC y respondiendo las necesidades determinadas, con la idea de consolidar la alternativa radial y producto radiofónico para los estudiantes de Comunicación Social.

El aporte de este proyecto es significativo, comenzando por su objetivo principal y su pregunta de investigación, centrados ambos puntos en el cómo es posible visibilizar productos radiofónicos estudiantiles, y la realización de una estrategia que permita hacerlo, detalles que son primordiales en el presente trabajo investigativo, cuenta con una estrategia resaltable, que se basa en los intereses de los estudiantes, logrando de esta manera, entender los pros y los contras del trabajo que estaban realizando, así mismo, el estudio se basa en una amplia

investigación de la radio web, el uso del internet y su importancia en las nuevas generaciones, así como el uso de las TIC. Al respecto Alquerque et al., (2013) menciona que “la verdadera revolución tecnológica se halla en la multiplicación de las formas de comunicación. Los medios tradicionales (...) se han adaptado a las nuevas tecnologías, (...) los alternativos también (...) a medida que las nuevas tecnologías se masificaron”. Resaltando la importancia de cada una de estas para la realización de una radio virtual.

Dentro de este marco, en el repositorio de la Universidad Autónoma de Bucaramanga existe un trabajo que lleva como título “NODOS: una propuesta de investigación para divulgar los proyectos transmedia y multiplataforma realizados en Colombia entre 2009 y 2020”, que al igual que el anterior, tiene como fin dar a conocer la realización de proyectos realizados en el país, pero llevándolo al mundo transmedia. De la misma manera, parte desde la inexistencia de bases que se interesen o se encarguen de generar una visibilización a los distintos proyectos surgidos entre los años mencionados, se plantea, el llevar a cabo una exhaustiva investigación que parte desde la exhibición y por consiguiente la circulación de los materiales audiovisuales transmedia en las plataformas digitales.

Los objetivos principales del proyecto se centran en las formas de exposición, la creación de storytelling con narrativas transmedia y la convergencia que se puede dar entre la ciencia y la tecnología, para la apertura de nuevos escenarios a futuros investigadores; para explorarlos primero se centraron en la investigación (desde el marco teórico) en temarios acordes que permitieran generar un acercamiento a lo que se planteaban, comenzando por la alfabetización digital, pasando por las distintas clases de narrativas y todas las posibilidades que esta ofrecía, y finalmente la Data Web, entendiendo estos tres puntos como pilares importantes para el logro de los objetivos y por su aporte en el universo transmedia, que se basa en la organización, las formas de escritura y la aplicación de las dos anteriores para un enlace hacia la web y por ende su divulgación. La metodología que usaron, sabiéndose como

un proyecto de tipo cualitativo la dividieron en tres fases, la primera la basaron en la elaboración de un estado del arte en el que seleccionaron las obras que querían divulgar y crear una ficha técnica para cada una de estas de acuerdo con su género y temática, en la segunda realizaron entrevistas a grupos focales involucrados en la producción de contenidos transmedia, y finalmente, realizaron una obra transmedia llamada NODOS, que cuenta con lo explorado en su marco teórico como lo es una data web, un documovil y un podcast, aportando de esta forma, a una de las extensiones del presente proyecto investigativo.

Como resultado final del proyecto, el investigador logró consolidar una base de datos con 136 proyectos que evidencian el creciente uso de la producción transmedia en Colombia, y el uso de las demás herramientas como el podcast o el documovil, como una fuente constante para la consulta de información. Pero, así como se evidenció lo anterior, también lograron encontrar que, una de las bases para la creación de esta investigación es real, la falta de espacios que se encarguen de divulgar o apoyar monetariamente esta clase de proyectos que aportan al país es evidente, al respecto mencionan que la investigación “permitió asimismo evidenciar la naturaleza efímera de las obras expandidas, que no perduran en el tiempo (...) dependen de un soporte digital de pago, ocasionándose así una pérdida irreversible de la memoria de los nuevos medios en el país” (Arciniegas & Diaz, 2021, p. 7).

En relación con la divulgación para los proyectos científicos, el trabajo que tiene como nombre “Plan de divulgación resultado del desarrollo de proyectos de investigación en el marco del grupo de comunicación”, tiene como fin principal la realización de productos comunicativos para la divulgación de resultados de proyectos de investigación; centrándose también para la consecución de más información y el logro de los objetivos, esta investigación en su marco teórico explora como la anterior, los espacios multimedia, el periodismo científico y la interpretación de datos, se mezcla durante todo su proceso con

herramientas que ayuden a la difusión por varios medios combinados, así como su forma de divulgación y la misma interpretación de los datos.

Dentro de este orden de ideas, su proceso metodológico apeló a técnicas y herramientas cualitativas, realizando una revisión documental se acercaron a todos y cada uno de los conceptos planteados durante la investigación, al respecto menciona que “las técnicas utilizadas para el desarrollo de los objetivos de la pasantía de investigación, fueron el análisis documental y el análisis bibliográfico, a partir del desarrollo de fichas de identificación de características, de elaboración de piezas y de resultados bibliográficos” (Caicedo, 2017, p. 32) demostrando el papel que jugó el investigador en cada una de las fases de la metodología, para su involucración en el trabajo investigativo.

Como resultado final del proyecto, la investigación logró proponer una nueva forma y plan de divulgación que permita hacer visibles los proyectos investigativos, es ahí donde se encuentra su mayor contribución al presente trabajo, se hace evidente también su aporte en el espacio multimedia, generando alcances gracias a su sencillo e innovador acceso a los resultados finales obtenidos, mencionando que “uno de ellos, es la integración de la sociedad en temas académicos o científicos, a partir de la transformación de los resultados de las investigaciones bajo criterios de rigurosidad ante el resultado científico original” (Caicedo, 2017) entendiendo la unificación de la tecnología y la ciencia a la vida de las personas en la actualidad y permitiendo su integración, aun siendo lejanas al tema principal.

Ahora bien, analizando un trabajo investigativo cuya idea principal está basada en el podcast implementado en espacios universitarios, se puede traer a colación el proyecto que tiene como nombre “El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios” de la Universidad De Medellín. El objetivo principal de este trabajo investigativo está en la creación de un laboratorio comunicacional que sirva como espacio de difusión de contenidos sonoros en formato de podcast, y que a su vez permita ser

un espacio académico, que pueda ser integrado a la sociedad de diferentes maneras, todo desde el marco de la innovación.

Debe señalarse, que el presente proyecto se apoya de campos ya explorados por algunos de los trabajos revisados anteriormente, como lo son la radio en internet; su crecimiento y aplicabilidad a través del tiempo, además de los grandes referentes en Colombia en la que hacen una revisión histórica, pasándose por todos sus conceptos cercanos como lo son la ciber radio, la radio web o la radio online. Este estudio en particular entiende los alcances de la radio virtual en las formas de discurso y libertad creativa que permiten estos espacios, a partir de este entendimiento, genera un espacio universitario con formato podcasting que se basa en el aprendizaje en línea y todos los campos que esto permite explorar. Para asociar el marco teórico con el objetivo principal planteado, también exploran el mundo de la sonoridad y todo lo que este aporta al mundo del podcast, como lo es la producción de contenidos, y las diferentes formas de implementación en todas las plataformas podcasting existentes. Sumado todo lo anterior, en el proyecto realizan una fase experimental, en la que prueban y exploran distintas temáticas y diseños, con el fin de que todos los recursos sean de ayuda y de provecho para los estudiantes de la universidad.

La metodología se centró en dos apartados, la exploratoria y la descriptiva; la primera les permitió a los investigadores generar un acercamiento hacia la radiodifusión, y a su vez, esto les facilitó la obtención de datos sobre las demandas académicas estudiantiles, de esta fase mencionan que “este tipo de investigación permitió obtener datos acerca de las necesidades emergentes de la comunidad académica y demás actores institucionales frente a las herramientas digitales que demandan nuevas dinámicas de acción y participación en su población” (Quintana, Parra, & Riaño, 2016, p. 89). Por otro lado, la investigación descriptiva que planteaban dentro de la metodología les permitió definir lo más relevante en el mundo de la radio web y la radio universitaria, así como les aportó para el entendimiento de las distintas

dinámicas creativas y de difusión a través de la web, sumándole sobre todo a las temáticas podcasting posteriores.

De esta manera, y basados en la experimentación que aplicaron sobre 41 estudiantes de la carrera de diseño, los investigadores pudieron encontrar que para el 90% de ellos, el podcast era la mejor herramienta para la difusión de contenidos, debido a su fácil aplicabilidad y las distintas herramientas que permiten aplicarlo, mencionan también que “dado que el producto se trata de un archivo de audio, este puede ser escuchado y descargado desde la web, puede ser compartido para una vasta audiencia, y permite una amplia difusión” (Quintana, Parra, & Riaño, 2016, p. 97).

El aporte de esta investigación al presente trabajo investigativo se encuentra principalmente en su principal problemática a solucionar, que pretende a partir del podcast generar espacios comunicativos e innovadores en espacios universitarios. Si bien, como se ha visto hasta el momento en todos los artículos, investigaciones o trabajos revisados, muy pocos se acercan al énfasis del videopodcast, la innovación y la divulgación, que son los pilares más importantes del presente proyecto de investigación, pues se busca una nueva forma, casi inexplorada que permita dar a conocer distintos proyectos investigativos de la Corporación Universitaria Minuto De Dios Centro Regional Soacha.

Por otra parte, en cuanto al ámbito local, a pesar de que ya se han expuesto diferentes aspectos del uso del podcast y diferentes herramientas cercanas a este formato, es necesario cuestionarse la viabilidad del podcast como medio comunicativo en Colombia, lo anterior es analizado en el trabajo titulado El consumo de podcast en Colombia: ¿ilusión o realidad? Desarrollado en la Pontificia Universidad Javeriana y realizado por Anamaría Rodríguez Puerto en el 2021. En el cual, para determinar el posible éxito del podcast en Colombia desarrolló una metodología basada en exploración bibliográfica, entrevistas a profundidad y grupos focales, lo que le permitió entender desde lo teórico y desde las vivencias y

prospectivas de los entes encargados de realizar este tipo de contenido el futuro auge del podcast en el país. De lo anterior, la autora plantea que:

Los productores de este formato sienten que Colombia va a tener un desarrollo muy importante en los próximos años. Cada uno de los productores entrevistados asegura que el país podría, incluso, llegar a los niveles de consumo y escucha de Estados Unidos, pues ven al país como un territorio muy cercano a lo sonoro, por toda la cercanía a lo radiofónico, y esperan que todos los productores puedan dedicarse exclusivamente al desarrollo de contenido. (Pág. 77)

De lo anterior es importante mencionar que durante la investigación realizada por Rodríguez (2021) se evidenció una brecha entre las zonas de consumo del formato, ya que es principalmente en Bogotá en donde se encuentra el mayor número de escuchas de podcast, lo anterior, puede llegar a ser atribuido a la cantidad de personas en el país que no cuentan con internet para acceder al medio o no tienen conocimiento de este. Aun así, en la investigación, se ve al podcast como una oportunidad surgente en el país que va creciendo exponencialmente y se espera que tome más relevancia fuera de la zona céntrica del país en los próximos años.

Retomando la temática de la divulgación científica en el ámbito local, el trabajo titulado *Divulgación científica en las emisoras universitarias de Bogotá: Diagnóstico y propuesta para el periodismo científico* realizado en la Pontificia Universidad Javeriana que fue desarrollado por María Camila Sánchez González en 2013, tiene como objetivo “Diagnosticar y proponer un modelo para las radios universitarias de Bogotá que fomente la divulgación científica y para que fortalezca la relación entre la cátedra y las audiencias.” (Pág. 11).

En el texto, Sánchez plantea que, en primera instancia, a la hora de desarrollar un proyecto de corte académico que busque divulgar, es necesario que su ejecución sea

congruente con los lineamientos institucionales de cada universidad en particular, lo que permite estar en sintonía con el contexto universitario y generar más alcance.

Además, la autora propone tres actores indispensables para generar contenido radial que busque divulgar. Entre los cuales se encuentran: a) Estudiantes de la institución que brinden una nueva perspectiva frente a los temas a tratar. b) Docentes o especialistas que sean capaces de abordar los temas elegidos desde una postura de experto con el fin de que el conocimiento brindado sea verídico. Y c) Un productor radial y un realizador, los cuales pueden ser tanto docentes como estudiantes que guíen los aspectos técnicos del programa, desde el manejo de consola radial hasta decisiones editoriales. (Pág. 70, 71)

La autora concluye afirmando que “Todo formato periodístico aplicado a la ciencia requiere de un tratamiento especial conservando la estructura tradicional con la que son aplicados en el periodismo habitual. Por eso es indispensable la cooperación entre los docentes y los estudiantes de comunicación.” (Pág. 83). Proponiendo de esta forma que los procesos radiales involucren tanto a factores expertos en el tema a tratar como factores relacionados con el contexto y que quieran adquirir más conocimiento sobre el mismo. Para finalizar, la autora afirma que “El género en la radio son una serie de modelos abstractos en los que se definen la intención comunicativa de los programas y los formatos son estructuras completas conformadas por todos los recursos de la radio” (Pág. 85).

Por otra parte, durante el trabajo titulado Podcast Caminos De La Comunicación Educación desarrollado desde la Universidad Distrital Francisco José De Caldas en su maestría en Comunicación – Educación, Gonzales Montero expone el proceso de creación de un podcast con la finalidad divulgar procesos académicos generando participación a la hora de producir el contenido dentro del contexto de la maestría. Para lo cual, se investigaron tendencias teóricas investigativas referentes al podcast y sus oportunidades en el mundo digital, además de realizar un proceso de pre producción, producción y post producción del podcast una vez consolidada la idea general, la cual consistió en recopilar distintos materiales



sonoros, desde entrevistas a expertos hasta transformar grabaciones obtenidas desde el aula virtual de clase (debido a que se desarrolló desde el contexto mundial de pandemia por Covid-19) para posteriormente producir episodios del podcast titulado Caminos de la comunicación – educación, en los cuales se buscó entender el podcast como una herramienta de alto alcance que puede contribuir en la absorción de conocimiento y en la enseñanza de un tema en específico.

Además de lo anterior, el podcast recopiló experiencias investigativas de egresados de la maestría y los expuso, con el fin de motivar al público específico a realizar trabajos investigativos de corte académico desde una maestría. Sobre lo anterior Montero (2021) expresa que el proceso llegó a “Orientar a muchos nuevos maestrantes o a tomar la decisión de iniciar una maestría (...), orientaron sobre cómo es el proceso, que autores, que caminos tomar que evitar (...) para quien se interesa o está iniciando un proceso de investigación.” (Pág. 97)

Gracias a lo anterior es posible comprender que un solo podcast puede llegar a abarcar diferentes propósitos que en conjunto ayudan a mantener el interés y la relevancia en realizar procesos investigativos desde la academia.

A manera de cierre, para este proceso de revisión académica, los artículos, trabajos e investigaciones revisadas tanto locales, nacionales como internacionales, permitieron que se encontraran conceptos como rutas a seguir para ampliar más el espectro del mundo podcasting y las formas de difusión y divulgación científica en distintos espacios, que van desde campos universitarios, hasta campos empresariales; espacios en los que exploraron las distintas formas de llevar a cabo el instrumento del podcast, dando uso a herramientas como el screencast, y junto a él, distintos aparatos tecnológicos que permitían hacer uso de este. Por otro lado, la exploración de las humanidades también se hizo presente, gracias al podcast, el arte y la literatura también se vieron beneficiados en uno de los trabajos investigativos

explorados, nombrándose un espacio que buscaba la divulgación de humanidades. De la misma manera, se exploró en otro de los trabajos revisados el podcast, y todos los aportes que da como herramienta para usarse como método de educación, esto debido a su diversidad, su disponibilidad y también los vínculos que permite crear entre educadores y estudiantes. A mayores, también se logró encontrar dentro de la revisión académica, investigaciones que exploraban el consumo del podcast en Colombia, donde se muestra la tendencia de crecimiento que ha tenido con el paso de los años, y a su vez, se logró hallar en una de las investigaciones revisadas, el uso del podcast como una herramienta usada dentro de las redes sociales para impulsar una emisora virtual. Finalmente, así como se logró evidenciar la utilidad del podcast, también se pudo entender todas las demás herramientas que fueron exploradas en los trabajos revisados, como lo es la radio online, la radio web, la radio universitaria, las TIC y las ramas del mundo multimedia; todas las anteriores, de utilidad para generar una gran difusión, divulgación y exposición de trabajos investigativos realizados. Desde otra perspectiva, se logró también evidenciar que una de las bases diferenciales y principales del proyecto, como lo es el videopodcast, está muy poco explorada, como se hizo ver en cada uno de los trabajos anteriormente revisados, acercándose a penas algunos desde la multimedia o la ciber radio, mostrando así que, realmente la innovación dentro del proyecto se hará evidente durante su producto final y entrega de la devolución creativa, para su logro y su finalidad, que es la posibilidad de ser una forma de divulgación científica académica contemporánea, innovadora, fresca y atemporal.

## **Categorías teóricas**

### **1. Aproximación teórica al podcast y videopodcast como formatos comunicativos.**

En la primera categoría se busca recolectar teorías que desarrollen conceptos que surgieron con base a la evolución de las comunicaciones gracias a los avances tecnológicos presentados en las últimas décadas.

Scolari (2021) cree que “los ‘podcasts’ están explorando los límites de la comunicación oral”, así lo mencionó en una reciente entrevista que le realizaron en el medio El País. Este pensador argentino tiene múltiples aportaciones teóricas a la comunicación, por ejemplo, el término “hipermediaciones” que es definido por Scolari (2008) como como los “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrolla en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Pág. 24).

Con estas intervenciones, se puede evidenciar que para Scolari, el podcast se trata de una herramienta que cuenta con un gran alcance, y que, a su vez, gracias a sus distintas formas de implementación, en las que se encuentran solamente el formato de audio y en los últimos años el videopodcast, esta herramienta permite tener mucha más trascendencia de exposición para toda clase de temas, esto sin contar el hecho de que gracias a su auge, son muchas las plataformas que han surgido para la creación de programas (podcast) y la publicación de episodios; a propósito del auge del mundo podcasting, y el surgimiento de las múltiples plataformas Scolari, C. A. (2021) menciona que los podcasts “nacieron a comienzos de la década de 2000 con la tecnología RSS, (...). Ese fue un primer paso en la transición (...), donde el emisor transmitía un contenido, (...) al modo pull, donde el usuario elige qué consumir y cuándo”.

Por otro lado, y siguiendo con el rumbo que plantea anteriormente Scolari sobre las grandes capacidades del podcast, y las mediaciones o “hipermediaciones”, para Henry Jenkins (2006) las mediaciones surgen desde un proceso de crecimiento y cambio en la tecnología durante los últimos años, lo que produjo una unión entre lo analógico y lo digital, provocando así algo conocido como la “convergencia”, de la cual comenta que “«Convergencia» es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose”, Jenkins (2006, Pág. 14).

De la misma manera que Scolari entiende que con el pasar de los años los procesos de producción y consumo han evolucionado, y se caracteriza por enlazar sujetos y medios, Jenkins menciona la importancia de la unificación de las formas de comunicación, con los métodos (tecnológicos) de comunicación, entendiéndolo como un proceso esencial para la divulgación científica con el pasar de los años, en una transformación en el que ambas partes junten sus características principales, y permitan una clara evolución en las fases de mediatización. Jenkins (2006) al respecto menciona que “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” Jenkins (2006, Pág. 14).

Por su parte Alejandro Piscitelli, al hablar de la “convergencia” y la exploración del boom de la digitalización en la mediatización y la comunicación, este se basa en lo mencionado por Jenkins en su ensayo “Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación” estudio en el que expone que la “convergencia” no solamente va ligada a la revolución en la tecnología con el paso de los años, sino que también va ligada a una mutación cultural de los expositores y audiencia.

Piscitelli (2008) habla de la digitalización de la cultura, basándose principalmente en el sector juvenil de los países periféricos, jóvenes con 15 años que han nacido rodeados de tecnología, y que son hoy por hoy, los principales usuarios de las plataformas digitales, y por ende audiencia de la divulgación que estas generen en el amplio mundo de la multimedia, al respecto menciona que en las “dos últimas décadas, y más particularmente en los últimos cinco años (...) chicos que hoy tienen entre cinco y 15 años son la (...) generación mundial que ha crecido inmersa en estas nuevas tecnologías. Han pasado (...) rodeados de computadoras” Piscitelli (2008, Pág. 47). Como producto de lo mencionado por Piscitelli, es posible comprender una de las causas del posible auge del mundo podcasting y hoy videopodcasting a lo largo de los años, desde su nacimiento en el año 2000 a los tiempos actuales, el cambio generacional es más que evidente, la inmersión en la tecnología desde la niñez es ahora algo normalizado socialmente, hasta el punto que es hoy algo casi esencial para las personas, el hecho de portar un aparato telefónico, contar con una red de datos que permita navegar, y tener distintas redes sociales y otras plataformas (como las distribuidoras de podcast) para interactuar con su círculo social, educarse, informarse o mantenerse al día; al respecto Piscitelli (2008) también menciona que “el contenido del futuro remite en cambio a las tecnologías digitales en todas sus dimensiones, pero fundamentalmente en su dimensión lingüística, de conversaciones en las que se inventan nuevos mundos de innovación” Piscitelli (2008, Pág. 52) y es así, como puede llegar a surgir el podcast, tal como lo menciona Scolari, determinándolo como un medio que explora los límites de la comunicación, la necesidad de innovación para las formas de divulgación, y la importancia del podcast en estos procesos, para así convertirlo en una forma de divulgación científica.

Hasta este punto, de la mano de los teóricos Scolari, Jenkins y Piscitelli se han explorado sus distintos aportes teóricos a la presente investigación, comenzando por las “hipermediaciones”, concepto usado por Scolari para describir el intercambio de producción

de distintos sujetos y medios, pasando por Jenkins, que usa el concepto de “medicaciones” para describirlo como un proceso de crecimiento y cambio en la tecnología, igual que la “convergencia” que describe como son los cambios tecnológicos, de la mano de lo cultural y lo social. Se puede evidenciar la relación de los temarios de los dos teóricos anteriores, para luego llegar a Piscitelli, que se apoya en la convergencia que mencionaba Jenkins, y habla acerca de la digitalización cultural con el paso de los años, pero centrándose en el sector juvenil, queriendo así evidenciar la razón del auge de la tecnología, con la llegada de las nuevas generaciones.

Finalmente, es necesario hablar del teórico de la comunicación Mariano Cebrián Herreros y sus aportes a las innovaciones mediáticas digitales, pues fue de los primeros profesores que abarcó el medio audiovisual, así como exploró los distintos tratamientos de la radio y la televisión.

Herreros (2008) habla de la Web 2.0, y sus distintas innovaciones para las siguientes generaciones en el momento de darle todos los usos innovadores de manera online, mencionando al respecto que:

Los desarrollos y aplicaciones tienen también su plasmación en diversas innovaciones con un funcionamiento propio y específico. Sobresalen los usos interpersonales y personales. La web 2.0 se manifiesta como una red de informaciones interpersonales mediante el uso de correos, chats, foros y su evolución hacia la incorporación de audio para dar origen a los fonocorreos, fono chats, fonofaros.

Herreros (2008, Pág. 351)

Aquí, el teórico Herreros toca un punto primordial en las innovaciones de la web 2.0, que no es otro que la incorporación de audio a los fonocorreos, esto significaría un parteaguas para la posterior llegada en el año 2000 de la tecnología RSS, que permitiría el almacenamiento y exposición del podcast, en aquel tiempo y hoy de todas las plataformas

creadas con este fin. Para Herreros (2008) “Uno de los mayores desarrollos es el de los “podcasting” o “documentos sonoros”. Son archivos de audio y de vídeo distribuidos por suscripción a los oyentes. Expanden la ciber radio y la ciber televisión a la sindicación con los seguidores”. Herreros (2008, Pág. 351). Mencionando así por primera vez la idea del podcast (formato sonoro) acompañado de video, mencionando también así sus primeras cercanías con la ciber radio y la ciber televisión, técnicas que se exploraban como un medio más avanzado para el oficio del periodismo, pues además de innovar completamente el medio radial tradicional, también se ubicaba dentro de un concepto anteriormente explorado como lo es el mundo multimedia; otro método de divulgación que se sumaba a los entonces ya implementados, como lo era la televisión, la radio, la web 2.0 y todos sus usos anteriormente mencionadas y el podcast.

Herreros, al igual que los demás teóricos explorados en esta primera categoría, se une a los otros conceptos planteados, en esta ocasión mencionando la innovación, la mediatización y lo digital, demostrando el hecho de que todas las bases y conceptos teóricos van de la mano, para el entendimiento de la evolución en las comunicaciones con fundamentos tecnológicos, para finalmente demostrar como un uso comunicativo al podcast y al videopodcast.

Luego de realizar una extensa búsqueda de autores que mencionaran el uso del podcast o videopodcast como formatos o recursos comunicativos, fue posible evidenciar que son muy pocos aquellos quienes hayan mencionado estas herramientas en sus distintos escritos teóricos, de la misma manera, se debe indicar que se presentó gran dificultad para el hallazgo de los teóricos mencionados en los párrafos anteriores en los distintos repositorios académicos, presentándose también como un reto para la exploración y para los implicados en el estudio.

De esta manera se sostiene entonces la innovación que busca el presente proyecto investigativo, pues al igual que los referentes teóricos mencionados en sus trabajos buscaban el descubrimiento y lo novedoso, este desea establecer en este caso el videopodcast como un medio comunicativo para los trabajos de divulgación científica académica surgidos desde UNIMINUTO CRS.

## **2. La comunicación como eje dinamizador en los procesos divulgativos de la investigación científica académica.**

En cuanto a la segunda categoría teórica, se busca validar la conexión e importancia del rol del comunicador con el mundo de la ciencia, para lo cual es necesario citar y comprender algunos de los escritos de Manuel Calvo Hernando, Pierre Fayard, Vladimir de Semir y Gema Revuelta.

El concepto clave a trabajar en esta categoría es el de Periodismo Científico, sobre el cual Calvo Hernando (2002) plantea lo siguiente:

Es un instrumento para la democracia, porque facilita a todos, los conocimientos para poder opinar sobre los avances de la ciencia, y compartir con los políticos y los científicos la capacidad de tomar decisiones en las graves cuestiones que el desarrollo científico y tecnológico que nos plantea (Pág. 58)

Calvo Hernando es un eje teórico en cuanto al periodismo científico se refiere, ya que en múltiples escritos ha expresado su preocupación frente a la importancia que se le da a rol del periodista científico en la sociedad, por lo cual él mismo remarca un par de sus responsabilidades y de su impacto al afirmar que: “El periodismo científico tiene la obligación social de hacer lo posible y lo imposible por que la ciencia y la tecnología no sirvan sólo para el enriquecimiento cultural y el beneficio práctico de algunas naciones o ciertas sociedades privilegiadas” (Pág. 58). Lo anterior, permite comprender en cierto punto la magnitud de la importancia del periodista científico, ya que, con la llegada de nuevas



tecnologías y avances científicos, es necesario que el común comprenda aspectos científicos implicados en reformas de leyes, economía y demás.

Todo lo anteriormente expuesto va de la mano con la importancia de la democratización de la información, ya que, en el caso de la ciencia, al ser un área de estudio llena de tecnicismos y términos difíciles de entender, es común que la sociedad en general no comprenda, ni se interese en lo que la ciencia tiene por decir. Un error bastante grande considerando que la ciencia es el puente entre la humanidad y el futuro. Así mismo, Calvo Hernando cita en su texto *El periodismo del tercer milenio. Problemas de la Divulgación Científica en Iberoamérica* (2002) a Martín Redfern, periodista científico de la BBC, quien afirma que "Los periodistas son lo único que tiene el público para poder comprender un aspecto de las cosas". (Pág. 60. Entendiendo así que los periodistas, son la herramienta que tiene el pueblo para comprender aspectos del mundo que no siempre están a su alcance en un lenguaje entendible.

Hay que mencionar, además, que Calvo Hernando (2002) también identificó algunas de las falencias entorno al periodismo científico en Iberoamérica y planteó que: Los principales problemas del periodismo científico en los países de América Latina son la falta de ambiente popular hacia la investigación científica, como consecuencia de una educación humanística en los últimos siglos y de una ausencia de sensibilidad en las clases diligentes; falta de interés de la mayoría de los medios de comunicación; dificultad de acceso a las fuentes; escasez de periodistas científicos; poca sensibilidad de los propietarios de las empresas periodísticas; en ciertos casos, falta de cooperación por parte de la comunidad científica o de sus organismos representativos; actuación incompleta sobre la población, ya que en la mayor parte de los países de América Latina, una buena parte de los grupos sociales padecen todavía graves problemas de comunicación e información, especialmente en lo que se refiere a la prensa escrita. (Pág. 59)

Comprendiendo todo lo anterior es evidente que el periodismo científico cumple un rol de suma importancia que se ha intensificado en la actualidad, y sin duda alguna no es una profesión que ha llegado a la cúspide de su evolución ni del desarrollo de las herramientas que utiliza para entender el mundo; por lo cual es pertinente trabajar en mejorar los aspectos mencionados por Calvo Hernando para que el periodismo ciudadano tome fuerza y sea trascendental en las decisiones del pueblo y la democratización de la información.

En cuanto a el trabajo de Fayard (2007) surge otro concepto clave a trabajar que es el de la comunicación pública de la ciencia y las tecnologías (PCST). El cual tiene como objetivo “Crear lazos de unión entre la ciencia y la sociedad a través de diversas estrategias, en definitiva, poner al alcance de la sociedad los cambios que se derivan de la evolución del papel de la ciencia y la tecnología.” (Pág. 1). En su trabajo titulado Punto de vista estratégico sobre la comunicación pública de la ciencia y la tecnología, surge nuevamente un debate que también plantea Calvo Hernando (Aunque de una forma implícita) y es el de quienes son los adecuados para compartir los hallazgos de la ciencia con el mundo, los científicos o los comunicadores. (Pág. 1). Incógnita que, en el marco de la investigación en curso se cree que puede comunicarse la ciencia en un trabajo conjunto tanto de científicos como de expertos en comunicación, siguiendo la rigurosidad propia de la ciencia, pero en un lenguaje entendible para las mayorías.

En cuanto a las mayorías Fayard (2007) señala que, aunque la gente suele decir “«la ciencia es muy importante»” (Pág. 1) “Las visitas a centros de ciencia y la lectura de revistas científicas todavía están demasiado limitadas a las personas que poseen una cultura científica, escolares, estudiantes o a «los adictos a la ciencia»” (Pág. 1). Dado lo anterior. Fayard se plantea “¿Cómo llegar también a las audiencias no especializadas más amplias que representan el público objetivo central histórico de la PCST?” (Pág. 1). El presente trabajo, en cierto sentido, también busca dar respuesta a dicha incógnita.

Para finalizar, en cuanto a Semir y Revuelta, en el libro de coautoría titulado *Periodistas científicos* (2017) se habla del rol del periodista científico como aquel que es el “Indispensable narrador que indaga, investiga, pregunta e informa sobre los grandes desafíos que plantea el desarrollo del conocimiento científico, médico, ambiental y tecnológico, y que en realidad es transversal en el mundo de las noticias” (Pág. 6) Así mismo también se menciona la importancia del criterio de selección de información que va a ser compartida, ya que, los hallazgos científicos al ser obtenidos por medio de un proceso riguroso y estructurado, el comunicar erradamente un hecho o factor científico puede llevar a la pérdida de credibilidad no solo al periodista, sino también a los expertos relacionados con el mismo, por lo cual Revuelta y compañía reiteran la importancia de obtener una fuente de información certera y de documentación y consulta confiable. (Pág.6)

### **3. La divulgación y visibilización, claves en la apropiación del conocimiento científico académico**

En la tercera categoría se busca demostrar a partir de bases teóricas cómo la divulgación científica se ha hecho importante para la apropiación y difusión de conocimientos, investigaciones y científicos.

Para Foucault (2003) el conocimiento es poder, y el poder es saber, es en este punto en el que radica la importancia de un orden social. Es necesaria la existencia de generar títulos de autoridad sobre algunos entes sociales o sobre personas específicas de una comunidad, autoridad que sea legítima gracias a niveles de estudios y experiencia, y que su vez le otorgue la capacidad de enseñar y transferir saberes específicos a través de la apropiación del conocimiento, para generar así más poder. Al respecto el teórico francés menciona que:

Hay que admitir más bien que el poder produce saber (y no simplemente favoreciéndolo porque lo sirva o aplicándolo porque sea útil); que poder y saber se implican directamente el uno al otro; que no existe relación de poder sin constitución

correlativa de un campo de saber, ni de saber que no suponga y no constituya al mismo tiempo unas relaciones de poder. (...) hay que considerar, por lo contrario, que el sujeto que conoce, los objetos que conoce y las modalidades de conocimiento son otros tantos efectos de esas implicaciones fundamentales del poder-saber y de sus transformaciones históricas. Foucault (2003, Pág. 19)

Se resalta de esta manera el enunciado que menciona Foucault a cerca de las modalidades de conocimiento, así como sus transformaciones, pues la apropiación del conocimiento es usada como una estrategia para intercambiar los saberes en distintas ramas de estudio, y desde la perspectiva del filósofo francés, es una forma de dar o crear poder, y generar transformaciones.

Por otro lado, analizándolo desde otra perspectiva del autor, en la que aproxima también la idea de apropiación como una estrategia, casi hasta el concepto de un régimen social, Foucault (1969) ve los objetos de apropiación como una herramienta para despertar la voluntad del aprendizaje, y así generar o aprender un conocimiento, provocando una coexistencia social en la que ambos elementos son utilizados entre sí, al respecto de estos Foucault menciona que “la manera en que están institucionalizados, recibidos, empleados, reutilizados, combinados entre sí, el modo según el cual se convierten en objetos de apropiación, en instrumentos para el deseo o el interés, en elementos para una estrategia” Foucault (1969, Pág. 195). Si bien explora el concepto de apropiación desde otro punto de vista, es sencillo notar que se termina aproximando de una forma u otra a lo que reza la idea principal en su momento de creación, que es la necesidad de mejorar las formas de aprendizaje social, las formas de retroalimentar y así cambiar la calidad de producción científica a nivel social. Se aleja en el momento en el que habla del hecho de que la apropiación se use como estrategia con la idea de “despertar interés” por el aprendizaje, y así provocar como se mencionó en un principio, la generación de poder, provocar un círculo

social de poder, en el que todo saber genere poder, en el que todos busquen el conocimiento por cuenta propia, siempre y cuando sepan algún saber.

En otro orden de ideas, políticamente hablando, la apropiación del conocimiento también se hace presente con lo conocido como “apropiación de los discursos”, es otra de las formas en las que históricamente se puede generar impacto a nivel social, y provocar un interés por el aprendizaje de la misma manera que lo hace la apropiación del conocimiento. Los discursos políticos, para generar la apropiación del conocimiento y apropiación de los discursos, dependen de factores, históricos, sociales, personales, interpersonales e intrapersonales; un político con su discurso, dependiendo de lo que mencione, dependiendo del contexto histórico, la clase de persona que es él y la clase de persona que lo escucha, puede fácilmente despertar el interés de la sociedad por la búsqueda de conocimiento, Foucault (1969) por ejemplo menciona que:

El discurso económico, en la época clásica, se definía por una cierta manera constante de relacionar posibilidades de sistematización interiores de un discurso, otros discursos que le son exteriores y todo un campo, no discursivo, de prácticas, de apropiación, de intereses y de deseos. Foucault (1969, Pág. 113-114)

El autor muestra de esta manera, cómo a través de los discursos políticos se genera el deseo social hacia las prácticas de apropiación del conocimiento debidos a la apropiación del discurso, y resalta también la importancia de los discursos y el contexto histórico al decir que “los campos en que éstos emergen y se especifican, al estudiar también las condiciones de apropiación de los discursos, se encuentra con el análisis de las formaciones sociales” Foucault (1969, Pág. 348). Bastando así solamente un discurso en el momento perfecto para provocar a nivel social la búsqueda del conocimiento, convirtiéndose así en una forma de apropiación del intelecto.

En cuanto al trabajo de Hebe Vessuri en su texto titulado Ciencia, Tecnología Y Desarrollo: Una Experiencia De Apropiación Social Del Conocimiento (2002) se plantea el siguiente interrogante

¿Por qué a pesar del peso de la ciencia y la tecnología en el mundo contemporáneo, se ha avanzado relativamente tan poco en su apropiación social por los países en desarrollo que son quienes probablemente más tendrían que ganar de ellas? (Pág. 88)

Y es que según explica la autora, por lo general la ciencia y sus descubrimientos suelen ser explicados directamente como “hechos” sin que se realce un proceso del entendimiento crítico que permita entender y comprender el porqué de dicha situación, su origen y su impacto. (Pág. 88)

Lo cual ha llevado a que el pueblo del común no se apropie de los conceptos surgentes de la ciencia, y por lo tanto se separe poco a poco de las realidades científicas que influye en el futuro mismo de la sociedad, y de la misma forma dificultando que el ciudadano promedio tome decisiones que le afectan o afectaran en un futuro.

Gracias a lo anterior, se plantea como necesario que la sociedad se apropie de los conocimientos surgentes de la ciencia y la tecnología, sobre lo cual la autora señala que:

La apropiación social del conocimiento científico se facilitaría si los científicos y los medios estimularan una actitud crítica que evocase los límites y los logros de la ciencia, así como también la naturaleza de las decisiones políticas importantes relacionadas con el ámbito científico. (Pág. 88)

Para resolver dicho planteamiento, la autora sugiere que es necesaria la implementación de programas para la apropiación de la ciencia desde una corta edad, adaptando el mensaje de apropiación del conocimiento científico a espacios académicos como las escuelas y posteriormente las universidades.

Según afirma Vessuri:

En última instancia, lo que se busca es salvar la brecha que separa al ciudadano común de la ciencia, dándole así los medios para que se forme una opinión sobre las prácticas y las políticas que afectan su vida cotidiana y pueda participar con más conocimiento y responsabilidad (Pág. 89).

## **Capítulo III**

### **Marco Metodológico.**



## **Metodología**

La metodología que se implementará en la presente investigación corresponde a la de carácter cualitativo, ya que según citan Ulloa y compañía (2017), según Taylor y Bogdan “Los métodos cualitativos son humanistas.” (Pág. 166) Además de que “En la metodología cualitativa el investigador ve el escenario y a las personas en una perspectiva holística.” (Pág. 166). Dichas características mencionadas anteriormente son propias del campo de la comunicación y el periodismo, el cual se rige bajo el campo de acción de las ciencias humanas.

Y es que la metodología cualitativa permite entender los datos propios de una investigación desde una perspectiva no cuantificable, a diferencia del enfoque cuantitativo, el cual permite analizar los datos obtenidos desde la mirada de las ciencias exactas.

Entre algunas de las características de la investigación cualitativa, Ulloa y compañía (2017) citan 3 de los elementos comunes de la misma, los cuales afirman que está: “Fundada en una posición filosófica, que es ampliamente interpretativa y que le interesa las formas en que el mundo social es interpretado, comprendido, experimentado y producido.” (Pág. 168). Lo anterior es pertinente con la presente investigación, ya uno de sus objetivos implícitos es comprender una problemática en el ámbito académico y llevarla a una posible solución desde la experimentación de producción de medios audiovisuales.

Además, se plantea que está “Basada en métodos de generación de datos flexibles y sensibles al contexto social en el que se producen.” (Pág. 168). Lo cual es aplicable gracias a que la nueva era de la tecnología ha permitido que la sociedad y por ende la academia, se valga de nuevas herramientas, compatibles con sus contextos siempre cambiantes para mantenerse vigentes y productivos a medida que evoluciona la forma de entender y actuar en el mundo.

Por último, el texto menciona que la metodología cualitativa es “Sostenida por métodos de análisis y explicación que abarcan la comprensión de la complejidad del detalle y del contexto.” (Pág. 168). Dado que la problemática a tratar afecta a un grupo de personas que se rigen bajo diversos contextos específicos, la importancia del detalle social que brinda la metodología cualitativa es crucial para entender y desarrollar de forma óptima el trabajo en curso, comprendiendo que la problemática puede ser tratada desde la empatía propia del área humana de las ciencias.

Así mismo, Ulloa y compañía (2017) afirman que “La investigación cualitativa yace en el conocimiento que proporciona la dinámica de los procesos sociales, del campo y del contexto social y en responder ¿Cómo? Y ¿Por qué?” (Pág. 168). Preguntas que pueden ser resueltas bajo la mirada del contexto particular con ayuda de diseños metodológicos acordes a la metodología a implementar.

La lógica del enfoque investigativo que se asume corresponde a una investigación de carácter inductivo, según Dávila (2006) en su texto “El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales” menciona que si se quiere estar seguro de una conclusión inductiva, el investigador primero deberá observar todos los ejemplos previos de dicho estudio, además menciona a Bacon al hablar de la inducción perfecta, que requiere que el investigador examine todos los casos del fenómeno de estudio (Pág. 186). Es de esta manera como se realizó en el presente proyecto una exhaustiva investigación frente a todos los espacios en los que el podcast, videopodcast o cercanos a este fueron explorados en ámbitos académicos, tanto local, nacional como internacionalmente.

En cuanto al alcance del trabajo investigativo, se determinó que este será de carácter exploratorio, ya que según Álvarez (2020) este se caracteriza por abordar problemas o factores que han sido poco analizados o de los cuales se tienen datos confusos o contradictorios, además el alcance exploratorio identifica campos promisorios de

investigación y analiza los problemas con una perspectiva nueva. (Pág. 3). Dicho alcance se cree pertinente para la investigación en curso ya que, una vez realizada la búsqueda y recolección de antecedentes del tema a tratar, se detectó una escasez de material teórico y de experiencias previas similares, tanto en el contexto específico de UNIMINUTO como a nivel local, lo anterior, convierte el trabajo en curso en una investigación guiada por la innovación y nuevas formas de aplicar la creatividad a la divulgación científica académica.

Para finalizar, es necesario ampliar los conceptos de innovación y creatividad, claves durante el transcurso de este proyecto, pues se tendrán en cuenta para la elaboración del producto comunicativo. Hernández y compañía (2015) citan a Sabbagh y Ast cuando mencionan que la diferencia entre creatividad e innovación se encuentra en que la primera se usa en la producción de nuevas ideas, y la segunda se basa en aplicar dichas ideas creativas en un contexto específico (Pág. 138).

En cuanto al alcance del trabajo investigativo, se determinó que este será de carácter exploratorio, ya que según Álvarez (2020) este se caracteriza por abordar problemas o factores que han sido poco analizados o de los cuales se tienen datos confusos o contradictorios, además el alcance exploratorio identifica campos promisorios de investigación y analiza los problemas con una perspectiva nueva. (Pág. 3). Dicho alcance se cree pertinente para la investigación en curso ya que, una vez realizada la búsqueda y recolección de antecedentes del tema a tratar, se detectó una escasez de material teórico y de experiencias previas similares, tanto en el contexto específico de UNIMINUTO como a nivel local, lo anterior, convierte el trabajo en curso en una investigación guiada por la innovación y nuevas formas de aplicar la creatividad a la divulgación científica académica.

Para finalizar, es necesario ampliar los conceptos de innovación y creatividad, claves durante el transcurso de este proyecto, pues se tendrán en cuenta para la elaboración del producto comunicativo. Hernández y compañía (2015) citan a Sabbagh y Ast cuando

mencionan que la diferencia entre creatividad e innovación se encuentra en que la primera se usa en la producción de nuevas ideas, y la segunda se basa en aplicar dichas ideas creativas en un contexto específico (Pág. 138).

### **Diseño de investigación**

Para el diseño metodológico del presente trabajo, dada la investigación alcanzada hasta el momento, en la cual se ha logrado identificar que, si bien gracias a las TICs, las distintas herramientas multimedia que han surgido, y con estas el avance de la tecnología y el boom del internet a lo largo de los últimos años, que ha ayudado a mejorar notablemente las formas de divulgación, se hace notorio que el podcast desde su surgimiento, es un recurso que ha tomado fuerza entre expertos e investigadores científicos con el fin de usarlo como herramienta para dar a conocer trabajos científicos e investigativos realizados, sino también como un medio de aprendizaje y enseñanza no solo para los expertos, también para personas del común que quieran nutrir su aprendizaje. Pero, así como se encontró durante la investigación en el podcast esta herramienta fresca e innovadora al momento de divulgar, también se logró evidenciar el hecho innegable de la falta de exploración hacia lo que sería la posible ‘variación’ o ‘transformación’ de dicha herramienta, que no es otra que el videopodcast, herramienta que usa no solo el formato sonoro, que es la base principal de dicho instrumento, sino que también, gracias al avance de las TIC, usa el formato de vídeo, logrando un emparejamiento que debido a su innovación ha provocado un auge notable de público interesado en esta clase de productos comunicativos, también ha llevado al cambio casi obligatorio de algunas plataformas existentes que sirven como repositorio de estas producciones, y de la misma manera, ha llevado a podcasters a migrar a este nuevo formato, así como ha logrado despertar el interés de aquellos quienes querían incursionar en el mundo podcaster a iniciarlo directamente en el videopodcast.

Por tal motivo, el diseño metodológico con el que se orienta este trabajo investigativo es el I+D+I (Investigación, desarrollo e innovación), concepto que al igual que el producto principal de este proyecto (el videopodcast) surgió recientemente, y viene del concepto I+D (Investigación y desarrollo)

Sobre este, el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación [Minciencias] basándose principalmente en el sector empresarial menciona:

Investigación, Desarrollo Tecnológico o Innovación - I+D+i- que cuentan con estructuras y procesos sistemáticos y organizados (...) Su misión principal consiste en la realización de actividades, proyectos de investigación (principalmente aplicada), de desarrollo tecnológico o de innovación para la empresa a la que pertenecen, con el objetivo de fortalecer sus capacidades tecnológicas e incrementar su productividad y competitividad. Minciencias (s, f.)

Se acerca de nueva cuenta, en el momento en el que comenta de su misión principal, al mencionar el desarrollo tecnológico y la innovación para fortalecer capacidades empresariales, pues este proyecto, al explorar las posibilidades que brinda el formato del videopodcast como recurso comunicativo, busca el cómo puede generar que los trabajos de investigación científica académica desarrollados en UNIMINUTO Centro regional Soacha logren una mayor visibilidad, esto gracias a su dinamismo e innovación, valiéndose de todas las herramientas multimedia que hoy han provocado que el podcast y/o videopodcast sea una forma más de comunicar.

Finalmente, se debe destacar la implementación de este diseño metodológico por el hecho de que centra sus intereses en el desarrollo y la innovación; pensando esencialmente en generar evolución en las tecnologías aplicadas, y también en la productividad, detalle que se hace presente en el momento en el que se habla de la apropiación del conocimiento, pues esta

también se basa en el intercambio de saberes, orientado principalmente en la ciencia, la tecnología y la innovación.

### **Fases de investigación**

Para el proyecto en curso, se seleccionaron 3 fases investigativas, las cuales llevan los nombres de investigación y diagnóstico, estructuración y planificación, y, creación e implementación. Dichas fases corresponden cada una a un objetivo específico e implementan 4 técnicas que permiten desarrollar un debido proceso para la elaboración del producto comunicativo.

En cuanto a la primera fase, titulada investigación y diagnóstico, se seleccionó la técnica de recopilación documental / caracterización, lo cual permitirá conocer experiencias previas relacionadas con el tema elegido, pero dentro de un contexto local, identificando falencias y posibles espacios para la innovación, por medio de la creación de rejillas de caracterización es posible detectar factores claves de su contenido, desde de su lenguaje, hasta la periodicidad de publicación.

Respecto a la segunda fase, esta lleva el nombre de estructuración y planificación, tiene el propósito de establecer rasgos claves y necesarios para la ejecución del producto comunicativo, para lo cual se realizarán 6 entrevistas a profundidad a un experto podcaster, dos docentes investigadores, y tres estudiantes de periodismo, para luego analizar las respuestas brindadas y planificar los contenidos del videopodcast a desarrollar.

Finalizando con la tercera fase, esta lleva el título de creación e implementación, en la cual se utilizarán 2 técnicas de investigación, la rejilla de valoración y las comunidades online; respecto a la rejilla de valoración esta se implementará después de la publicación del episodio piloto y será ejecutada por los actores entrevistados en la técnica previa, con ella se espera recolectar sugerencias y factores a considerar en la producción del videopodcast. En cuanto a la creación de comunidades online, estas suelen ser entendidas como espacios

virtuales en los cuales, el público le brinda información al investigador referente a un tema en específico, aun así, para la presente investigación, se plantean las comunidades online como espacios digitales en los cuales es el investigador quien le proporciona información al público, todo esto por medio de la creación de redes sociales del videopodcast a desarrollar y el alojamiento del mismo en plataformas especializadas para este tipo de contenido.

### **Técnicas para la recolección de datos.**

Con el fin de relacionar cada una de las fases investigativas, se realiza una matriz de relación de objetivos con las técnicas de investigación aplicadas:

**Tabla 1**

*Matriz de relación técnicas de investigación*

<b>Tema</b>	Innovación en las estrategias de divulgación científica académica.			
<b>Pregunta de Investigación</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Fases</b>	<b>Técnicas de investigación</b>
<b>¿De qué forma el videopodcast como recurso comunicativo puede dinamizar de manera creativa los procesos de divulgación científica académica desarrollados en UNIMINUTO Centro regional Soacha?</b>	Explorar las posibilidades del videopodcast como recurso comunicativo en los procesos de divulgación	<b>1. Caracterizar</b> Identificar experiencias exitosas de divulgación científica en contextos universitarios caracterizando sus audiencias, alcances, limitaciones y valores diferenciales en sus procesos de difusión.	<b>Fase 1:</b> Investigación y diagnóstico	<b>Recopilación documental / caracterización:</b>  Según Gómez (2004) la recopilación documental es una herramienta clave a la hora de investigar ya que permite identificar problemáticas a tratar, conocer el contexto del tema seleccionado, etc. Por lo cual, se hace pertinente en la fase de investigación en curso realizar un panorama a manera de caracterización frente a los usos de recursos

<p>científica académica desarrollados en UNIMINUTO Centro regional Soacha dinamizando la apropiación del conocimiento en la comunidad académica.</p>			<p>comunicativos enfocados en la divulgación científica académica.</p>
	<p><b>2. Comprensión / análisis</b></p> <p>Definir la estructura y lineamientos que orientarán la creación del videopodcast como recurso comunicativo a partir de la construcción de espacios de diálogo y encuentro entre docentes investigadores y estudiantes.</p>	<p><b>Fase 2:</b> Estructuración y planificación</p>	<p><b>Entrevistas en profundidad:</b></p> <p>Para Robles (2011) esta técnica de recolección “adentrarse en la vida del otro, penetrar y detallar en lo trascendente, descifrar y comprender los gustos, los miedos, las satisfacciones, las angustias, zozobras y alegrías, significativas y relevantes del entrevistado; consiste en construir paso a paso y minuciosamente la experiencia del otro”. Permitirá a este proyecto y al investigador, gracias a expertos en el mundo podcasting, maestros de la rama de investigación y estudiantes de la academia, recabar datos pertinentes para el momento de aplicación del instrumento. Permitirá comprender qué alcances tiene el formato en el momento de la divulgación, según la información y experiencia que sea compartida por los expertos</p>



	<p><b>3. Devolución creativa / hacer</b></p> <p>Implementar a manera de propuesta comunicativa el videopodcast bajo criterios de creatividad, dinamismo e innovación con impacto en la visibilización de procesos de investigación científica académica generados en UNIMINUTO CRS.</p>	<p><b>Fase 3:</b> Creación e implementación</p>	<p><b>Rejilla de valoración:</b></p> <p>Para Arenas y Gómez (2013) Las rejillas de valoración “Supone que todos los participantes (...) tengan claridad respecto a cómo se evalúa, qué se evalúa, para qué se evalúa, qué se espera de la evaluación, esto le exige al maestro someterse a una constante reflexión de lo que enseña.” (Pág. 1)</p> <p>Esta herramienta permitirá a los investigadores conocer la evaluación que le brindan los sujetos entrevistados en la fase anterior referente al capítulo piloto del videopodcast, con el fin de conocer fortalezas y aspectos a mejorar que estos encuentran en el trabajo audiovisual, posteriormente los investigadores analizan sus comentarios y se realizan cambios de ser necesario en la ejecución del producto comunicativo.</p> <p><b>Construcción de comunidades online:</b></p> <p>Debido a que la investigación en curso desarrollará una serie de contenidos audiovisuales que se alojarán en la red, y que están ligados directamente con la investigación académica,</p>
--	---	---	---

			es pertinente incorporar las comunidades virtuales como instrumento de investigación, ya que esta permitirá que se cree un grupo de interesados en el tema que serán impactados directa o indirectamente por el contenido planteado.
--	--	--	--

### **Fase 1: Investigación y diagnóstico**

Siguiendo con lo establecido en la fase 1, se realiza la búsqueda, investigación y caracterización en distintas Universidades del país, sobre productos que se acercaran a experiencias universitarias destinadas a la divulgación científica usando herramientas como el podcast o similares:

**Tabla 2**

*Cuadro de caracterización de trabajos previos*

<b>Cuadro de caracterización</b>		
<b>Universidad: Sergio Arboleda</b>		
<b>Emisora: La Sergio Radio</b>		
<b>Programa: Datas y creatas</b>		
<b>Estructura del formato</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Tiempo de duración de cada episodio</b>	Los episodios de este podcast se promedian en una duración de 45 minutos a una hora. La duración de estos varía según el invitado, los	

	invitados y el temario que se trate en cada episodio.	
<b>Secciones que maneja el programa</b>	<p>-Pauta institucional universitaria y sobre el programa</p> <p>-Introducción al programa (hablan brevemente del tema que se tratará y comienzan el desarrollo</p> <p>-Pausa con comerciales institucionales</p> <p>-Continúan con el tema, se desarrolla ampliamente de manera amable, coloquial y cercana a los escuchantes (en ningún momento se suelen escuchar tecnicismos)</p> <p>-Cierre y despedida</p> <p>-Pauta institucional</p>	

<p><b>Pautas Institucionales</b></p>	<p>Se puede encontrar en el comienzo, la pausa y el final del programa.</p>	<p>Al inicio del programa dan invitación a seguir las redes y páginas institucionales</p>
<p><b>Emisión - ¿Con qué regularidad se transmite el programa?</b></p>	<p>El programa tiene una regularidad semanal. Se realiza la emisión cada miércoles a las 9 de la mañana, y se monta en las distintas plataformas que tiene la institución</p>	<p>Solamente tiene paradas de su emisión, cuando la Universidad se encuentra en tiempos de descanso que involucre a quienes hacen parte del podcast.</p>
<p><b>Contenido que difunde</b></p>		<p><b>Observaciones</b></p>
<p><b>Lenguaje que se maneja durante el programa</b></p> <p><b>Estructura del temario que se usa</b></p>	<p>En el programa, en un comienzo es bastante agradable y tranquilo, se abordan temas “banales” como hablar de lo ocurrido a los hosts en ese día, el estado del clima o los días pasados, haciéndose de esa manera bastante cercano a los escuchas</p> <p>Una vez que introducen el tema que se va a tratar, lo desarrollan ampliamente, pero no se</p>	

	<p>encuentra en ningún momento lenguaje complicado o tecnicismos, profundizan de manera significativa, pero sin hacerse aburrido o tedioso en ningún momento</p>	
<p><b>Vigencia en los contenidos a tratar</b></p>	<p>Normalmente se tratan temas de actualidad, temas que se están hablando en la sociedad o comunidad universitaria.</p>	<p>No se evidencia esto cuando llevan a algún experto que trate temas con años ya de vigencia, pues exploran enfocándose en el pasado también.</p>
<p><b>Pertenencia disciplinar – involucrados principales del programa</b></p>	<p>Este podcast, es un proyecto académico de la Escuela Ciencias de la Comunicación de la Universidad. Por lo que los involucrados son los maestros de esta escuela, y también los estudiantes de esta escuela, así como también hacen parte los expertos que son invitados</p>	

	al programa, según sea el tema que se trate	
<b>Profundidad que se maneja en los contenidos traídos al programa</b>	Profundizan de manera significativa, una vez que terminan la introducción y comentan el tema que se tratará, exploran abiertamente los temarios, esto de manera llamativa, pues constantemente animan a quienes no se han involucrado en algún proyecto significativo, lo invitan a hacerlo.	
<b>Realidad y alcances de ayer a hoy</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Promoción y acceso del producto a nivel multimedia</b>	Se expone en la plataforma radial de la Universidad, también cuenta con una página web creada desde la Universidad, donde se exhiben todos los productos de esta clase, y ahí se puede encontrar.	

	<p>También se puede encontrar en distintas plataformas destinadas al podcasting como: Spotify, Ivoox, speaker, apple podcast y Google podcast</p>	
<p><b>Cobertura y público objetivo</b></p>	<p>Su público objetivo es la comunidad universitaria principalmente, también aquellos que tengan interés especial en los temas tratados según los expertos que suelen invitar a los programas.</p>	
<p><b>Visibilidad del formato para la institución que lo promueve</b></p>	<p>Se expone en la plataforma radial de la Universidad, también cuenta con una página web creada desde la Universidad, donde se exhiben todos los productos de esta clase, en esta última se puede</p>	<p>La página web de la radio universitaria está caída cuando se intenta acceder al material de Datas y Creatas.</p>

	<p>encontrar de manera muy ordenada, según la temática del podcast y los distintos programas destinados a ello. También se puede encontrar en plataformas podcasting.</p>	
<p><b>¿Capacidad de difusión del producto?</b></p>	<p>Tiene alta capacidad de difusión, pues cuenta con exposición en la página web universitaria, otra página creada y destinada solo para los podcasts que existen desde la academia, y también es difundida en distintas plataformas podcasting. Además de esto, ocasionalmente se promueve el programa en las redes sociales de la universidad</p>	
<p><b>Conexión multimedia</b></p>	<p>El programa cuenta con conexión multimedia</p>	



	<p>desde la página destinada al podcast de la universidad, de aquí está linkeada a las plataformas podcasting en las que se emite el programa, y desde los programas, invita regularmente a visitar las redes sociales institucionales</p>	
--	--	--

Al igual que con la anterior rejilla de caracterización, la investigación y el análisis de programas se hizo sobre otras cuatro distintas Universidades como la Universidad de Los Andes, en la que se encontró el programa Shots de Ciencia, la Universidad del Rosario, en la que se encontró el programa La Curva, la Universidad distrital Francisco José de Caldas, en la que se encontró el programa Con-Ciencia, y finalmente la Universidad Sergio Arboleda en la que se encontró el programa llamado Hablando hipotéticamente.

Si se desea ampliar la información de las tablas de caracterización realizadas, favor remitirse a los anexos.

## **Fase 2: Estructuración y planificación**

En cuanto a la segunda fase, el instrumento de investigación aplicado fue el de la entrevista a profundidad, para lo cual se entrevistó a un experto en podcasting, a dos docentes de la universidad y tres alumnos de últimos semestres. Los cuales, respondieron 15 preguntas divididas en tres bloques temáticos que ayudaron a orientar la entrevista; a continuación, se adjuntará la transcripción de las entrevistas junto con aspectos claves señalados por los

investigadores que posteriormente serán insumo argumentativo para dar paso a los campos semánticos de cada bloque.

En primera instancia, la entrevista realizada al experto en el mundo del podcasting se formuló bajo una serie de preguntas diferentes a las realizadas a docentes y estudiantes, ya que al estar este bajo un contexto fuera del académico fue necesario adaptar los cuestionamientos y bloques a su campo de experticia.

**Entrevistado:** Sebastián Camelo

**Perfil:**

Hizo parte del equipo de fotografía de la película «Gordo Calvo y Bajito» del director Carlos Osuna y años después fue el coordinador de producción de «Sin Mover los Labios», del mismo director, quien además fue uno de sus docentes universitarios. Tiempo después, trabajó como director creativo de una agencia de publicidad, haciendo parte del equipo que adelantó campañas para El Fondo Nacional del Ahorro, Finagro y otras reconocidas entidades colombianas.

De forma simultánea, dictó clases de realización audiovisual en el programa 40X40 de la Alcaldía de Bogotá, desempeñándose como artista formador de niños de diferentes colegios del Distrito, para después dedicarse a las comunicaciones de un proyecto de cooperación internacional entre los gobiernos de Canadá y Colombia, ejecutado por la ONG canadiense Développement International Desjardins. En la actualidad, Sebastián se encuentra trabajando en diferentes proyectos creativos como la publicación de su segunda novela, la realización de un cómic y la construcción de un fanzine que busca escenificar las aberraciones de los peores caníbales de la historia contemporánea.

**Bloque temático 1: Realidades del podcast y retos del instrumento para seguir en vigencia.**

**1- ¿Cuál ha sido tu mayor reto a la hora de tener un podcast?**

Luego de más o menos 90 capítulos de (Serialmente) yo hago unas editoriales en mi podcast, y he sentido dificultades en diversificar las mismas, no ha llegado al punto de que haya tenido que dormir tarde, pero sí siento este inconveniente. Yo, tuve la suerte de contar con un equipo de trabajo para la realización del podcast, y también tuve la suerte de que el podcast despegó muy rápido, entonces lo que normalmente podrían haber sido unas dificultades, para mí no lo fueron, por ejemplo, captar el público, formar comunidad, y tener disposición de tiempo para invertirlo al proyecto.

**2- ¿Qué le aconsejarías a las personas que quieren comenzar un podcast, pero aún no se atreven a hacerlo?**

Que lo hagan. Lo más importante es identificar y seleccionar un buen tema, encontrar una forma de escribir, una forma de hablar, darle personalidad al producto, una vez que se asegura esto, se notará que uno tiene algo distinto, y poco a poco irá captando la atención de las demás personas, no hay nada que perder.

**3- ¿Crees que el formato podcast tiene alguna desventaja al momento de su publicación y divulgación cuando se piensa en este como un medio que permite llegar a la mayor cantidad de personas posibles?**

Debido al auge de las distintas plataformas podcasting, uno tiene esta diversidad de oferta, por ejemplo, YouTube con sus videos, tienes TikTok, tienes plataformas como Netflix, etc. Entonces el podcast podría tener la desventaja de ser menos atractivo a algunas de las anteriores mencionadas debido a su agregado de video, pero, el fuerte está es en que hay personas que tienen muchos otros deberes y no puede estar viendo el video, sino escuchar, es esta la ventaja del podcast.

**4-En tu experiencia como podcaster, ¿hay algo que te gustaría cambiar de este formato pensándolo a nivel general?**

Las posibilidades de acceso, hace falta más concientización de qué plataformas son para escuchar podcast. Haría una dinámica de publicidad que permita publicarlo, y hacerlo algo evidente.

**Bloque temático 2: Impacto del podcast y perspectivas del instrumento a futuro**

**1- ¿Cómo crees que ha impactado el auge del podcast en la forma de comunicarnos en Colombia?**

Creo que estamos viviendo justo en el momento en el que el podcast se está convirtiendo en la base de todo, también creo que es el punto y el momento en el que el podcast está siendo entendido por las demás transmisiones tradicionales de sonido como algo más sencillo, más directo y más en demanda, esa es la clave, y es esta la que nos permite entender qué es lo que viene, y es básicamente el cambio, porque el podcast se ajusta a las nuevas necesidades del público.

**2- ¿A qué crees que se deba el boom del mundo podcasting en los últimos años a nivel mundial?**

Esto obedece principalmente a las nuevas dinámicas de consumo, con el auge del internet, el gran acceso a internet es muy fácil tener acceso a nuevas formas de entretenimiento. Ya no son los emisores de contenido los que generan todas las preferencias del público, sino que el mismo público es quien elige; antes teníamos que ajustarnos a la parrilla, cambiar canal, pero con esto uno elige qué ver o escuchar, donde, a qué hora y cuando. Eso cambia totalmente la dinámica, y pasa con las películas, con el cine, la televisión y pues claramente el podcast, que es el nuevo reemplazo del audio.

**3- ¿Cuáles crees que son los alcances que tendrá el podcast a futuro? ¿seguirá creciendo de la manera que lo está haciendo?**

Sin lugar a duda, el podcast seguirá creciendo, cada día crece más, cada día las grandes plataformas de radio lo están implementando su apartado de podcast, porque saben que a futuro eso es lo que va a pasar y lo que va a terminar ocurriendo.

Cada día más las personas van a alejarse de la radio, y terminará metida en el mundo del podcast, obviamente en un país como Colombia pasará de una forma mucho más lenta y progresiva, pero será igual a como está ocurriendo con la televisión, seguramente en un tiempo lo que va a pasar es que la gente va a incorporar sus plataformas de contenido en lugares de streaming y será el principal medio, en Colombia será lento debido a la falta de accesos en la ruralidad, pero terminará ocurriendo.

**Bloque temático 3: viabilidad del videopodcast como recursos de divulgación científica y académica**

**1- ¿Crees que el podcast es un medio viable para divulgar diversos tipos de contenido, ¿cómo, por ejemplo, proyectos de investigación académica?**

Sin duda, yo creo que en cuanto uno tenga un lenguaje interesante y atractivo para el público común, todo tipo de plataforma de creación de contenido es viable para este tipo de dinámicas. La clave es hacerlo atractivo, acompañar a todo lo que implica la divulgación, con buen lenguaje y narrativa.

**2- ¿Crees que el podcast podría servir hoy como un instrumento para la enseñanza de distintos saberes?**

Todas las plataformas son para esto, un ejemplo son los tutoriales. El podcast quizá pueda menos efectivo en temas de enseñanza, debido a que el formato de video tiene muchas más herramientas para transmitir información, pero sin duda funcionaría de la misma forma

en que lo hacen por ejemplo los cursos virtuales, entonces sí creo que sea un buen instrumento.

En cuanto a los docentes investigadores de UNIMINUTO CRS y los estudiantes de últimos semestres de la carrera de Comunicación social y periodismo entrevistados, todas las preguntas formuladas fueron las mismas, al respecto los docentes respondieron que:

**Entrevistado:** Julie Rosseli Suarez Vera

**Perfil:**

Licenciada en Filosofía y educación religiosa, especialista en gerencia educativa, magister en Diseño, gestión y dirección de proyectos, amplia experiencia como docente de educación media vocacional y universitaria, actualmente se desempeña como docente líder de coordinación de investigación de la Coordinación de Investigación del Centro Regional Soacha. Para la profesora Julie la Corporación Universitaria Minuto de Dios a lo largo de estos 20 años ha aportado al país y al municipio de Soacha una oportunidad de llevar a las comunidades más vulnerables educación de calidad, misión que ha tomado fuerza por nuestros estudiantes que eligieron a la UNIMINUTO como institución de educación superior para contribuir con su formación profesional y transformar su realidad, al mismo tiempo que ha transformado la realidad de cada uno de los colaboradores que allí trabajamos.

**Bloque temático 1: Realidades frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Qué tipo de actividades dinamizan la divulgación científica y académica en las instituciones de educación superior?**

Las actividades están enfocadas de la siguiente manera:

- 1) La formación en a la investigación, teniendo en cuenta los semilleros de investigación como parte del proceso
- 2) La investigación aplicada, que tiene que ver con los proyectos de investigación liderados por docentes

Estos dos ejercicios investigativos, ayudan precisamente en la participación de eventos académicos por parte de los estudiantes, con ponencias o con posters investigativos como resultado del proceso de formación, y a los docentes de investigación aplicada, la propuesta de artículos científicos.

Hay distintas clases de productividad, que terminan en la divulgación de los resultados de un proceso de investigación.

**2-En el imaginario existe la creencia que la divulgación científica se sustenta solo en tipologías textuales, como artículos o ponencias. ¿Cómo cree que la divulgación científica y académica podría ser más cercana y significativa a quiénes demuestran particular interés en ella?**

Tradicionalmente hay una medición que desde Colciencias se establece para mirar el ranking de publicaciones que tienen las Universidades, pero existe una brecha en ese aspecto. Hay una limitante para que solo se identifique ponencia y artículo como un resultado de investigación, y no se incluyan otros elementos como los posters, que aún son reconocidos, no son tan significativos cuando se puntúan en un proceso de Colciencias. La comunicación social es uno de los programas que más incursiona en la presentación de estos productos, que no son netamente artículos de investigación, como los podcast, los videos, incluso la radio, estos elementos comunicativos que ayudan precisamente a que no se reduzca el presentar un resultado de investigación (...), pero el cómo se puede trabajar para que estos productos sean adoptados e incluidos dentro de Colciencias, depende del conocimiento de los diferentes programas académicos, los semilleros y el trabajo que estos hagan al respecto.

Es una nueva forma de presentar un resultado de investigación con rigurosidad científica, pero que no pierda la esencia de la investigación. La innovación tecnológica en términos de enseñanza a hacer un podcast, por ejemplo. Yo no sé cómo se hace un producto

como estos como docente, y estaré lejos de un trabajo que permita presentar un resultado de investigación a través de un podcast.

**3-Desde su perspectiva, ¿Cuál considera que es el mayor aporte que genera la divulgación científica a los proyectos investigativos que se adelantan dentro de una institución de educación superior?**

Los resultados de investigación, pero estos van de la mano de un proceso formativo y comunitario, la trayectoria que tiene un docente investigador en relación con las propuestas investigativas que llevan tiempo, hay proyectos que llevan unos resultados más significativos en términos de tiempo, y en el momento de presentar estos, se genera un nuevo conocimiento, gracias al ejercicio investigativo.

**4-De manera crítica, ¿Qué dificultades o vacíos identifica como obstáculos para la divulgación científica en el marco de las instituciones de educación superior?**

Bastantes. Un gran vacío es el hecho de la misma escritura del artículo, la rigurosidad científica hace que la brecha se vea reflejado en un recurso económico, es decir, si el docente o la institución no tiene el presupuesto para pagar a una revista de alto impacto, el resultado de un proceso de investigación se va a perder, es algo que ha ocurrido aquí en el centro regional.

Hay propuestas muy interesantes, resultados de investigación que por falta de presupuesto no se pueden divulgar, y que, de alguna manera, el hecho de salir de la rutina con la publicación del artículo en la revista es importante, pero ese vacío divulgativo es el que hace que se reduzca la generación de nuevos conocimientos. (...)



**5-Los procesos y actividades de divulgación científica tienen como fin principal la difusión de Proyectos de ICA ¿Qué les cambiaría usted a estos para hacerlos mejor en este aspecto?**

La forma en la que se presentan los resultados de un proceso de investigación, no solo limitarlo a un artículo con categoría 1 (se sabe que es de alto impacto y reconocido), pero considero que los demás artículos deberían tener la misma medición, entendiendo que, si se está presentando el resultado de investigación, es debido a que hubo una aplicación. Se tendría que quitar la categorización porque nos están enclaustrando en un tipo de medición, y lo que realmente se busca con la investigación es la generación de nuevos conocimientos; 1) se investiga si se tiene una problemática, 2) se quiere aportar desde una experiencia, conocimiento y disciplina 3) la comunidad que recibe el resultado debe tener un resultado de transformación social. El ranking provoca agotamiento, y cae en la discriminación de un resultado de investigación.

**Bloque temático 2: Perspectivas / prospectiva frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Cómo superar las formas tradicionales que habitualmente son utilizadas para dinamizar la divulgación científica?**

En el proceso de visibilización, sensibilización y apropiación. Hoy nos hablan del podcast, de los videos, de cómo los jóvenes se aventuran en la presentación de resultados vía documental, pero veo un vacío en términos académicos que se presenta en el cómo hacer, para que ese producto (podcast) que yo presenté como resultado de una experiencia investigativa, sea reconocido como un producto de investigación. Debería tener unos lineamientos, así como pasa con los artículos, una estructura, un seguimiento y un resultado, el antes, el durante y el después. Al final permitirá a los demás apropiarse de este tipo de productos.

**2-Desde su experiencia investigativa, ¿Cómo cree que se puede potenciar la creatividad e innovación en los procesos de divulgación científica sin perder la rigurosidad y profundidad que éstos ameritan con el fin de continuar siendo importante los Proyectos de ICA?**

Depende más que nada de los términos del procedimiento en el que se presenta un producto, por ejemplo, TikTok es una herramienta divulgativa que permite presentar cualquier información, para que no pierda ese carácter científico, se debe mostrar el trabajo el resultado y el carácter que merece. También este producto debe ser elaborado de manera técnica, que permita al investigador aprender la utilización del medio.

**3-A su modo de verlo, y haciendo un análisis de lo que es la divulgación científica actualmente, ¿Qué cree que sea necesario en los procesos tradicionales de divulgación científica para que se pueda involucrar de manera más activa a la comunidad universitaria?**

Dar a conocer las herramientas y productos, enseñar a utilizarlos, por ejemplo, en podcast, videopodcast o productos radiofónicos. Esto provoca dudas de él como pueden utilizarse para notas divulgativas, notas periodísticas. Las personas del común normalmente podrían pensar que grabar un vídeo sería un trabajo arduo, pero al momento de enfrentarlo, se ve realmente el carácter divulgativo y riguroso que se debe tener a la hora de presentar una investigación.

Es también un proceso de adaptación, por ejemplo, en la tecnología, la innovación es implementar esas herramientas que ya se tienen en el común, pero sabiéndolas utilizar.

**4- ¿Qué revolución cree que esté haciendo falta en los procesos de divulgación científica tradicionales para que se dé un acercamiento al público en general, y no solo al sector investigativo?**

El tipo de población a la que se dirige la investigación es importante, pues si hablamos de comunidades, estas tienen tipos de culturas (comunidad académica), entonces depende en la forma en que se presenten estos productos, si yo veo algo publicado en redes sociales, y esto logra atraparme, me va a llamar la atención y voy a seguir buscando información sobre esto. Se suele tergiversar lo que se quiere presentar, y **la comunidad debe ser atraída con productos creativos, que rompan esquemas, que no se desliguen de la rigurosidad que requieren, que permitan sensibilizar al ser humano frente al proceso de investigación realizado.**

**Bloque temático 3: viabilidad del videopodcast como recursos de divulgación científica y académica**

**1- ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que es un podcast, videopodcast o herramienta parecida a estas? ¿Qué nos puede contar a cerca de ellos? ¿considera usted que estos son de utilidad para la divulgación científica, por qué?**

Sé que son herramientas comunicativas o que ayudan a divulgar un proceso, sé que el podcast es audio, el videopodcast nos incluye la parte visual. Lo más cercano o distinto a esto que conozco son las notas comunicativas, tienen resultados positivos de un proyecto y semillero, y se habla de los resultados de dicho proceso.

**2- ¿Conoce usted algún podcast u otro producto innovador (distinto a los tradicionales) creado recientemente para la divulgación científica? ¿Qué características tiene este?**

No, y creo que se debe a la no rigurosidad de presentar un resultado investigativo a través de un podcast, porque no hay un conocimiento o ruta para hacerlo, y que así no se

quede solamente en artículos, ponencias o poster, una cartilla que muestre qué es y cómo se hace un podcast. El medio tecnológico está idealizado, pero tenemos poca experiencia en sus herramientas, las cuales sí me gustaría aprender, como el hacer un podcast, el qué debe tener respecto a su guion, sus formas para grabar una noticia. Debe existir un libreto de tiempo, de contenido y de resultado.

**3- ¿Qué características le daría usted a un producto que busca ser innovador pensando en la divulgación científica, que logre superar los estándares de los medios tradicionales existentes actualmente?**

Debe ser llamativo, debe ser serio, debe generar impacto, debe provocar a la comunidad la generación de conciencia, generar procesos de sensibilización, que pueda tocar corazones, al punto de generar cambios. La sensibilización nos hace falta como humanidad.

El producto debe estar vinculado dentro de los productos de investigación de Colciencias, en su tipología. Colciencias tiene una medición con puntuación, y esta lleva la categorización de producto como del profesor, y se queda corto porque el producto comunicativo queda menos puntuado que un artículo, y debería tener otro carácter porque hay una elaboración detrás de todo, por ejemplo, la edición.

Los audiolibros sirven como proceso de divulgación, el podcast sirve también para la comunidad con discapacidad visual, y esto permite dar a conocer los resultados de los procesos de investigación.

**4- ¿Considera usted que el videopodcast sería una herramienta de utilidad para la para la divulgación científica, pensándose como un medio alternativo e innovador para cumplir este fin?**

Sí, y permite complementar lo mencionado a la comunidad con discapacidad auditiva o visual. Los artículos se quedan para aquellos que leen, pero para quienes no tienen esta posibilidad, el podcast puede ayudar, como propuesta innovadora para este tipo de población,

o para las personas que no saben leer ni escribir. Esta herramienta debe ser cercana a la comunidad, no académica, porque ya se ha pasado por un proceso, pero a las comunidades a las que se les hace alguna investigación es a quien deben llegar estas herramientas, al campesino, a la analfabeta, a la señora ama de casa, inclusive al niño que está empezando a leer y a escribir.

Es una nueva forma de presentar un proceso y resultado de investigación.

**Entrevistado:** Alonso Capacho.

**Perfil:**

Magister en Educación y licenciado en Filosofía y Educación Religiosa, maestría en educación, Coordinador de Investigación en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, docente orientador en materia de investigación y seminarios de grado. Aporte y refuerzo a habilidades comunicativas de lectura, escritura y escucha

**Bloque temático 1: Realidades frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Qué tipo de actividades dinamizan la divulgación científica y académica en las instituciones de educación superior y cómo cree que estos procesos podrían ser más cercano y significativos para quienes demuestran particular interés en ella?**

Pienso que todas las actividades, deben estar relacionadas a las estrategias y sus posteriores resultados de aprendizaje, en los cuales se le pide a un estudiante que se forme en un ejercicio de investigación. Pienso que esas estrategias y actividades deberían tener que ver en el cómo se va a involucrar al estudiante, cómo se hará participe, cómo se hará parte fundamental para se complemente su formación integral, en estas habilidades investigativas, para así fortalecer la investigación en un programa, en una línea de investigación, o para fortalecer un proceso investigativo interno o externo que se pueda dar.

Estas actividades están relacionadas a los criterios que pide Colciencias, y en las que se involucran a los estudiantes son actividades como posters, audiovisuales, talleres, guías didácticas, participación de los alumnos en eventos académicos con las mismas anteriores mencionadas. Actividades que lleven a mostrar el ejercicio que se está haciendo desde el trabajo investigativo. Estas actividades deben estar pensadas en que el estudiante se vaya familiarizando con la investigación científica, puede ser en el aula de clases con un debate, un simposio, con prácticas de aula, proyectos de aula, actividades en las que el estudiante empiece a describir todas las problemáticas emergentes y son de carácter investigativo. Puntualmente las actividades se pueden dar con eventos, conferencias, posters, audiovisuales, talleres pedagógicos, obras de arte; se debe entender las capacidades que hoy tienen los alumnos) todo esto lleva a que el estudiante se involucre en la investigación científica.

**2-Desde su perspectiva, ¿Cuál considera que es el mayor aporte que genera la divulgación científica a los proyectos investigativos que se adelantan dentro de una institución de educación superior?**

Los aportes se dan a partir de la aplicación y ejecución de la investigación a los proyectos, está en la generación de un nuevo saber o conocimiento.

Recordemos que el conocimiento parte de un problema, si exploramos la teoría del conocimiento, nuestros filósofos (que son la fuente principal de los investigadores), para hablar de la concepción del universo comenzaron planteándose preguntas, preguntas que trasladaban a su entorno, esto con el fin de despertar dudas de lo que está pasando a su alrededor. A partir de la indagación, la curiosidad, a partir de un proyecto de investigación que comienza de un problema basado en un fenómeno real, comienza a:

- a) Alimentar las líneas de investigación existentes en un programa
- b) Alimentar las líneas existentes en grupos de investigación

Estos proyectos están destinados a alimentar las líneas de investigación planteadas en un pasado, es desde ahí que se encuentra el mayor aporte. La involucración de estudiantes y maestros para la realización de un proyecto también son un gran aporte porque investigarán de acuerdo con unos intereses y de acuerdo con unas líneas investigativas ya planteadas. Es por eso por lo que pienso que los proyectos de investigación son un aporte fundamental para alimentar de manera metodológica, didáctica y teórica todo lo que se relaciona al trabajo investigativo de un programa.

Otra cosa es que estos proyectos investigativos también deben alimentar los espacios académicos, exactamente cursos o materias existentes en el pensum de un programa (parrillas curriculares). Esto pensado en responder a intereses investigativos tanto de los estudiantes como los maestros.

**3-De manera crítica, ¿Qué dificultades o vacíos identifica como obstáculos para la divulgación científica en el marco de las instituciones de educación superior y qué le cambiaría usted para hacerlos mejor en este aspecto?**

Esto es complejo. Opino que el diligenciamiento de distintos formatos que sirvan para dar cuenta de procesos investigativos. Sé que los formatos son fundamentales, pero no dejan de ser también una piedra en el zapato para el investigador, que se cansa del diligenciamiento, pues podrían no ser claros, por lo que podría también provocar la pérdida de amor o interés por la investigación, podría cansar.

Otro punto es la falta de tiempo, pues dan horas de investigación, pero a estas mismas se anclan otros temas como la docencia o la proyección social. Un docente investigativo está cargado de muchas actividades, y también se piden muchos productos, sin que haya un gran estímulo, hay un obstáculo a nivel administrativo, no hay equilibrio entre las horas de docencia, la investigación, y la proyección social.

Otro obstáculo es la falta de recursos económicos, este es un factor fundamental, y el docente lo debe hacer desde sus propios recursos, desde sus posibilidades, para lograr ser publicado en una revista indexada de alto impacto algún capítulo de libro. Las universidades muchas veces tienen la información clara, pero no hay recursos suficientes para poder dar al docente, y que así se motive por la investigación.

Otra barrera es que las universidades tienen procedimientos muy largos, múltiples pasos por comités, que al final le dirán al docente si se aprueba o no un proyecto, esto provoca también que el docente se desanime frente a este ejercicio.

Otra dificultad es que muchas veces las universidades no son claras en el proceso de comunicación de manera asertiva cuando van a informar lo que quieren frente a un ejercicio o a algún proyecto, o la consolidación de un grupo de investigación.

## **Bloque temático 2: Perspectivas / prospectiva frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Cómo superar las formas tradicionales que habitualmente son utilizadas para dinamizar la divulgación científica, y que a su vez estos puedan cambiar los procesos tradicionales con el fin de continuar siendo importante y necesarios para involucrar de manera más activa a la comunidad universitaria?**

Debe haber primero un cambio de conciencia, un cambio de mentalidad que venga desde las mismas directrices de las universidades, o desde las mismas directrices de las unidades de investigación. Se debe pensar la investigación desde el propio territorio, se debe pensar desde un escenario mucho más académico, un espacio en el que se tenga una visión mucho más amplia del ejercicio investigativo, donde haya un proceso de una buena comunicación asertiva, donde se genere empatía entre el investigador y toda la parte administrativa, pues a veces por responder a la parte administrativa, se descuida el ejercicio investigativo. Pienso que las universidades deben apostar por depositar la confianza, a



depositar la empatía, otro elemento fundamental es que exista el apoyo al docente en: capacitaciones, recursos y tiempo, y por qué no, pensar en aquellos docentes con trayectoria, que se hayan esmerado por la investigación científica y por sus productos, ponerles auxiliares de investigación, motivar e involucrar estudiantes para que ayuden en el apartado de formatos y para estos también aprendan a hacer ejercicios de sistematización de la información.

Otro elemento fundamental es capacitar constantemente a los docentes, hay algunas universidades que se casan con normatividades (por ejemplo, normas APA), entonces es importante que los docentes conozcan distintos tipos de citación, se debe capacitar al docente para que pueda mejorar sus condiciones de citación y producción científica.

Al docente se le debe capacitar esencialmente en la escritura de los artículos científicos o en los productos, pues esta es una gran falencia evidenciada en los investigadores, porque se puede tener buena actitud, pero no todos manejan gran redacción, y cuando se falla en esto, inmediatamente son rechazados artículos, posters, capítulos de libro o los libros.

Otro punto importante es la capacitación y constante seguimiento de las plataformas donde se actualizan hojas de vida y trabajos de investigadores, pues no todos los investigadores entienden los manejos de estas plataformas.

A los investigadores se les debe orientar y capacitar en bases de datos y revistas, en cómo hacer la búsqueda para lograr publicar en revistas de alto impacto, con Q1 Q2 o Q3, pues tendrá impacto nacional e internacional. Esta es una gran dificultad, pues es mucha la información que se recibe por correo de revistas existe el narcotráfico de conocimiento; hay revistas que se aprovechan y piden a los investigadores que envíen capítulos o artículos y se roban la información, se aprovechan de la intencionalidad del investigador, también se les conoce como depredadores de información, se debe capacitar a los docentes, para que ellos puedan hacer estos filtros de seguridad.

## **2-Desde su experiencia investigativa, ¿Cómo cree que se puede potenciar la creatividad e innovación en los procesos de divulgación científica sin perder la rigurosidad y profundidad que éstos ameritan?**

Cuando hablamos de creatividad e innovación, creemos que, con cambiar los sitios o los aspectos, se logra esto, pero no es así, hay que seguir fortaleciendo aquello que está funcionando y sirve, lo que se debe hacer es mirarlo desde otra perspectiva y mejorarlo. Por ejemplo, si yo tengo un texto lineal y quiero tener una intención y visión creativa que busque no cansar al lector, debo tener la capacidad de apoyarme de historietas, mapas conceptuales, gráficos, elementos que ayuden a sintetizar la información, de esta manera se haría un ejercicio creativo, tomando lo que ya está, pero haciendo una modificación.

También en la investigación, se debe explorar la creatividad en hacer la investigación desde otros enfoques, pues nos hemos casado con algunos tradicionales como los cualitativos, cuantitativos o mixtos, y muchas de las investigaciones se quedan en las dos primeras. Se pueden hacer investigaciones de carácter mixto, que permitan llegar a una multi inferencia, esto daría creatividad, pues estas nuevas posturas, dan otras formas de investigación.

La pandemia se vio de forma muy negativa, pero desde mi punto de vista fue positiva, porque llegó para romper modelos tradicionales educativos, e investigativos, pero antes de la pandemia, los estudiantes ya usaban la tecnología como un gran apoyo para la búsqueda de información, por ejemplo, en casos etnográficos, ahí estaba la innovación y la creatividad.

Se puede hacer una comparación en los cambios si hablamos de evaluación, en el cómo se hacía tradicionalmente, y como se hace ahora de forma virtual, son dos escenarios distintos, aquí también hay elementos de creatividad

**3- ¿Qué revolución cree que esté haciendo falta en los procesos de divulgación científica tradicionales para que se dé un acercamiento al público en general, y no solo al sector investigativo?**

Se tendrían que ver tendencias actuales de la formación que se está dando a los investigadores, estudiantes y docentes. Se debe explorar la revolución dada en la parte tecnológica, la 1.0, la 2.0, y la 3.0, tecnología que viene con nuevas estrategias, como aulas invertidas, juego de roles, y esto serviría para fortalecer el ejercicio investigativo en el aula, de manera presencial, y no presencial

**Bloque temático 3: viabilidad del videopodcast como recursos de divulgación científica y académica**

**1- ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que es un podcast, videopodcast o herramienta parecida a estas? ¿considera usted que estos son de utilidad para la divulgación científica, por qué?**

Me faltaría un poco de experiencia, tengo una noción de estos elementos, son mucho más visuales para mostrar aquello que se hace en un ejercicio investigativo o un proyecto de aula. Estas son estrategias que son importantes para ser privilegiadas en un ejercicio investigativo y en una universidad para fomentar la investigación, hoy nuestros estudiantes son mucho más visuales, eso lo debemos entender, el estudiante por medio de una imagen, una tabla, un gráfico, un podcast, se puede acercar a entender y analizar un conocimiento divulgado. Me parece que es fundamental que se tengan estas nuevas visiones, porque son estrategias que van a visualizar de manera sucinta los ejercicios investigativos que hacen los estudiantes sin cansarlos, pues llaman la atención, motivan, y hacen generar empatía por el ejercicio investigativo.

**2- ¿Conoce usted algún podcast u otro producto innovador (distinto a los tradicionales) creado recientemente para la divulgación científica? ¿Qué características tiene este?**

Concretamente no, pero aquí podría funcionar, por ejemplo, las presentaciones en 3D, creo que son recursos que podrían ayudar a un investigador, a un estudiante a presentar sus resultados, porque con estas se pueden usar videos, esquemas de propiedad, hacer enlaces con la web o internet, usar fotografías, además de que son muy visuales e interactivas. Creo también que presentaciones realizadas en herramientas como Genially, también entrarían en esta respuesta.

**3- ¿Qué características le daría usted a un producto que busca ser innovador pensando en la divulgación científica, que logre superar los estándares de los medios tradicionales existentes actualmente?**

La intencionalidad comunicativa debe ser clara y precisa, (el objetivo), también debe tener claridad, precisión informativa, objetividad, y que el lenguaje sea muy natural y comprensible. Además, también debe tener cohesión y coherencia todo lo que se esté divulgando, con las imágenes o gráficos aportados.

**4- ¿Considera usted que el videopodcast sería una herramienta de utilidad para la para la divulgación científica, pensándose como un medio alternativo e innovador para cumplir este fin?**

Sí, claro. Es una herramienta que tiene sus riquezas, es visual, creativo, y creo que es un elemento que atraparía a los estudiantes, a la audiencia, y sería un buen recurso para salirnos de aquello tradicional.

Los investigadores con experiencias, estamos preparados para lo tradicional cuando tenemos que ir a un evento académico, estamos también preparados para valorar la información que los colegas brindan, Pero, si llegan invitados externos o personas que no son

cercanos a las formas de divulgación, y quieren participar, esta estrategia (el videopodcast) es ilustrativa, significativa, visual y tendrá un mensaje, se puede valorar como algo fundamental para poder interactuar con la comunidad académica.

Los estudiantes entrevistados son estudiantes de octavo semestre del programa de Comunicación Social – Periodismo, ellos se encuentran realizando sus prácticas profesionales en: la emisora Siba Stereo, el Canal 1 (jurisdicción de comunicaciones internas) y en La Unidad de Regulación Financiera respectivamente, estas fueron las respuestas obtenidas de cada uno de ellos frente a los distintos bloques temáticos:

**Entrevistado:** Anttony Steven Palacios Pachón

**Bloque temático 1: Realidades frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Considera usted que los métodos tradicionales de divulgación científica hoy existentes son suficientes para dar a conocer proyectos de investigación realizados desde la academia? ¿Por qué?**

Yo considero que, si son los suficientes y los pertinentes, lo que pasa es que hoy en día hay una sociedad que no está muy bien culturizada hacia el hábito de la lectura, entonces les da a veces pereza leer artículos académicos o científicos.

**2- ¿Qué aporte cree usted que tiene para los estudiantes universitarios la divulgación científica durante el transcurso de sus carreras?**

Considero que es un aporte muy significativo debido a que a la hora de colocar en una hoja de vida es algo que da peso a una entrevista de trabajo o a cualquier profesión a la que usted se vaya a dedicar un ejemplo Que usted no se dedique como tal a los medios sino a estar netamente publicando artículos pues entre más peso haya, Pues más lo van a contratar para hacer este tipo de cosas.

**3- ¿En qué aspecto considera usted que los estudiantes universitarios podrían aportar a los procesos de divulgación científica hoy existentes?**

Creería que podrían aportar de distintas maneras, no sé si lo están hablando desde la parte netamente periodística pero el hecho de que entre todas las carreras se haga un conocimiento unificado pues da que los artículos hoy en día sean un poco más dinámicos y no sean tan académicos y aburridores a la hora de presentarlos a un público que está cansado de leer lo mismo.

**4- En su consideración, cuando ha buscado acceder a ICA durante su carrera, ¿le ha parecido tedioso o se le ha dificultado de alguna manera encontrar la información que necesitaba? Cuéntenos las razones.**

La verdad si se me ha dificultado un poco debido a que son muy limitados los temas, por ejemplo, en las investigaciones que me ha tocado hacer, son muy pocos los artículos, tesis, libros que se han encontrado como tal en la web y la verdad, digamos por ejemplo desde mi discapacidad hay artículos que a veces son netamente imagen y lógicamente no los van a poder leer un lector de pantalla.

**5- Entendiendo aquellas causas por las que la divulgación científica podría dificultar el acceso rápido a la información que se necesita, ¿Qué cambiaría usted de los métodos tradicionales de divulgación científica hoy existentes?**

Yo plantearía que por artículo o por publicación hubiese un producto, ya bien sea de audio o de video para las personas que no tengan este acceso a la mano, yo conozco personas que pueden tener el acceso y el entendimiento en formato de video, más que a una lectura.

**Bloque temático 2: Perspectivas / prospectiva frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Cómo cree usted que la divulgación podría evolucionar/cambiar para hacerse más llamativa para la comunidad universitaria no tan interesada en ella particularmente?**

Seguiría planteando todo este tema de seleccionar esos artículos, libros, tesis, publicaciones y transformarlas en una conferencia o en diferentes dinámicas que hagan la participación, no solamente el que lo está leyendo y quien lo creó, sino también toda la comunidad.

**2- ¿Durante su carrera ha encontrado procesos de divulgación científica distintos a los tradicionales? ¿Qué características tenían estos?**

Los que yo he encontrado han sido ese tipo de divulgaciones muy a lo dinámico, en cuestión a una conferencia, y cuando digo una conferencia es que no se pare una persona a leer el artículo como tal, sino que también hace interacción con el público y propone distintas dinámicas que hace que el artículo se entienda.

**3- ¿Cómo estudiante universitario considera que la academia debería disponer de otros medios más innovadores para cumplir con el propósito principal (difusión) de la divulgación científica? ¿Por qué?**

Sí, utilizar los medios, por ejemplo, en el caso de la carrera de comunicación social y periodismo, utilizar más los medios de comunicación y que estos se den y lleguen como tal a la comunidad, no solamente de la carrera ni de la sede, sino también de todas las sedes y distintas universidades que estén interesadas.

**4- ¿De manera creativa, mencione qué elementos considera que debería tener un proceso de divulgación científica que busque ser dinamizador?**

A la hora de estar yendo al trabajo de campo, interactuar un poco más con la comunidad, y lo digo porque he visto a personas que han llegado a mí por el adquirir conocimiento de mi discapacidad y de cómo hacen este tipo de tesis y simplemente llegan con ciertas preguntas y planteamientos que me hacen y respondo, ellos sacan la información; pero la idea es que sean dinámicos para la población, para que así mismo a futuro se llegue a dar un proceso más dinámico.

**5- ¿Cómo considera usted que los estudiantes universitarios podrían aportar de manera significativa a los procesos de divulgación científica en búsqueda de innovar y generar cambios significativos a los métodos tradicionales conocidos?**

Con actividades que permitan la divulgación de la información, pero no de manera cuadrículada de estar llenando una hoja en blanco, sino también de procesos virtuales que lleguen a dar este tipo de información, sin entender el proceso virtual como llenar una encuesta online.

**Bloque temático 3: viabilidad del videopodcast como recursos de divulgación científica y académica**

**1- ¿Qué medio o recurso de divulgación científica usa usted normalmente cuando requiere buscar investigaciones científicas? ¿Por qué suele usar estos?**

Por lo general, tiendo a utilizar mucho Google y si no entiendo como tal, tiendo ir a los medios de producción audiovisual, como YouTube o algún video en Facebook que me complemente esa información.

**2- ¿Suele usted escuchar podcast o ver videopodcast? ¿Qué clase de podcast escucha?**

Tiendo a escuchar muchos podcasts con temas de desarrollo social.



**3- ¿Considera usted que el videopodcast es un medio viable para usarlo como una herramienta de divulgación científica que busca innovar a los métodos ya tradicionales conocidos?**

Sí, considero que es una buena herramienta, un buen método teniendo en cuenta que no solamente se puede brindar audio sino también video que complementa a que las ideas sean un poco más claras y pueda brindarse una mejor información.

**4- ¿Qué características le daría a un podcast/videopodcast dedicado a la divulgación científica, sin que pierda la rigurosidad que estos procesos requieren?**

Podría ser un poco más inclusivo, no solamente dirigido a las personas con discapacidad visual, sino también a las personas que no escuchan, sería bueno que en un apartado de la pantalla haya lenguaje de señas o subtítulos.

**5-Considerando el objetivo principal de la divulgación científica, que es la difusión de ICA, y pensando el videopodcast como una herramienta de divulgación, ¿opina que sería esta una herramienta que logre cumplir con este fin de manera correcta? ¿Por qué?**

Sí, diría que si se podría dar de una manera muy productiva y sería una buena estrategia por los cambios que hoy en día hay, anteriormente la inclusión ante cualquier público no se daba, y los medios de comunicación no eran tan inclusivos anteriormente, pero hoy en día las nuevas tecnologías si nos dan esas herramientas para que se pueda realizar este proceso en cualquier público.

**Entrevistado:** Laura Alejandra Rojas Salazar

**Bloque temático 1: Realidades frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Considera usted que los métodos tradicionales de divulgación científica hoy existentes son suficientes para dar a conocer proyectos de investigación realizados desde la academia? ¿Por qué?**

Si considero que son suficientes porque nos permiten el espacio para poder aprender además de buscar artículos científicos de otros países. Aunque considero que algunas bases de datos no deberían ser privadas, sino que deberían ser públicas, para que podamos adquirir un conocimiento mucho más amplio del tema al que nos estemos refiriendo

**2- ¿Qué aporte cree usted que tiene para los estudiantes universitarios la divulgación científica durante el transcurso de sus carreras?**

Considero que es algo muy importantes, desde el primer semestre deberían hacerlo, porque muchas veces no se está al tanto de la situación, por lo que desde el principio deberían enseñarte donde puedes buscar, como lo puedes hacer. Considero que los artículos científicos son una muy buena base para una investigación, por lo cual es muy importante que desde el principio se brinden estos espacios.

**3- ¿En qué aspecto considera usted que los estudiantes universitarios podrían aportar a los procesos de divulgación científica hoy existentes?**

Creo que sería un tema más encaminado al trabajo que ustedes están haciendo y también que se animen a escribir, inventar algo y de alguna manera poderlo aplicar en alguna revista científica, sería un gran aporte, tanto para el crecimiento personal como profesional.

**4-En su consideración, cuando ha buscado acceder a ICA durante su carrera, ¿le ha parecido tedioso o se le ha dificultado de alguna manera encontrar la información que necesitaba? Cuéntenos las razones.**

Bastante, si me ha parecido muy tedioso pero que también depende del tema elegido, aunque en general es un trabajo bastante arduo, puedes dedicarle 5 horas o más y sigue siendo muy complejo encontrar información. Aun así, considero que sigue siendo un buen método para la investigación.

**5- Entendiendo aquellas causas por las que la divulgación científica podría dificultar el acceso rápido a la información que se necesita, ¿Qué cambiaría usted de los métodos tradicionales de divulgación científica hoy existentes?**

La cuestión de lo público y lo privado, sería de mucho más fácil acceso que estas bases de datos sean públicas, con lo que no se complicaría tanto la búsqueda de la información, ya que muchas veces no se cuenta con el aporte económico para poder pagar el acceso a bases privadas.

**Bloque temático 2: Perspectivas / prospectiva frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Cómo cree usted que la divulgación podría evolucionar/cambiar para hacerse más llamativa para la comunidad universitaria no tan interesada en ella particularmente?**

Desde la universidad, podrían mostrarnos estos escenarios de divulgación científica de una manera más dinámica, a través de videos interactivos, de piezas comunicativas, o incluso de podcast que llamen e inviten a la investigación, a consultar en portales y bases de datos. De esta forma, progresivamente las personas se van interesando en dichos procesos.

**2- ¿Durante su carrera ha encontrado procesos de divulgación científica distintos a los tradicionales? ¿Qué características tenían estos?**

No, nunca he conocido uno diferente.

**3- ¿Cómo estudiante universitario considera que la academia debería disponer de otros medios más innovadores para cumplir con el propósito principal (difusión) de la divulgación científica? ¿Por qué?**

Considero que deberían implementar otros espacios porque este tipo de búsqueda es bastante tediosa, así que deberían buscar una forma de que la investigación sea más llamativa y dinámica y que no sea solo teoría.

**4- ¿De manera creativa, mencione qué elementos considera que debería tener un proceso de divulgación científica que busque ser dinamizador?**

Hablando en concreto de la universidad, la parte de radio y de televisión pueden ser un buen espacio como medio de difusión, presentando artículos y haciendo un llamado a nosotros los estudiantes de que nos involucremos más en estos procesos y considerando que actualmente todo se consume por medio del teléfono y las redes sociales, también podrían jugársela a través de esos medios, difundiendo por medios de piezas comunicativas videos, presentaciones y así se va generando más interés por parte de los estudiantes.

**5- ¿Cómo considera usted que los estudiantes universitarios podrían aportar de manera significativa a los procesos de divulgación científica en búsqueda de innovar y generar cambios significativos a los métodos tradicionales conocidos?**

Si hay estudiantes que se empiezan a involucrar en los procesos mencionados en la anterior pregunta, y les empieza a llamar la atención el tema de la divulgación científica, entre todos podríamos crear una red de pequeños grupos que también empiecen a difundirlo a los estudiantes. También por medio de volantes y tarjetas que de alguna y otra forma llamen la atención y generen impacto.

### **Bloque temático 3: viabilidad del videopodcast como recursos de divulgación científica y académica**

**1- ¿Qué medio o recurso de divulgación científica usa usted normalmente cuando requiere buscar investigaciones científicas? ¿Por qué suele usar estos?**

Mi principal portal de búsqueda son las bases de datos como Redalyc, Scielo etc. Esporádicamente también uso Google Académico, ya que considero que allí también hay muy buena información.

**2- ¿Suele usted escuchar podcast o ver videopodcast? ¿Qué clase de podcast escucha?**

Si lo hago, me gusta mucho escuchar podcast, me encantan aquellos que hablan sobre historias, música, cocina, etc. Me encanta mucho la variedad que uno puede encontrar en los podcasts.

**3- ¿Considera usted que el videopodcast es un medio viable para usarlo como una herramienta de divulgación científica que busca innovar a los métodos ya tradicionales conocidos?**

Si, y de alguna forma se rompería esa rutina de que todo sea metodológico y de una forma muy estructurada, de leer. Sería muy interesante poder encontrar en una base de datos al buscar sobre un tema específico y que allí lo puedes encontrar en audio. Me parece algo muy bueno y considero que no solamente se debería quedar en eso, siento que el podcast abre un mundo de posibilidades, de oportunidades, de inclusión en todos los sentidos.

**4- ¿Qué características le daría a un podcast/videopodcast dedicado a la divulgación científica, sin que pierda la rigurosidad que estos procesos requieren?**

Los seres humanos, la mayor parte del tiempo nos quedamos más con lo auditivo y con lo visual dependiendo de si vemos que es mucho texto, obviamente la vista se va a cansar y uno pensará en no querer leer eso, cuando se encuentra alguna animación, uno tiende a

interesarse más, por lo que considero que a través el podcast y del audio se genera una gran estrategia para que nosotros podamos entender mucho mejor la información, por ejemplo si hay fragmentos del texto que no podemos entender de la mejor manera, con los podcast, se puede retroceder en la grabación cuantas veces sean necesarias sin llegar a cansarse y creo que se va a quedar mucho más la información de esta forma que cuando leemos.

**5-Considerando el objetivo principal de la divulgación científica, que es la difusión de ICA, y pensando el videopodcast como una herramienta de divulgación, ¿opina que sería esta una herramienta que logre cumplir con este fin de manera correcta? ¿Por qué?**

Si, ya que primero, estábamos hablando del podcast como audio y al implementar un nuevo elemento, como lo es el video, es mucho más fácil el proceso de comprensión de los textos, ya que estarás concentrado de manera visual y auditiva de una forma muy diferente, ayudando al entendimiento y la concentración.

**Entrevistado:** Angie Carolina Peña Lancheros

**Bloque temático 1: Realidades frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Considera usted que los métodos tradicionales de divulgación científica hoy existentes son suficientes para dar a conocer proyectos de investigación realizados desde la academia? ¿Por qué?**

No los considero suficientes, creo que se deberían ampliar estos mecanismos ya existentes para lograr encontrar proyectos de investigación, cambiando un poco las bases de datos, ya que, por ejemplo, en la búsqueda, los resultados suelen aparecer en orden alfabético, pero sería bueno que aparecieran primero los más recientes, ya que por lo general se solicita un cierto periodo de actualidad.

**2- ¿Qué aporte cree usted que tiene para los estudiantes universitarios la divulgación científica durante el transcurso de sus carreras?**

Es un aporte muy amplio, logra conocer diferentes conceptos, encontrar diferentes teóricos o personas referentes al tema, es importante que los estudiantes tengan esta herramienta para lograr construirse profesionalmente, teóricamente.

**3- ¿En qué aspecto considera usted que los estudiantes universitarios podrían aportar a los procesos de divulgación científica hoy existentes?**

Quitando ese límite de que la investigación es aburrida o que es solo para una clase, siento que el primer obstáculo al que se enfrenta el estudiante frente a la divulgación académica es esa idea, la cual se puede romper siendo consciente de la importancia que tiene tanto en su preparación como profesional y personal.

**4- En su consideración, cuando ha buscado acceder a ICA durante su carrera, ¿le ha parecido tedioso o se le ha dificultado de alguna manera encontrar la información que necesitaba? Cuéntenos las razones.**

Si, principalmente cuando son temas novedosos y actuales hay muy pocos teóricos que hablan concretamente del tema divagan y dan una opinión muy general y no algo específico. Además, los artículos que se basan en la recopilación de citas de otros autores pueden llegar a entorpecer la búsqueda del documento base de estos, por lo cual se puede llegar a realizar una cita sobre una cita de otra cita, enredando el contenido de interés.

**5- Entendiendo aquellas causas por las que la divulgación científica podría dificultar el acceso rápido a la información que se necesita, ¿Qué cambiaría usted de los métodos tradicionales de divulgación científica hoy existentes?**

Organizaría las bases por tiempo de publicación priorizando los más actuales, además de poder acceder a ciertos repositorios reservados a estudiantes de la institución ligada. En

adición, sería muy útil encontrar una base de datos de acceso libre dedicada exclusivamente al periodismo.

## **Bloque temático 2: Perspectivas / prospectiva frente divulgación científica y académica**

**1- ¿Cómo cree usted que la divulgación podría evolucionar/cambiar para hacerse más llamativa para la comunidad universitaria no tan interesada en ella particularmente?**

Planteándolo en el contexto específico de UNIMINUTO centro regional Soacha, me gustaría que la biblioteca cuente que está haciendo y su importancia, darle más accesibilidad a la biblioteca. Además de comunicar que proyectos de grado se están desarrollando en la universidad, con el fin de motivar a los estudiantes de primeros semestres en involucrarse en los procesos investigativos que se van gestando en el centro regional.

**2- ¿Durante su carrera ha encontrado procesos de divulgación científica distintos a los tradicionales? ¿Qué características tenían estos?**

No, no he encontrado ninguno, creo que es porque en los casos de proyectos de grado es requisito dejar un artículo, un proyecto muy textual y estructurado con las diferentes fases de la investigación, el resumen, las palabras claves, la metodología, pero normalmente en las bases de datos no se encuentra el producto resultante de la investigación, solo se encuentra el proyecto como tal, pero no el producto comunicativo.

**3- ¿Cómo estudiante universitario considera que la academia debería disponer de otros medios más innovadores para cumplir con el propósito principal (difusión) de la divulgación científica? ¿Por qué?**

Si, ya que, aunque se han alojado los contenidos de las bibliotecas y repositorios en una nube virtual, existen diversas herramientas que pueden contribuir al dinamismo de la difusión, haciéndolo más llamativo y rompiendo un par de barreras, como por ejemplo videos,



podcast, las presentaciones, etc. Además de proporcionarle al estudiante tips para encontrar información de calidad, diversificando las fuentes de información y haciendo el proceso más llamativo.

**4- ¿De manera creativa, mencione qué elementos considera que debería tener un proceso de divulgación científica que busque ser dinamizador?**

Primero que todo, tener en cuenta las diversidades de inteligencias, ya que no todas las personas aprenden leyendo, escuchando o viendo, cada uno tiene un método de aprendizaje diferente. Sería interesante que por medio de recursos audiovisuales como narraciones acompañadas de ilustraciones de vaya explicando el proceso investigativo. Generando un gancho que permite llamar la atención del espectador y que posteriormente se dirija a conocer el material de origen, haciendo una asociación con lo entendido por medio de lo audiovisual. Es importante que este proceso sea dinámico y capte la atención del espectador.

**5- ¿Cómo considera usted que los estudiantes universitarios podrían aportar de manera significativa a los procesos de divulgación científica en búsqueda de innovar y generar cambios significativos a los métodos tradicionales conocidos?**

Anteriormente mencione que sería interesante que a los estudiantes de nuevo ingreso se les diera a conocer los proyectos investigativos de aquellos a punto de graduarse. Además de que los asocien con la investigación desde un primer ingreso y que no vean la investigación como una materia, sino como algo presente en todo momento. No desde el proceso de concebir el planteamiento del problema y demás, sino como algo presente en todo lo que nos rodea, indagando más desde el método científico y logrando un mayor interés en la investigación. Buscando un dinamismo entre el método de enseñanza del docente y el alumno, brindando herramientas y posibilidades de entender mejor la investigación.

### **Bloque temático 3: viabilidad del videopodcast como recursos de divulgación científica y académica**

**1- ¿Qué medio o recurso de divulgación científica usa usted normalmente cuando requiere buscar investigaciones científicas? ¿Por qué suele usar estos?**

En primer lugar, **Google Académico**, ya que allí se pueden encontrar tesis, proyectos, artículos que contienen un grado académico y que en teoría están certificados con un cierto grado de calidad. **Además de las bases de datos que ofrece la universidad como Redalyc, Scielo, etc.** En adición, **la biblioteca de la universidad**, aunque allí solo se encuentran los artículos de los proyectos y no el material comunicativo resultante de dicho proyecto. Y, por último, **los repositorios de otras universidades** gracias a búsquedas que te envían directamente a sus bibliotecas virtuales.

**2- ¿Suele usted escuchar podcast o ver videopodcast? ¿Qué clase de podcast escucha?**

Sí, soy una persona muy **auditiva**, por lo que cuando tengo que investigar sobre un tema en específico, me remito al podcast, ya que las personas que **hacen podcast tienen a explicar de forma minuciosa, dando muchos detalles.** Por lo general escucho de historia, me encantan los podcasts de Diana Uribe, de casos criminales y de terror.

**3- ¿Considera usted que el videopodcast es un medio viable para usarlo como una herramienta de divulgación científica que busca innovar a los métodos ya tradicionales conocidos?**

Si se sabe llevar la herramienta, sí. **Porque se puede tornar en algo aburrido que no usaría, pero si se hace de una forma dinámica, creativa, donde realmente se apoyen de lo visual y de lo auditivo;** por ejemplo, en lo auditivo hay que ser muy descriptivo y **explicarlo con claridad,** ya que tienes que darle esa imagen que proyectas en lo visual a las personas que

solo están escuchando. Si se hace de una forma dinámica y que campe la atención, yo escucharía todos los videopodcast.

**4- ¿Qué características le daría a un podcast/videopodcast dedicado a la divulgación científica, sin que pierda la rigurosidad que estos procesos requieren?**

Más descriptivo, haciendo comparaciones de conceptos básicos con los temas a explicar, es decir, apoyándose de metáforas para entregar mejor la información que se quiere transmitir. Quitándole tecnicismos también, haciéndolo explicativo y descriptivo y con más ánimo y enérgico, que transmitan con su voz emoción para motivar al espectador a quedarse.

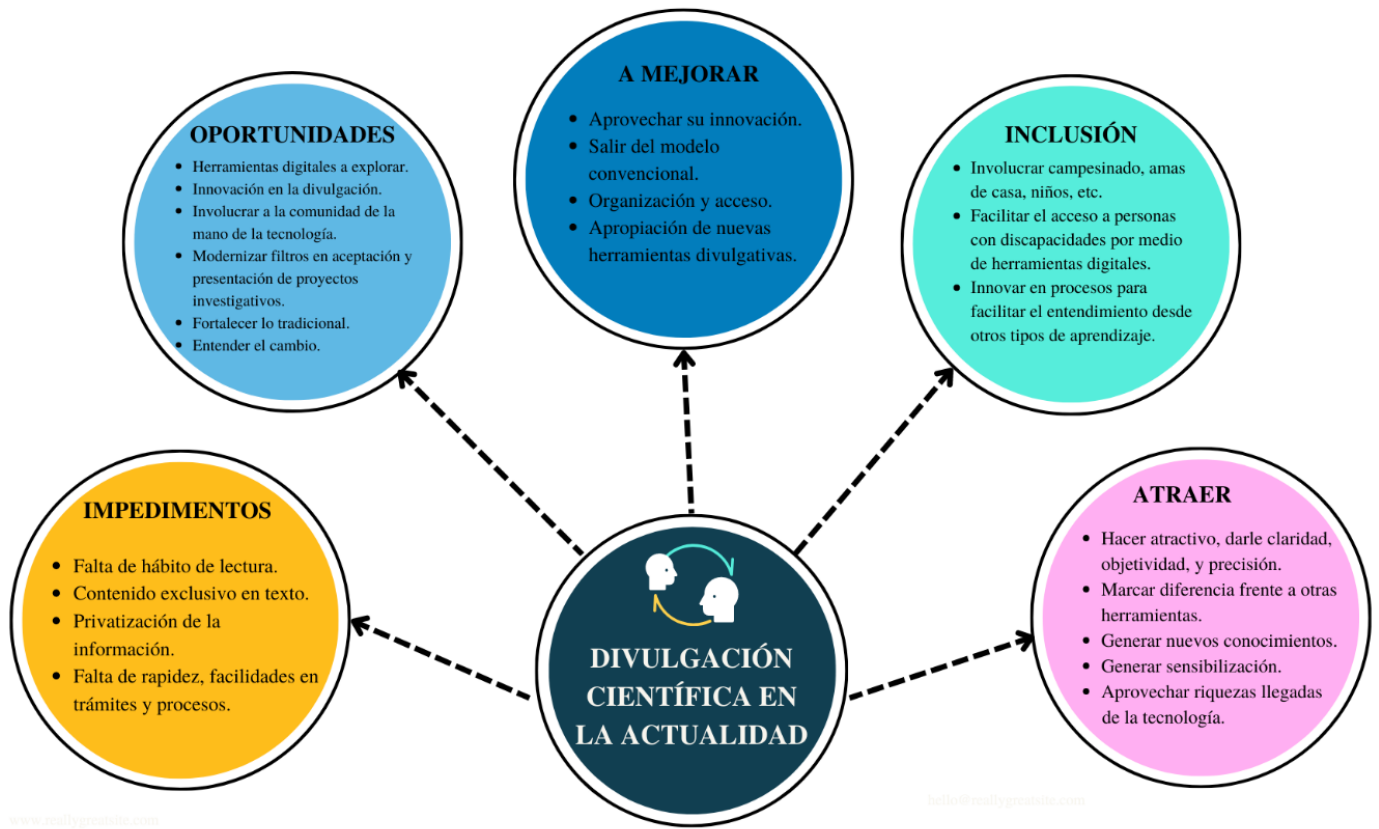
**5- Considerando el objetivo principal de la divulgación científica, que es la difusión de ICA, y pensando el videopodcast como una herramienta de divulgación, ¿opina que sería esta una herramienta que logre cumplir con este fin de manera correcta? ¿Por qué?**

Claro, muchísimo porque yo en lo personal, y siento que muchos también, cuando me hablan de un tema, voy a buscarlo en YouTube, y si hay un buen video, yo me quedo viéndolo. Sería interesante que consultemos en Spotify y YouTube que se está haciendo en el campo de la investigación. Ya que muchas veces no tenemos el tiempo leer, e ir en el transporte escuchando sobre investigación académica y que, al tener una duda, podemos regresar unos segundos y entender mejor el tema sería buenísimo.

Ahora bien, una vez que se analizaron los argumentos brindados por los entrevistados, se filtró la información más relevante y se evidenciaron patrones en sus respuestas y opiniones; al detectar y enlistar dichas coincidencias argumentales fue posible agruparlas en distintos prospectos referentes a cada bloque temático, dando paso a la creación de los siguientes campos. Esto para establecer aquellas características encontradas en las realidades frente a la divulgación, las perspectivas frente a la misma, y la viabilidad del producto comunicativo.

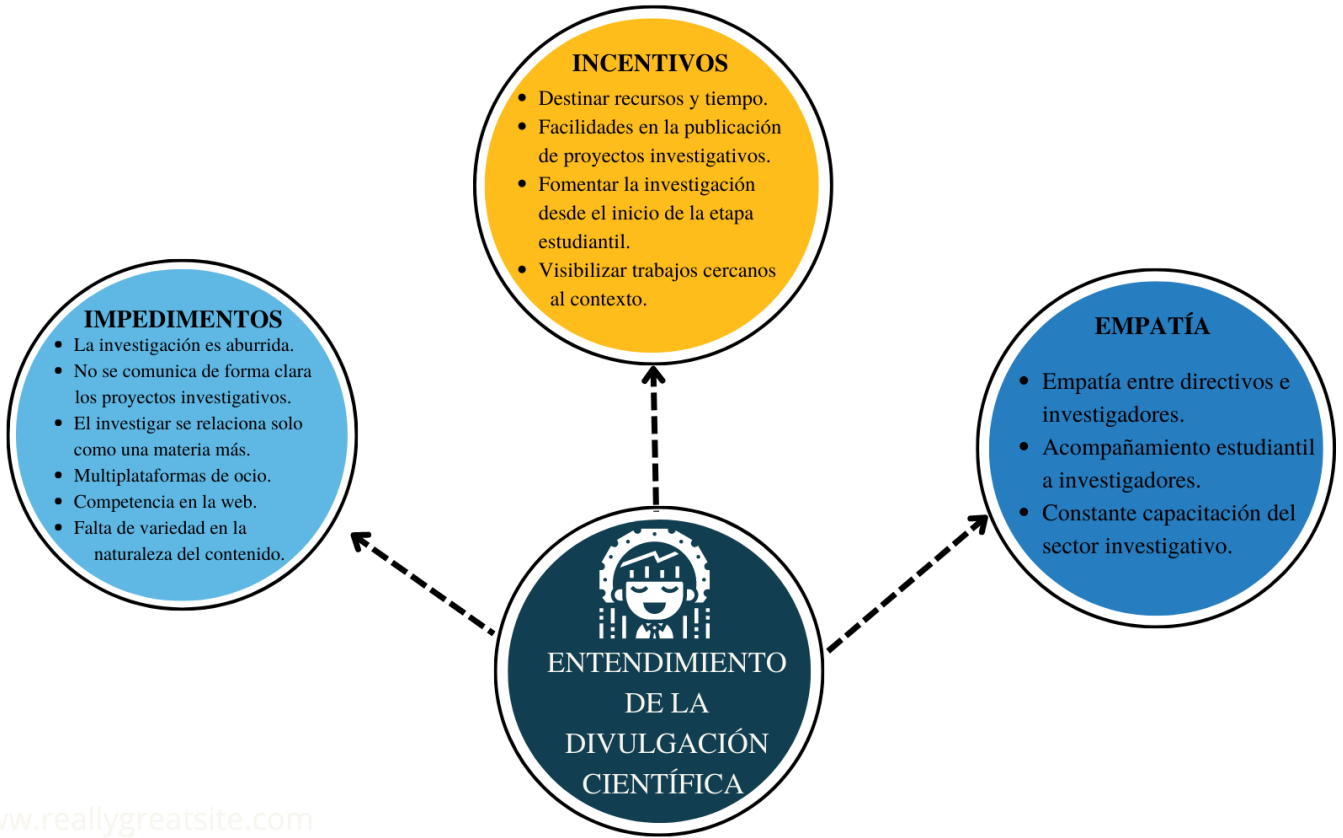
## Ilustración 1

### Primer campo semántico



Campo semántico realizado a partir de los argumentos obtenidos en el bloque temático 1. Realidades frente divulgación científica y académica.

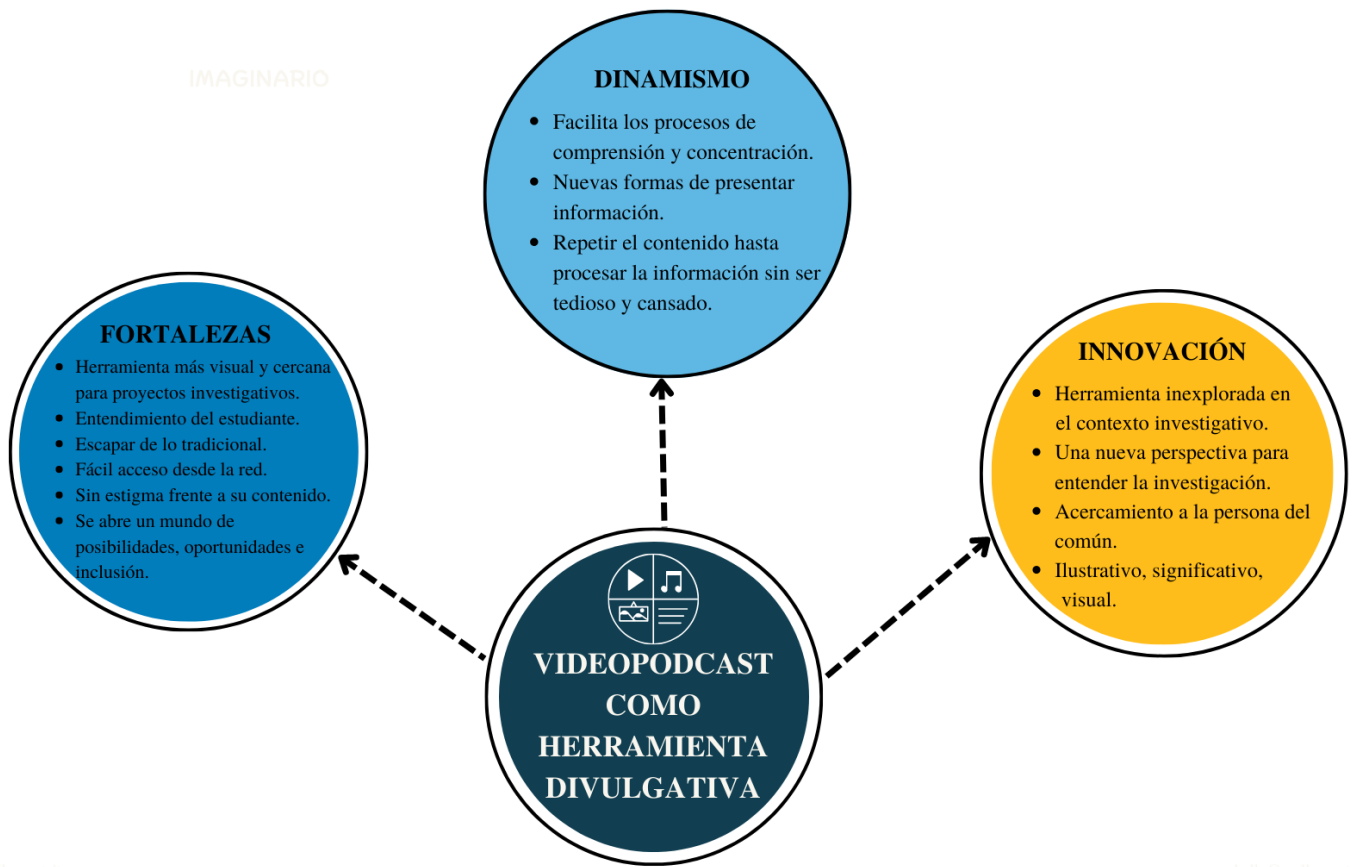
Segundo campo semántico



Campo semántico realizado a partir de los argumentos obtenidos en el bloque temático 2. Perspectivas / prospectiva frente divulgación científica y académica.

### Ilustración 3

Tercer campo semántico



allygreatsite.com

hello@reallygreatsite.com

Campo semántico realizado a partir de los argumentos obtenidos en el bloque temático 3. Viabilidad del videopodcast como recursos de divulgación científica académica.

**Fase 3: Rejilla de valoración.**

Con el fin de que el piloto del producto comunicativo fuera evaluado por los expertos y estudiantes entrevistados en la fase dos de las técnicas de investigación, se realizó una rejilla de valoración con ítems de carácter descriptivo y con preguntas abiertas que permitieran comprender los rasgos favorables, negativos, las recomendaciones y las secciones más gustadas; esta rejilla fue enviada a cada uno de ellos junto a los enlaces directos para poder verlo o escucharlo. Una vez recibidas todas las rejillas de valoración completadas por parte de cada uno de los involucrados, se revisaron y se tuvieron en cuenta para la realización de los episodios posteriores de La Paradoja. En este punto, cabe mencionar que este es el nombre que recibirá el producto comunicativo, haciendo una metáfora frente a lo que significa ‘paradoja’, que es la contradicción de lo ya establecido, quedará explicado posteriormente en la presentación del producto. Es son las respuestas que se obtuvieron por parte de los expertos:

## Podcaster:

**Tabla 3**

*Rejilla de retroalimentación referente al piloto de La Paradoja.*

### VIDEOPODCAST – LA PARADOJA

#### Rejilla de retroalimentación

**Nombre y apellido del participante:** \_\_\_Sebastian Camelo\_\_\_\_\_

A continuación, usted podrá evaluar el producto (piloto) que vio o escuchó:

	RASGO	MUY BUENO	ACEPTABLE A BUENO	INSUFICIENTE
1	Concepto comunicativo del producto	x		
2	Creatividad del podcast/videopodcast frente a otros métodos de divulgación	x		
3	Nivel de producción y edición	x		
4	Ritmo y dinamismo del producto	x		
5	Pertinencia de las preguntas	x		

#### Consideraciones y observaciones:

- ¿Tiene usted alguna recomendación en general o creativa sobre el producto?

¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

\_\_\_No tengo ninguna recomendación, el producto tiene el tiempo correcto de duración, y cada una de las secciones que tiene este le agregan dinamismo, lo que provoca que en ningún momento se sienta monótono o aburrido\_\_\_\_\_

- ¿Qué sección del videopodcast le gustó más? ¿Por qué?

\_\_\_La sección que más me gustó, fue aquella que se llama 'decidí investigar por', me gustó porque permite que el invitado se abra más allá de todas sus experiencias en el campo de la investigación, y vuelva atrás en el tiempo para recordar eventos personales vividos\_\_\_\_\_

- ¿Hubo algo que no le gustó del producto? ¿Por qué?

\_\_\_Hay un error de edición en el primer episodio, solamente recomendaría que se esté pendiente de estos detalles, pues en productos audiovisuales que tienen una previa edición, es normal pasar por alto estas cosas, siempre es recomendable revisar todo muy bien\_\_\_\_\_

Imagen extraída del formato original, pdf.



## Maestros investigadores:

**Tabla 4**

*Rejilla de retroalimentación referente al piloto de La Paradoja.*

### VIDEOPODCAST – LA PARADOJA

#### Rejilla de retroalimentación

Nombre y apellido del participante: JULIE ROSSELI SUÁREZ VERA

A continuación, usted podrá evaluar el producto (piloto) que vio o escuchó:

	RASGO	MUY BUENO	ACEPTABLE A BUENO	INSUFICIENTE
1	Concepto comunicativo del producto	x		
2	Creatividad del podcast/videopodcast frente a otros métodos de divulgación	x		
3	Nivel de producción y edición	x		
4	Ritmo y dinamismo del producto	x		
5	Pertinencia de las preguntas	x		

#### Consideraciones y observaciones:

- ¿Tiene usted alguna recomendación en general o creativa sobre el producto?

¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

Si sería importante orientar en la ruta o proceso como se puede generar un podcast para los docentes y estudiantes que no tienen la experticia para utilizar esta herramienta como método de divulgación. Diferentes a los profesionales de Comunicación Social y periodismo.

- ¿Qué sección del videopodcast le gustó más? ¿Por qué?

Dos secciones: 1 Sección: QUÉ, CÓMO, CUANDO Y DONDE: El investigador específicamente socializa la experiencia realizada en el proceso de investigación partiendo como desde el inicio de realización de proyecto de aula y cada una de las fases gestadas y ejecutadas en el proyecto, resaltando significativamente las diferentes personas que aportaron a cada una de las crónicas, sus experiencias de vida y la 2 Sección Consejos: aportados por el profesor Miguel Ángel permite visibilizar que la investigación no debe ser entendida como un proceso de solo mostrar resultados como el mercader de la publicación; sino que realmente debe ser entendida como un proceso de

generar nuevo conocimiento, de transformar las comunidades donde se hace evidente las problemáticas sociales, y lo más importante educar a nuestros estudiantes en procesos de investigación que aporten significativamente a lograr gestar posibles soluciones. Coincido con el profe en la medida que constantemente la investigación no está dada del todo, siempre hay un aprendizaje hay un nuevo conocimiento y motivar siempre al estudiante a investigar.

---

---

---

- ¿Hubo algo que no le gustó del producto? ¿Por qué?

En el minuto 47: 05 en medio de una pregunta que le realizan al docente de como afrontar de la mejor manera el camino investigativo como comunicador social .... se mezcló una voz interfiriendo (Feedback) (en la que se menciona que se va a ir a casa a afrontar los diplomados), no sé si fue un error de edición o en mi ignorancia desde la realización del Podcast se presentan este tipo de intervenciones?

Considero que esta voz interfiere en la escucha del podcast ya que se lleva un hilo conductor y la dinámica del desarrollo de la entrevista.

Rejilla de valoración investigador 1

**Estudiantes:****Tabla 5***Rejilla de valoración correspondiente al estudiante 1***VIDEOPODCAST – LA PARADOJA****Rejilla de retroalimentación****Nombre y apellido del participante:** Angie Carolina Peña Lancheros.

A continuación, usted podrá evaluar el producto (piloto) que vio o escuchó:

	<b>RASGO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>ACEPTABLE A BUENO</b>	<b>INSUFICIENTE</b>
<b>1</b>	Concepto comunicativo del producto	X		
<b>2</b>	Creatividad del podcast/videopodcast frente a otros métodos de divulgación	X		
<b>3</b>	Nivel de producción y edición	X		
<b>4</b>	Ritmo y dinamismo del producto	X		
<b>5</b>	Pertinencia de las preguntas	X		

**Consideraciones y observaciones:**

- ¿Tiene usted alguna recomendación en general o creativa sobre el producto?

¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

No, es un programa muy bien ejecutado, es dinámico y entretenido.

- ¿Qué sección del videopodcast le gustó más? ¿Por qué?

¿qué? ¿cómo? ¿cuándo? Es un espacio para que el entrevistado de su opinión y experiencia respecto a la investigación, me parece que es la parte central del programa por ende las pregunta aplicadas son muy concisas, esta parte se me hizo muy interesante porque parece un grupo de personas hablando de algo que les gusta y no una entrevista, por esta razón hace sentir todo ameno e interesante.

- ¿Hubo algo que no le gustó del producto? ¿Por qué?

Como plantean el programa me parece muy bien, tal vez que los capítulos no sean tan extensos.

Imagen extraída del formato original, pdf.

**Tabla 6**

*Rejilla de valoración correspondiente al estudiante 2*

**VIDEOPODCAST – LA PARADOJA**

**Rejilla de retroalimentación**

**Nombre y apellido del participante:** Laura Alejandra Rojas Salazar

A continuación, usted podrá evaluar el producto (piloto) que vio o escuchó: “Voces y Rastros, un vistazo esperanzador de Soacha – Miguel Ángel Castiblanco”.

	<b>RASGO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>ACEPTABLE A BUENO</b>	<b>INSUFICIENTE</b>
<b>1</b>	Concepto comunicativo del producto	X		
<b>2</b>	Creatividad del podcast/videopodcast frente a otros métodos de divulgación	X		
<b>3</b>	Nivel de producción y edición	X		
<b>4</b>	Ritmo y dinamismo del producto	X		
<b>5</b>	Pertinencia de las preguntas	X		

**Consideraciones y observaciones:**

- ¿Tiene usted alguna recomendación en general o creativa sobre el producto?

¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

Sí, considero que podrían buscar la manera de que la cortinilla de las diferentes secciones que presentan en el programa no entren de manera tan brusca o seca, pues eso es solo un poco perceptible para el oyente y considero que se puede mejorar.

- ¿Qué sección del videopodcast le gustó más? ¿Por qué?

Cuando el docente habla sobre la creación del libro digital “Voces y Rastros”, porque se le nota mucho la pasión a la hora de hablar y eso le genera al oyente mucha motivación e interés.

- ¿Hubo algo que no le gustó del producto? ¿Por qué?

No de hecho, considero que los realizadores del videopodcast tienen una excelente voz y dinámica para atrapar a la audiencia. El programa para mí no se torna aburrido en ningún momento, me gusta la interacción que tienen con el invitado el hecho de hacer REÍR le genera al oyente sensación de gusto.

Imagen extraída del formato original, pdf.

**Tabla 7***Rejilla de valoración correspondiente al estudiante 3***VIDEOPODCAST – LA PARADOJA****Rejilla de retroalimentación****Nombre y apellido del participante:** \_\_\_\_\_Anttony Steven palacios pachón

A

	<b>RASGO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>ACEPTABLE A BUENO</b>	<b>INSUFICIENTE</b>
<b>1</b>	Concepto comunicativo del producto	X		
<b>2</b>	Creatividad del podcast/videopodcast frente a otros métodos de divulgación		X	
<b>3</b>	Nivel de producción y edición		X	
<b>4</b>	Ritmo y dinamismo del producto		X	
<b>5</b>	Pertinencia de las preguntas		X	

continuación, usted podrá evaluar el producto (piloto) que vio o escuchó:

### Consideraciones y observaciones:

- ¿Tiene usted alguna recomendación en general o creativa sobre el producto?

¿Sí? ¿No? ¿Por qué?

No tengo por el momento alguna sugerencia que hacer para el programa, pienso que la estructura que se planteó para este producto comunicativo está muy bien, asimismo la musicalización, el manejo de las voces para cada entrada y todo lo que concierne al manejo del programa, porque la creatividad no es colocar un montón de efectos de sonido dentro del producto, la creatividad va en colocar ese valor agregado que no tienen los demás programas que manejan este mismo tipo de contenido y formato, y como comunicadores sociales y periodistas lo están logrando al traer personas que tienen conocimiento sobre el tema, pero también s contraste y dinamismo que se da en las voces a la hora de conducir el programa.

- ¿Qué sección del videopodcast le gustó más? ¿Por qué?

Una sección en específico no tengo como a gusto personal, pues creo que todas están muy bien preparadas y se nota que es un producto audiovisual que se le dio su tiempo para prepararlo y posteriormente ejecutarlo, para que el invitado que esté exponiendo sus ideas se sienta como si fuera una conversación de amigos o una entrevista con preguntas que lo único que pretenden es recolectar una información para el interés de los manejadores del programa, sino también para una comunidad que busca la respuesta a cada una de las preguntas que se puedan presentar en los distintos temas.

- ¿Hubo algo que no le gustó del producto? ¿Por qué?

Personalmente soy un amante a los productos radiofónicos y el podcast o video podcast no es la excepción, y el que a mí me llame la atención un contenido a través de este formato es muy raro, pero la paradoja es un programa que a título personal es agradable de escuchar, porque no se ponen con tantos rodeos para presentar el tema y el invitado del día, pero tampoco se limitan a expresar lo que quieren escuchar y tampoco limitan al conocedor del tema, asimismo transmiten una energía que hace que el que los esté escuchando se interese precisamente por la divulgación científica, es por eso que no tengo alguna negativa frente al producto.

Imágenes extraídas del formato original, pdf.

Una vez revisadas todas las rejillas de valoración se puede inferir que:

Respecto a los rasgos de valorización, la mayoría de los involucrados dejaron los puntos (x) especificando que se trata de un producto 'muy bueno', esto referente al concepto comunicativo, a la creatividad que se imprimió en el piloto, al nivel de producción y edición, el ritmo y dinamismo y finalmente las pertinencias de las preguntas que se hacían durante el programa, de esta forma se logra entonces determinar que la estructura que se había pensado para el piloto y posteriores programas se puede implementar sin inconvenientes para los potenciales escuchas.

Respecto a las recomendaciones del piloto, los entrevistados en su mayoría no hicieron ninguna, a excepción de dos de ellos, quienes recomendaron 1) la posibilidad de la realización de un paso a paso para la creación de un podcast (cosa que fue tomada en cuenta y

se realizó dentro del producto comunicativo, y 2) recomendaciones de edición respecto a la aparición de las cortinillas, pues se presentaban de manera muy abrupta, cosa que también se tuvo en cuenta para los posteriores episodios oficiales.

Las secciones del producto tuvieron buena recepción de los entrevistados, dentro de ellas mencionaron las siguientes: decidí investigar por y consejos del invitado. Pero sin lugar a duda, la más gustada por los participantes en las rejillas de valoración fue la llamada: qué, cómo, cuándo y dónde, de la que mencionaron que la exploración hecha a los proyectos investigativos fue muy completa y permitía conocer mucho más de estos y sobre sus investigadores.

Finalmente, respecto a las falencias que fueron encontradas del piloto por parte de los involucrados, resaltaron algún problema de edición que se presentó en este, el cual también fue revisado y tenido en cuenta para los siguientes episodios posteriores que se harían en La Paradoja junto a los siguientes invitados.

### **Creación de comunidades online**

Debido a que en la tercera fase se implementaron 2 técnicas de investigación, y uno de ellos está enfocado en el hacer, se vio pertinente aplicar uno diseñado a distribuir lo realizado, para ello se eligió la creación de comunidades online. A pesar de que estas han sido entendidas como espacios virtuales en los cuales entes externos le brindan información al investigador por medio de la red, en la presente investigación, se han invertido los roles impuestos, por lo cual, es el investigador quien le proporciona contenido digital a las personas pertenecientes a dicha comunidad creada. Así mismo, hay probabilidades de establecer una comunicación fluida, ya que, por medio de los comentarios en las publicaciones realizadas, los espectadores pueden romper el rol pasivo de la comunicación tradicional y expresar sus dudas, sugerencias e inquietudes, las cuales el realizador responderá creando una percepción de pertenencia y un vínculo empático.

Para edificar desde cero la comunidad, es necesario crear una estrategia digital basada en redes sociales, desde los sitios en los cuales se alojaría el contenido audiovisual hasta las redes de apoyo oficiales. Con el fin de crear una distinción visual del videopodcast realizado, se creó un logo y se estipularon colores de marca que fueron utilizados en todos los contenidos digitales, desde las portadas de los 6 capítulos publicados (un piloto y 5 oficiales) hasta los contenidos compartidos en Instagram y Facebook.

Dichos contenidos para redes sociales fueron planificados con anterioridad bajo una matriz de publicaciones denominada “Parrilla de contenidos para redes sociales” en la cual se especifica detalladamente la fecha, red social y tipo de contenido a realizar en el lapso de publicación de los episodios del videopodcast. A continuación, un fragmento de la parrilla de contenidos:



**Tabla 8**

*Parrilla de contenido para redes sociales.*

FECHA	RED SOCIAL	TIPO DE PUBLICACIÓN	TEXTO EN LA PIEZA (COPY)	TEXTO DE ACOMPAÑAMIENTO
Miércoles 12 de Octubre	Instagram + Facebook	Ecard	Pieza de portada del capítulo piloto – Miguel.	¡Portada oficial del episodio piloto de la paradoja! Comenzamos con Miguel Ángel Castiblanco, quien nos contará de toda su experiencia investigativa 📸
Miércoles 12 de Octubre	TikTok	Video	Fragmentos inicio + intervenciones piloto – Miguel.	Aquí unos consejos de Miguel Ángel Castiblanco para aquellos que quieran acercarse a la investigación 🗣️🗣️🗣️
Miércoles 12 de Octubre	Instagram + Facebook	Foto	Captura pantalla videopodcast - Cap. Piloto – Miguel.	¿Ya escuchaste el episodio piloto de La Paradoja? Puedes escucharlo en YouTube, Spotify y las demás plataformas podcasting 🎧📝
Jueves 13 de Octubre	Instagram + Facebook	Carrusel	Pieza 1: En la paradoja somos (Desliza) Pieza 2: 2 Estudiantes de comunicación social y periodismo - Luna Vega y Juan Torres Pieza 3: En cada capítulo tenemos un invitado especial (Piloto) Miguel Ángel Castiblanco -	La Paradoja Un videopodcast pensado para divulgar proyectos investigativos creados desde UNIMINUTO CRC. 📺 Realizado por dos estudiantes de Comunicación 🗣️🗣️ ¡Cada episodio cuenta con un invitado especial con gran experiencia en investigación! 🗣️ La investigación científica, es la gran estrella de nuestro

Fragmento extraído de la parrilla de contenidos para redes sociales de La Paradoja (Producto comunicativo resultante de la investigación). Encuentre el contenido completo en los anexos.

En caso de querer ampliar la información sobre la parrilla de contenido, diríjase a los anexos.

Las redes sociales elegidas son aquellas que más impacto pueden llegar a generar en el proyecto gracias a su amplio alcance, siendo estas Instagram, Facebook y TikTok, así mismo son de fácil acceso, lo que permite que el público objetivo encuentre el contenido y se una a la comunidad digital.

La aplicación de la creación de comunidad digital se encuentra más detallada en un siguiente apartado denominado “Producto comunicativo” en él, es posible evidenciar cómo lo anteriormente relatado fue llevado a la práctica.

### **Análisis e interpretación.**

El presente análisis e interpretación, es resultado de los bloques temáticos uno, dos y tres elaborados para las entrevistas realizadas a expertos y estudiantes, estos buscaban entender las realidades, perspectivas frente a la divulgación científica según las experiencias y experticia de cada uno de estos, así como la viabilidad finalmente del videopodcast como recurso de comunicación para la divulgación científica. Por otro lado, este análisis también viene de los campos semánticos, los cuales fueron fruto de los bloques temáticos anteriores mencionados; estos permitieron hallar conceptos, ideas y palabras que tuvieran rasgos entre sí entre todas las respuestas que dieron los entrevistados frente a las preguntas planteadas.

### **1 – Realidades frente a la divulgación científica**

Con base a las perspectivas obtenidas por medio de las entrevistas a profundidad realizadas a los expertos se realizó el siguiente análisis:

Entre las dificultades que se evidencian frente a la divulgación científica en la actualidad, se encuentra en primer lugar, la falta de hábito de lectura generalizado en la comunidad universitaria, situación que obstruye inicialmente la realización de trabajos investigativos, ya que para su fundamentación y sustentación es necesario realizar una extensa

lectura; mientras que, a la hora de divulgarlos, pierden alcance debido a la estructura de texto establecida para los proyectos investigativos.

Por otro lado, en cuanto las oportunidades que se presentan en la divulgación científica se encuentran que es necesario explorar mejor todas las herramientas digitales que brinda actualmente la tecnología, y que esta a su vez se use como conexión entre la comunidad universitaria y la academia. Así mismo, se encontró gracias a los expertos entrevistados, que es necesario modernizar los filtros de aceptación y presentación de proyectos investigativos, esto con el fin de evolucionar y modernizar las formas presentar una investigación. Dentro de este orden de ideas, entre los aspectos a mejorar, se logró establecer que es posible romper el modelo convencional y aprovechar la innovación tecnológica por medio de la apropiación de nuevas herramientas divulgativas.

En esta perspectiva, también se encontraron oportunidades de inclusión social que se pueden dar desde los proyectos investigativos, por ejemplo, facilitar el acceso a personas con discapacidades por medio de herramientas digitales; además innovar en procesos para facilitar el entendimiento desde otro tipo de aprendizajes, y de la misma forma gracias a esto, es posible involucrar al campesinado, amas de casa, niños, etcétera.

Finalmente se evidenció, la necesidad de un gancho que ayude a atraer a nuevas audiencias al mundo de la investigación científica académica, para lo cual es necesario hoy en día darles claridad, objetividad y precisión a los temas tratados durante una investigación. Por lo mismo es importante, generar nuevos conocimientos que logren sensibilizar a la comunidad y se relacionen de forma empática con esta, situación que puede ser dinamizada aprovechando las riquezas y oportunidades que brinda la llegada del internet y las distintas tecnologías que hoy pueden ser utilizadas para la divulgación.

## **2 – Perspectivas/prospectivas frente a la divulgación científica**

El bloque temático número 2, planteado para entender desde la mirada de los expertos entrevistados, el cómo desde las perspectivas, prospectivas y experiencia de estos en la investigación científica académica, ven a futuro oportunidades y formas de transformar la divulgación científica. Este fue el análisis que se pudo obtener del segundo bloque:

Comenzando por el reconocimiento de los expertos entrevistados a lo que son aquellos factores que hoy pueden provocar impedimentos para que la divulgación científica sea más cercana a la comunidad universitaria y también a agentes externos, se debe mencionar una de las realidades existente frente a la divulgación que no es otra que la falta de variedad en la naturaleza de los contenidos aceptados, lo que provoca irremediablemente que esta se torne cansada frente a la audiencia, más que nada comprendiendo las tantas nuevas formas de divulgar que han traído los últimos tiempos de la mano de la tecnología. Otro de los factores mencionados por parte de los expertos frente a los impedimentos que hoy presenta la divulgación científica, se halla en la competencia web y en las multiplataforma de ocio, nuevamente remitiéndose a la tecnología, en esta ocasión como un adversario debido a toda la información que esta es capaz de almacenar gracias al internet, provocando así desventajas frente a las facilidades de divulgación y también una peligrosidad ante la falta de veracidad. Ahí radica la importancia de la innovación, de la unificación, del uso de las distintas herramientas tecnológicas surgidas con el pasar de los años por parte de la divulgación científica.

Por otro lado, los expertos entrevistados hablan de aquellos incentivos que hacen falta para que la investigación y la divulgación sea más cercana y agradable para la comunidad universitaria, mencionan en primer lugar la necesidad de dar facilidades para la publicación de proyectos investigativos en los distintos métodos aceptados hoy para la divulgación científica, pues su rigurosidad tiende a desanimar a los investigadores que tienen como

propósito estos logros. En segundo lugar y continuando por la rama de la investigación, los expertos mencionan que la academia debe destinar más recursos y tiempo para esta clase de proyectos, lo que mejoraría los procesos aplicados y los resultados obtenidos, lo que, a su vez, sería más significativo para el objeto de estudio, el campo de estudio, el investigador y la misma Universidad. En tercer lugar, y hablando también desde la escuela, los expertos resaltan la importancia de que esta fomente la investigación sobre todo desde los inicios de las etapas estudiantiles, que este estudio no sea visto solo como una materia más dentro del pensum, sino como algo primordial para cada profesional Universitario.

Finalmente, las perspectivas y prospectivas del bloque temático número 2 han permitido encontrar desde los expertos las necesidades que existen con los maestros y estudiantes investigadores, comenzando por las directivas universitarias, resaltan la importancia de una constante capacitación al sector investigativo, entendiendo que está siempre en actualización en cada uno de los campos de estudio, y, para terminar, con el fin de involucrar y hacer más cercano al sector estudiantil a la investigación y a la divulgación, para los expertos entrevistados es necesario el acompañamiento fijo de algunos alumnos que permitan apoyar y aportar en todos los distintos procesos que existen para la investigación y la divulgación, lo que ayudaría a generar experticia en estos a lo largo de su carrera.

### **3 – Viabilidad del videopodcast como recursos de divulgación científica académica**

Referente al tercer bloque temático, se evidenció una serie de fortalezas que consolidan y argumentan el uso del videopodcast como herramienta de divulgación de investigaciones científicas académicas, entre las cuales se encuentra la innovación que se presenta al romper el esquema tradicional de trabajos investigativos que suelen estar publicados bajo unas características rígidas.

Dichas características tradicionales cargan con un estigma establecido bajo los imaginarios de que la investigación y todo el proceso que esta conlleva es tedioso. Sin

embargo, al ser el videopodcast una alternativa moderna y muy poco explorada en el campo, no carga con prejuicios frente a su contenido y dinamismo.

Además, gracias a las herramientas tecnológicas que surgen cada día, es posible divulgar investigaciones científicas académicas con particularidades que permitan a más personas llegar a los contenidos, siendo esta una herramienta que promueve la inclusión y la libertad de contenidos en la web. Al hablar de inclusión no solo se hace referencia a personas con dificultades visuales y auditivas, sino que también a aquellas que poseen una forma de absorción del conocimiento diferente al común.

Debido a que cuenta con el aspecto visual, es posible ser más ilustrativo a la hora de realizar una explicación sobre un tema complejo.

Por otra parte, al tratarse de una entrevista amena de carácter informal que no pierde rigurosidad en el camino es posible generar lazos de empatía entre los participantes del programa con el escucha. Lo que puede generar motivación en otros para generar sus propias investigaciones de carácter académico, incrementando el número de estudiantes interesados en la investigación, rompiendo imaginarios existentes.

En cuanto a su distribución, al ser alojado en múltiples plataformas de fácil acceso y gratuitas desde la red, aumenta las posibilidades de alcance para las investigaciones, experiencias y hallazgos de los invitados al videopodcast, permitiendo que estos sean relevantes en futuros proyectos y complementando información necesaria para cambios dentro de su región y diversas partes del mundo.

## **Capítulo IV**

### **Desarrollo de la propuesta**

Con base al trabajo realizado, se presenta una propuesta comunicativa que busca ilustrar a los lectores con un paso a paso sobre cómo realizar un proyecto de estas cualidades para que sea posible su uso frente a la comunicación y a la divulgación de proyectos investigativos aplicados desde UNIMINUTO CRS



# Producto comunicativo

## Videopodcast La Paradoja



Imágenes extraídas del original, pdf.



# Índice

¿Qué es La Paradoja? .....	Pág. 3
Aspectos generales. ....	Pág. 3
Paleta de colores. ....	Pág. 3
Medio de difusión sonora. ....	Pág. 4
Herramientas seleccionadas para la exhibición del producto. ....	Pág. 5
Estructura. ....	Pág. 7
Paso a paso del proceso de elaboración de cada capítulo. ....	Pág. 9
Preproducción piloto. ....	Pág. 13
Preproducción episodio 1 - Nubia Gómez. ....	Pág. 21
Preproducción episodio 2 - Fabio Martínez. ....	Pág. 28
Preproducción episodio 3 - Victor Conejo. ....	Pág. 35
Preproducción episodio 4 - Juan Fonseca. ....	Pág. 42
Preproducción episodio 5 - Javier Mongui y Darlan Guaqueta. ....	Pág. 49
Conclusión. ....	Pág. 57
Realizadores. ....	Pág. 58
Colaborador. ....	Pág. 58

## ¿Qué es La Paradoja?

La Paradoja es un videopodcast resultante de una investigación que pretende dinamizar los procesos de divulgación científica académica de UNIMINUTO Centro Regional Soacha.

### Aspectos generales

En primera instancia se estableció el nombre del videopodcast, titulándolo “La Paradoja” debido a que la palabra “proviene del latín paradoxa, plural de paradoxon, que significa ‘lo contrario a la opinión común’; este a su vez viene del griego παράδοξα (parádoxa), plural de παράδοξον (parádoxon), que podría traducirse como ‘inesperado’, ‘increíble’ o ‘singular’.” Características apropiadas para el propósito asignado al videopodcast.

Una vez definido el nombre, se realizó la bocetación del imago tipo que representa el proyecto, el cual también establece 3 de los 4 colores de la identidad visual. En cuanto a la colorimetría, el azul y amarillo predominantes fueron elegidos gracias a los colores institucionales de la UNIMINUTO.

La estructura está compuesta por el triángulo exterior que hace referencia al triángulo Penrose (una paradoja estructural), en su interior, se encuentra el triángulo central que hace referencia a la P de la Paradoja, que, al juntarlo con el rombo en su interior, hace alusión a una lupa, objeto estrechamente ligado a la investigación.



Paleta de colores



## Medio de difusión sonoro

### Plataformas podcasting

Debido al gran auge que ha venido tomando a lo largo de los últimos años el podcast, son muchas las plataformas que hoy existen en las cuales se pueden albergar estos productos sonoros, plataformas como Ivoox, Acast, Apple podcast, Overcast, etc. Todas las anteriores permiten al usuario tener un espacio en el mundo podcasting, y así mismo, estas se encargan de distribuir el producto/podcast, muchas veces de manera automática, según las preferencias del usuario principal en las demás plataformas podcasting existentes para que el trabajo sea más sencillo y rápido.

Anchor, es una plataforma para almacenamiento y distribución de podcasting que cumple con todo lo mencionado anteriormente de las demás plataformas, pero tiene también una distinción sobre todas las demás, y es que su uso y almacenamiento es completamente gratuito e ilimitado, mientras que las otras permiten usarse solo para almacenar determinado número de episodios, y luego comienza a generar cobros por el utilizar su servicio. sencillo y rápido.



**Anchor**®  
by Spotify



## Herramientas seleccionadas para la exhibición del producto (La Paradoja)

### Youtube:

Debido a que el producto se trata de un videopodcast, su principal espacio de almacenamiento y distribución será la plataforma de YouTube. En esta se aprovechará tanto el audio como el video que tiene cada uno de los episodios de La Paradoja.



Por otro lado, esta plataforma también permitirá llegar a la gran audiencia que a diario consume todos los videos que allí son montados, permitiéndose así a uno de los principales intereses de la divulgación científica; el dar a conocer trabajos investigativos.

### Anchor:

Siendo una de las plataformas con más accesibilidades para la distribución hacia los demás servicios de streaming, se elige Anchor como plataforma principal para el almacenamiento netamente sonoro de La Paradoja, lo que permitirá que se siga haciendo el proyecto de forma ilimitada y sin tener que invertir dinero de más, siendo incluso una posibilidad la de monetizar el producto, debido a las propagandas que este servicio maneja.

Además, Anchor permitirá de manera automática que La Paradoja sea distribuida en Spotify, Google Podcast y Amazon Music.



## Spotify:

Siendo hoy una de las plataformas más grandes a nivel mundial al lado de Netflix como servicios de streaming, Spotify permitirá que La Paradoja comience a tomar relevancia en una aplicación que cada vez está siendo usada por más personas.



Y de la misma manera, que comience a darse a conocer este producto nacido desde UNIMINUTO CRS a nivel mundial.

## Google Podcast:

Google, al encontrarse con el auge que está teniendo el mundo podcasting durante los últimos años, también creó su propia plataforma de podcast, y Anchor, permite que de manera automática la Paradoja sea publicada y almacenada en Google Podcast.

Esto abre el producto a un nuevo público que venga desde esta misma plataforma podcasting.



## Amazon Music:

Además de contar con un servicio de streaming llamado Amazon Prime Video, también incursionaron con una plataforma podcasting llamada Amazon Music, que al igual que como lo hizo con Google Podcast, Anchor almacena La Paradoja de manera automática en Amazon Music.



Permitiendo una vez más el llegar a más público, logrando también que el proyecto sea más reconocido y compartido vía web entre servicios de streaming a nivel mundial.

## Estructura

En cuanto a la estructura, esta se dividió en 5 secciones, adicionales a la presentación, los agradecimientos y la despedida.

Al inicio de cada capítulo, se estableció un saludo recurrente siendo este "Hola hola, esto es La Paradoja". Luego, se introdujo la animación inicial, durante la cual suena en voz en off "Bienvenidos a la paradoja un videopodcast de divulgación científica académica que innovará la forma de divulgar la ciencia". Posteriormente, se dan los saludos entre los conductores, la introducción del tema y del invitado para continuar con la primera sección.

1. La primera sección, se titula "**Yo Soy**", en la cuál se busca conocer al invitado, sus gustos e intereses, quién es la persona detrás del investigador.



## 8

## Videopodcast La Paradoja

2. Durante "**Qué, cómo, cuándo y dónde**", se selecciona el más reciente o relevante proyecto desarrollado por el invitado, con el fin de explorar su contenido, el propósito de este, sus alcances, encuentros, hallazgos y obstáculos a la hora de realizar la investigación.
3. En "**Decidí investigar por...**" se le pregunta al invitado en qué momento de su vida tomó la decisión de convertirse en investigador, y que circunstancias lo llevaron a tomar este camino académico.
4. En cuanto a "**Los consejos del invitado**", es un espacio diseñado para que el entrevistado brinde algunos tips sobre los procesos investigativos a los conductores y a los oyentes.
5. Luego de una cortinilla que llama a los escuchas a seguir el proyecto en redes sociales, se le pregunta al invitado "**Cómo contactarlo**" con el fin de que sus futuros trabajos lleguen a más personas.

Para finalizar, se brindan agradecimientos al invitado por su participación y a los escuchas por llegar al final del capítulo; posteriormente se despiden los conductores y finaliza el episodio.



## Paso a paso del proceso de elaboración de cada capítulo.

Luego de definir las plataformas de alojamiento, la identidad visual y la estructura, se estipuló una serie de pasos a seguir para que todos los episodios contasen con los mismo recursos informativos, técnicos y visuales. Para la realización exitosa de cada episodio, se vió pertinente dividir el proceso en 4 etapas, preproducción, producción, postproducción y difusión.

### Preproducción

En la primera etapa del proceso de cada episodio se buscó consolidar unas bases informativas que permitiesen a los conductores realizar preguntas acordes a la temática a tratar, además de conocer previamente el recorrido del invitado y el contenido de la investigación seleccionada para el episodio, por lo cual se sugirió la siguiente estructura.

- 1.** Seleccionar a un invitado que cumpla con las características acordes al programa
- 2.** Contactar al invitado y proponer la participación en el capítulo, además de coordinar la disponibilidad de tiempo del mismo con el acceso a la sala de radio.





- 3.** Una vez definida la fecha y hora de grabación de acuerdo a la coordinación previa, es momento de realizar una investigación exhaustiva del invitado. Incluyendo su perfil, experiencia e investigaciones previas, posteriormente, se realiza una lectura a profundidad del texto investigativo seleccionado como tema central y se formulan preguntas respecto a este.
- 4.** Finalmente, gracias a las preguntas formuladas y la información recolectada, se realiza un guión semi estructurado para el episodio.

## Producción

En la segunda etapa del proceso, se realiza la entrevista y grabación del capítulo, durante lo cual se lleva a cabo la siguiente rutina.

- 5.** Media hora antes de la grabación se instalan las luces y cámaras dentro de la cabina de radio, cuidando que los ángulos sean los óptimos para captar adecuadamente a los conductores y a los invitados.
- 6.** Una vez que el invitado se instale en la cabina, se procede, junto con ayuda del master a realizar una prueba de sonido; y en caso de que el invitado no esté familiarizado con las grabaciones radiales, se le brinda una guía básica para grabar óptimamente.



7. Cuando el invitado y los conductores se sientan listos para iniciar, se graba desde las cámaras y desde los micrófonos de la cabina. Además, es vital que durante la entrevista se verifique que las cámaras estén grabando todo el tiempo.

## Post producción

Una vez que se haya finalizado la grabación del episodio, inicia la fase de post producción, durante la cual se busca recolectar y editar todo el contenido audiovisual recolectado para dar paso a la publicación del episodio en las plataformas previamente mencionadas. Para ello se procedió con los siguientes pasos:

8. Recolección y recopilación del material grabado, desde el archivo de audio de la cabina radial, hasta el material visual grabado con las cámaras usadas.
9. Edición del capítulo por medio del programa Wondershare, agregando textos e imágenes de apoyo que complementan el contenido audiovisual. Para
10. En base a las necesidades del episodio se crean diferentes diseños o animaciones por medio del sitio web Canva; además de diseñar las portadas y miniaturas para Anchore y YouTube.
11. Finalmente se exporta el archivo tanto en audio como en video.



## Difusión

Por último, la etapa de difusión es fundamental para distribuir y dar a conocer el trabajo audiovisual realizado, con el fin de llegar su público objetivo e impactar en este, para lo cual se crearon redes sociales para el proyecto en las cuales se implementaron los siguientes pasos:

- 12.** Publicación del episodio en las plataformas de alojamiento digital previamente mencionadas.
- 13.** Creación de una estrategia y cronograma de publicaciones para redes sociales con el fin de obtener más impacto.
- 14.** Elaboración de piezas comunicativas estipuladas en la parrilla de contenidos anteriormente mencionada.
- 15.** Publicación de los contenidos previamente definidos, además de compartir dichas publicaciones en las cuentas personales de los investigadores.



## Proceso de elaboración de cada capítulo.

En el siguiente apartado se adjuntará el material recolectado en cada una de las etapas del proceso de elaboración de cada episodio individualmente.

### Preproducción piloto:

El episodio piloto de **La Paradoja** se realizó sobre la experiencia investigativa del profesor Miguel Ángel Castiblanco, en este se planeó implementar todo lo acordado para cada episodio gracias a los instrumentos de investigación implementados en la investigación raíz de este producto; dando como resultado final la estructura mencionada anteriormente.

En cuanto a la investigación realizada para el episodio piloto, esta se llevó a cabo por medio de buscadores como Google y Youtube; Mientras que la investigación seleccionada se consultó en el repositorio de la universidad.



**UNIMINUTO**  
Colección Digital de Documentos de Investigación Académica de Alto Nivel

**COLECCIONES DIGITALES**  
Sistema Nacional de Biblioteca Rafael García - Herreros

Repositorio Institucional UNIMINUTO | Producción Académica | Libros | Científicos

Por favor, use este identificador para citar o enlazar este ítem: <https://hdl.handle.net/10654/13143>

Título: Voces y Rastros: crónicas de la memoria histórica de Soacha.

Autor: Castiblanco, Miguel Ángel  
Vega Gómez, Angella Mireya  
Vizquez Fonseca, Paola Andrea  
Ojeda Fonseca, Sebastián  
Arévalo Pizarro, Diana Carolina

Palabras clave: Memoria  
Aprendizaje  
Crónica



Cronología de rastros que cuentan la memoria histórica de Soacha...  
uniminutoradio.com.co > uniminuto radio > sección > vida > historias de vida > cronología...

Apr 26, 2022 - Voces y Rastros recopila distintos testimonios de personas que por diversas razones y desde diferentes lugares, han sido acogidos por Soacha -territorio que por décadas ha sido un receptor de migración-

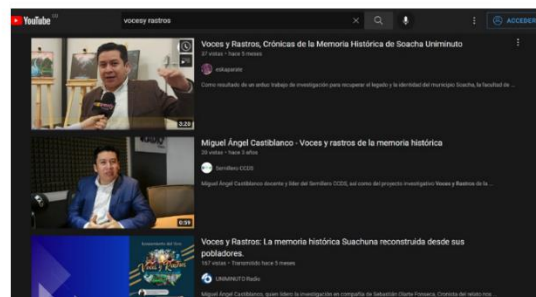
Crónicas de la Memoria Histórica de Soacha, una propuesta de...  
eslaparadoja.co > portada > blog > crónicas de la memoria histórica de soacha, una propuesta...

Apr 30, 2022 - Como resultado de un arduo trabajo de investigación para recuperar el registro y la identidad del municipio Soacha, la facultad de comunicación Social y Periodismo de UNIMINUTO regional Soacha, realizó mediante una exposición gráfica el lanzamiento oficial de Voces y Rastros. Crónicas de...

Proyecto DGI "Voces y rastros de la memoria histórica de Soacha..."  
vimeo.com > uniminuto.cundinamarca > videos

This is "Proyecto DGI "Voces y rastros de la memoria histórica de Soacha" by UNIMINUTO Cundinamarca on Vimeo, the home for high quality...

Published: October 18, 2021 Views: 66



YouTube

Search: voces rastros

Voces y Rastros, Crónicas de la Memoria Histórica de Soacha Uniminuto  
V video • 1 hora 5 minutos

Miguel Ángel Castiblanco - Voces y rastros de la memoria histórica  
V video • 1 hora 5 minutos

Voces y Rastros: La memoria histórica Suachuna reconstruida desde sus pobladores.  
V video • 1 hora 5 minutos

Finalizando la etapa de preproducción, el guion resultante para el episodio es el siguiente:

No. Capítulo	0. Piloto
Nombre de los conductores	Luna Camila Vega y Juan David Torres
Invitado	Profesor Miguel Ángel Castiblanco

Guion			
Sección	Audio y video	Tiempo real	Tiempo concurrido
Inicio	<b>Luna:</b> Hola hola, esto es la paradoja	2"	2"
Animación postproducción	<b>Intro pregrabado:</b> Bienvenidos a La Paradoja, un videopodcast de divulgación científica académica que innovará la forma de divulgar la ciencia.	15"	17"
Presentación	<p><b>Luna:</b> Yo soy luna y estoy aquí con mi compañero Juan. Hola Juan.</p> <p><b>Juan:</b> Buenas tardes, Luna, buenas tardes a todos los que nos escuchan a esta hora del día.</p> <p><b>Luna:</b> La paradoja es un podcast en el cual queremos dar a conocer los productos comunicativos investigativos del Centro Regional Soacha de la Universidad Minuto de Dios, para eso el día de hoy tenemos un tema muy especial, Juan cuéntenos cuál es.</p>	25"	42"
Introducción	<p><b>Juan:</b> Introducción al tema y al invitado.</p> <p><b>Información del invitado:</b> Él es comunicador social y periodista,</p>	1'9"	2'10"

	<p>magister en docencia de la Universidad de La Salle, tiene una amplia experiencia como docente universitario. Actualmente se desempeña como docente en el área de investigación en el programa de comunicación social y periodismo del Centro Regional Soacha y como docente catedrático de la universidad Sergio Arboleda.</p> <p>Adelanta estudios de doctorado en investigación en la docencia, en la Universidad Americana de Europa UNADE.</p>		
Animación postproducción	<b>Pregrabado - Juan:</b> Yo soy	5"	2'15"
Yo soy	<b>Luna:</b> Introducción a la sección. <b>Profesor Miguel Castiblanco:</b> Presentación	2'1"	4'16"
Animación postproducción	<b>Pregrabado – Luna:</b> Qué, cómo, cuándo y donde	4"	4'20"
Qué, cómo, cuándo y donde	<p><b>Juan:</b> Introducción a la sección.</p> <p><i>Proyecto para trabajar: Voces y rastros</i></p> <p><b>Profesor Miguel Castiblanco:</b> Presentación Descripción del proyecto investigativo</p> <p>Intervenciones de ambos conductores</p> <p>Imágenes de apoyo</p>	34'7"	38'27"
Animación postproducción	<b>Pregrabado – Juan:</b> Decidí investigar por...	4"	38'31"

## 16

## Videopodcast La Paradoja

Decidí investigar por...	<b>Luna:</b> Introducción a la sección <b>Profesor Miguel Castiblanco:</b> Descripción de su motivación por la investigación	8'44"	47'15"
Animación postproducción	<b>Pregrabado – Luna:</b> Consejos del invitado	4"	47'19"
Consejos del invitado	<b>Juan:</b> Introducción a la sección <b>Profesor Miguel Castiblanco:</b> Consejos para los escuchas	7'53"	55'12"
Animación postproducción	<b>Pregrabado:</b> Síguenos en redes como: LaParadoja_videopodcast	9"	55'21"
¿Cómo contactar al invitado?	<b>Juan:</b> ¿Cómo contactar al invitado? <b>Profesor Miguel Castiblanco:</b> Descripción de medio de contactos	4'15"	59'36"
Agradecimientos	<b>Luna:</b> Agradecimiento al invitado	2'21"	1.1'57"
Despedida	<b>Ambos conductores:</b> Cierre del capítulo	2'18"	1.4'15"

### Producción piloto:

En este apartado se presentan fragmentos de la grabación, además de una fotografía final con el invitado.



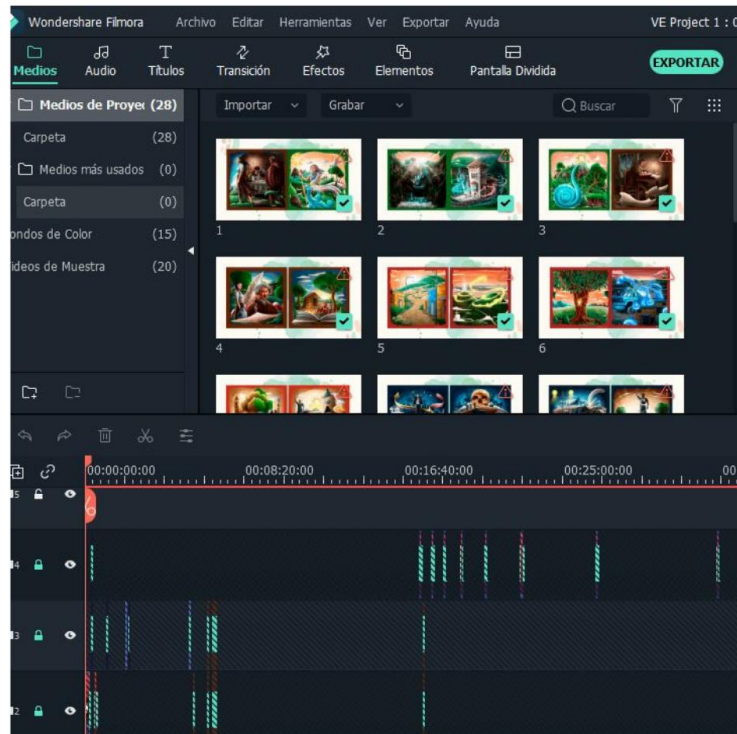


## 18

## Videopodcast La Paradoja

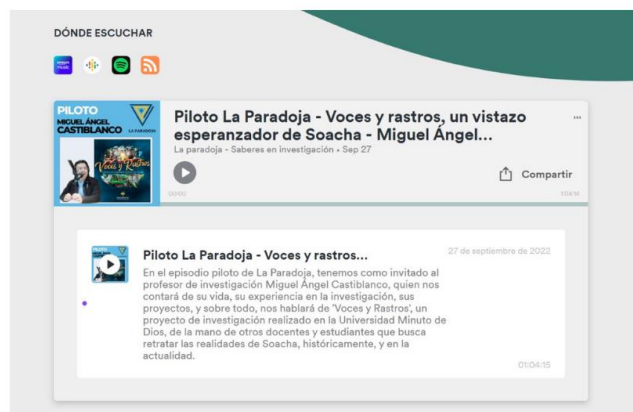
**Post producción piloto:**

Acontinuación, una captura del proceso de edición en Wondershare.

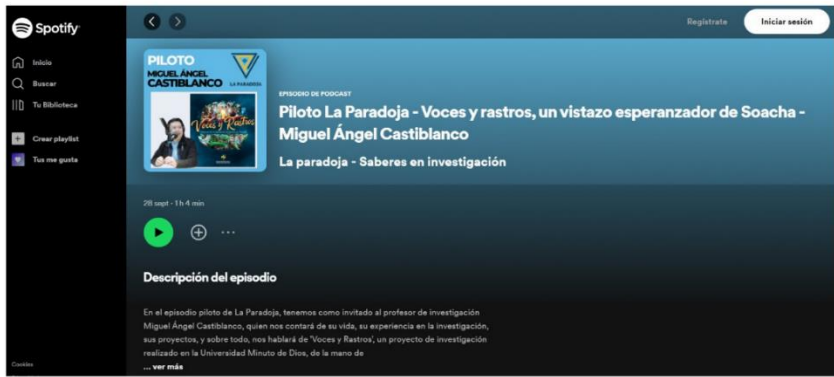


## Difusión piloto:

A continuación, una serie de capturas del contenido alojado en la red.



# 20 Videopodcast La Paradoja



## Preproducción episodio 1 - Nubia Gómez:

Una vez revisado todos logros y falencias del episodio piloto, con la ayuda de los instrumentos investigativos, en el primer episodio oficial del videopodcast se invitó a la licenciada en pedagogía infantil Nubia Gómez. En este capítulo se afianzaron todas las secciones oficiales que tendría el programa, se mejoró el ambiente visual (iluminación) y se realizó al igual que el anterior, la respectiva investigación sobre el invitado, ahondado en su experiencia personal y profesional.



UNIMINUTO  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Educación de calidad al alcance de todos

COLECCIONES DIGITALES  
Sistema Nacional de Biblioteca Rafael García - Herreros

Repositorio institucional UNIMINUTO / Trabajos de Grado / Maestrías / Maestría en Innovaciones Sociales en Educación

Por favor, use este identificador para citar o enlazar este ítem: <https://hdl.handle.net/18056/7971>

Título : La participación infantil como estrategia social para la transformación comunitaria en el municipio de Soacha.

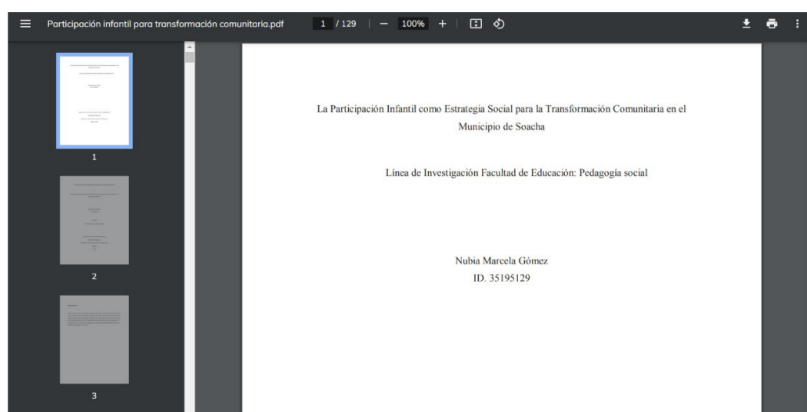
Autor : Gómez, Nubia Marcela

Aesor: Belancor Rojas, Claudia Andrea

Palabras clave : Estrategia social  
Participación infantil  
Transformación comunitaria

Editorial : Corporación Universitaria Minuto de Dios

La investigación en esta ocasión, se hizo desde el repositorio de la Universidad, y también se realizó gracias a distintos datos solicitados directamente a la invitada, esto con el fin de poder preparar su episodio de manera correspondiente según su experiencia investigativa.



Una vez realizada la etapa de preproducción, se prepara el guion correspondiente para el episodio del invitado del capítulo1:

No. Capítulo	1. Capítulo 1
Nombre de los conductores	Luna Camila Vega y Juan David Torres
Invitado	Nubia Marcela Gómez

Guion			
Sección	Audio y video	Tiempo real	Tiempo concurrido
Inicio	<b>Luna:</b> Hola hola, esto es la paradoja	0"	2"
Presentación	Ambos conductores	2"	17"
Introducción	<b>Luna:</b> Introducción al tema y al invitado.	17"	1'14"
Yo soy	<b>Juan:</b> Introducción a la sección. <b>Profesora Nubia Marcela Gómez:</b> Presentación	1'14"	4'52"
Qué, cómo, cuándo y donde	<b>Juan:</b> Introducción a la sección. <i>Proyecto a trabajar: La participación infantil como estrategia social para la transformación comunitaria en el municipio de Soacha.</i> <b>Profesora Nubia Marcela Gómez:</b> Presentación Descripción del proyecto investigativo Intervenciones de ambos conductores	4'52"	35'53"
Decidí investigar por...	<b>Luna:</b> Introducción a la sección. <b>Profesora Nubia Marcela Gómez:</b> Descripción de su motivación por la investigación.	35'53"	39'09"

Consejos del invitado	<b>Luna:</b> Introducción a la sección <b>Profesora Nubia Marcela Gómez:</b> Consejos para los escuchas	39'09"	45'20"
¿Cómo contactar al invitado?	<b>Juan:</b> ¿Cómo contactar al invitado? <b>Profesora Nubia Marcela Gómez:</b> Descripción de medio de contactos	45'20"	46'36"
Agradecimientos	<b>Luna:</b> Agradecimiento al invitado	46'36"	46'42"
Despedida	<b>Ambos conductores:</b> Cierre del capítulo	46'42"	46'47"

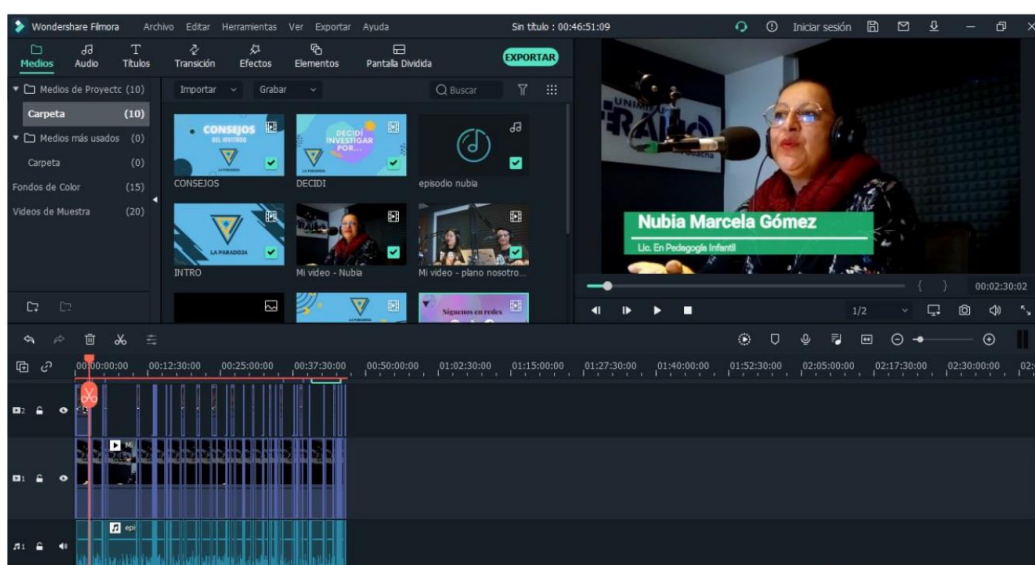
### Producción episodio 1:

Se toman recortes/pantallazos del episodio, y se comparte la fotografía final con el invitado del episodio



## Post producción episodio 1:

Una vez realizada la edición del episodio, se realiza una captura al proceso ya finalizado desde Wondershare, donde se evidencia todos los recortes y modificaciones que tuvo este antes de ser compartido.





## Difusión episodio 1:

Se realiza el respectivo alojamiento del episodio en las distintas plataformas de streaming, así como en las distintas redes sociales de La Paradoja para su proceso de difusión.



### #1 La Paradoja - El trabajo con niños para transformar la comunidad - Nubia Marcela Gómez

Reproducir • 47 min

En el primer episodio oficial de La Paradoja, tenemos como primera invitada a la profesora Nubia Marcela Gómez, licenciada en pedagogía infantil, con múltiples estudios en este campo y también en la formación. Ella nos contó sobre ella, sobre su experiencia en el mundo investigativo, la causa de involucrarse en la investigación, y sobre todo, nos habló de su trabajo titulado: **La participación infantil como estrategia social para la transformación comunitaria en el Municipio de Soacha.**

Link trabajo investigativo de la invitada:  
<https://www.redalyc.org/journal/5736/573667940013/html/>

¡Síguenos en redes sociales!

Instagram 📷: [https://www.instagram.com/laparadoja\\_videopodcast/](https://www.instagram.com/laparadoja_videopodcast/)

Facebook 📘: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100086178043572>

Tiktok 📺: [https://www.tiktok.com/@laparadoja\\_videopodcast](https://www.tiktok.com/@laparadoja_videopodcast)

**LUNO**  
NUBIA MARCELA  
GÓMEZ  
LA PARADOJA

**#1 La Paradoja - El trabajo con niños para transformar la comunidad - Nubia Marcela Gómez**  
La paradoja - Saberes en investigación - Oct 11

00:00 46:51

Compartir

**#1 La Paradoja - El trabajo con niño...** 11 de octubre de 2022

En el primer episodio oficial de La Paradoja, tenemos como primera invitada a la profesora Nubia Marcela Gómez, licenciada en pedagogía infantil, con múltiples estudios en este campo y también en la formación. Ella nos contó sobre ella, sobre su experiencia en el mundo investigativo, la causa de involucrarse en la investigación, y sobre todo, nos habló de su trabajo titulado: La participación Infantil como estrategia social para la transformación comunitaria en el Municipio de Soacha.

Link trabajo investigativo de la invitada:  
<https://www.redalyc.org/journal/5736/573667940013/html/>

¡Síguenos en redes sociales!

Instagram 📷:  
[https://www.instagram.com/laparadoja\\_videopodcast/](https://www.instagram.com/laparadoja_videopodcast/)  
Facebook 📺: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100086178043572>  
Tiktok 📺: [https://www.tiktok.com/@laparadoja\\_videopodcast](https://www.tiktok.com/@laparadoja_videopodcast)

46:51

YouTube la paradoja videopodcast

UNIVERSIDAD  
TRAI  
Soacha

4:47 / 46:51

#1 La Paradoja - El trabajo con niños para transformar la comunidad - Nubia Marcela Gómez

14 visualizaciones

5 NO ME GUSTA

COMPARTIR

DESCARGAR

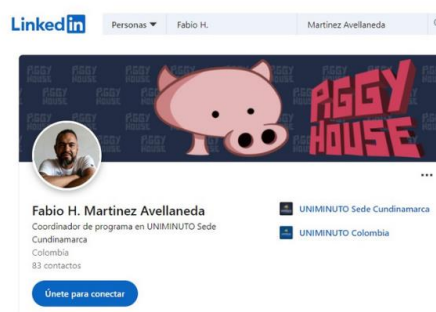
CLIP

GUARDAR

## Preproducción episodio 2 - Fabio Martínez:

Para el segundo episodio oficial de La Paradoja, se realizan perfecciones tanto a la iluminación como a la ubicación de las cámaras que graban a todos los participantes. Por otro lado, se tuvo como invitado a Fabio Humberto Martínez, coordinador del programa de comunicación, y maestro de diseño con gran experiencia en este campo. En este episodio, se realiza un acercamiento a la investigación desde el diseño.

Al igual que el episodio anterior, la investigación se realiza a partir de información solicitada al invitado, también se exploran los proyectos personales de este en sus distintas redes sociales, así como se ahonda en los procesos investigativos recientemente surgidos que llevan como nombre VISUS,



### Acerca de

Profesional en Diseño Gráfico con experiencia laboral en el campo de las artes gráficas, la producción editorial y el diseño de identidad corporativa. Soy una persona creativa, profesional, dinámica, honesta y responsable. Con buena iniciativa, capaz de liderar proyectos en grupo, con buena capacidad de análisis y manejo de buenas relaciones interpersonales.

Poseo el dominio técnico y tecnológico en distintos software de diseño entre los que se encuentran la suite Adobe CC, CorelDraw y Xara Designer, en plataformas PC y MAC, para el diseño, la digitalización, finalización e impresión de archivos como parte de los procesos que requiere la producción gráfica.

Además de la pasión que siento por mi profesión, estoy en la constante búsqueda de conocimientos y experiencias, tanto laborales y académicas, para el aporte gráfico y positivo de la empresa donde me encuentre laborando.



A partir de la información recolectada gracias a la investigación, y gracias a la información suministrada por parte del invitado, se establece el guion del episodio, ya identificado desde el episodio piloto, y perfeccionado gracias al primer episodio oficial.

No. Capítulo	1. Capítulo 2
Nombre de los conductores	Luna Camila Vega y Juan David Torres
Invitado	Fabio Humberto Martínez

Guion			
Sección	Audio y video	Tiempo real	Tiempo concurrido
Inicio	<b>Luna:</b> Hola hola, esto es la paradoja	0"	19"
Presentación	Ambos conductores	19"	1'00"
Introducción	<b>Luna:</b> Introducción al tema y al invitado.	1'00"	2'34"
Yo soy	<b>Juan:</b> Introducción a la sección.  <b>Profesor Fabio Humberto Martínez:</b> Presentación	2'34"	11'19"
Qué, cómo, cuándo y donde	<b>Juan:</b> Introducción a la sección.  <i>Proyecto a trabajar: Proyecto VISUS y la investigación desde el diseño</i>  <b>Profesor Fabio Humberto Martínez:</b> Presentación Descripción del proyecto investigativo  Intervenciones de ambos conductores	11'19"	47'34"
Decidí investigar por...	<b>Luna:</b> Introducción a la sección. <b>Profesor Fabio Humberto Martínez:</b> Descripción de su motivación por la investigación.	47'34"	60'02"
Consejos del invitado	<b>Luna:</b> Introducción a la sección	60'02"	60'05"

	<b>Profesor Fabio Humberto Martínez:</b> Consejos para los escuchas		
¿Cómo contactar al invitado?	<b>Juan:</b> ¿Cómo contactar al invitado?  <b>Profesor Fabio Humberto Martínez:</b> Descripción de medio de contactos	60'05"	60'06"
Agradecimientos	<b>Luna:</b> Agradecimiento al invitado	60'06"	60'06"
Despedida	<b>Ambos conductores:</b> Cierre del capítulo	60'06"	60'06"



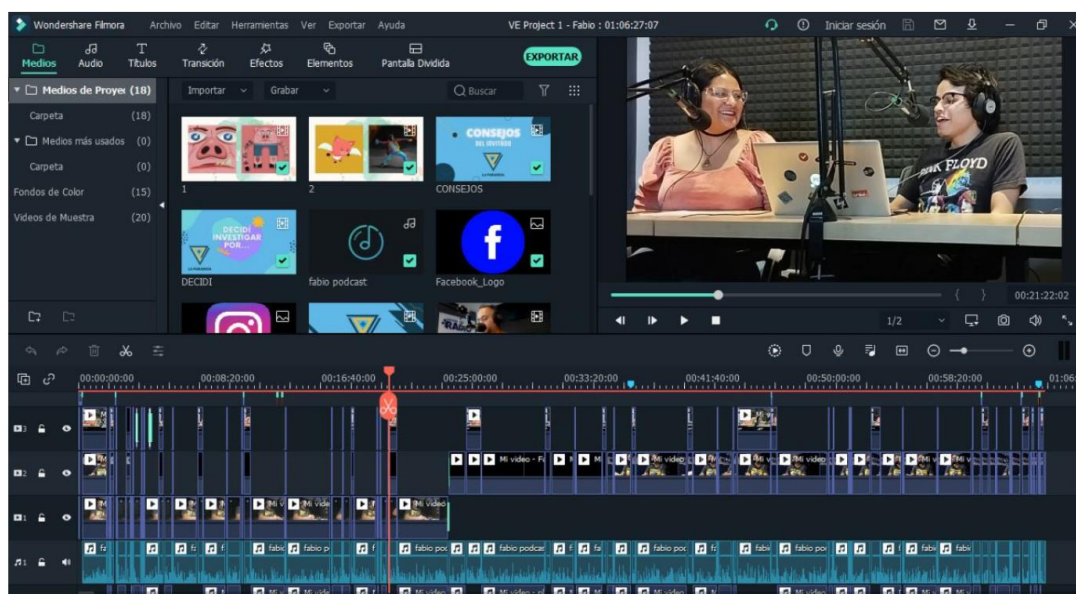
## Producción episodio 2:

Se toman recortes/pantallazos del episodio, y se comparte la fotografía final con el invitado del episodio



## Post producción episodio 2:

Una vez realizada la edición del episodio, se realiza una captura al proceso ya finalizado desde Wondershare, donde se evidencia todos los recortes y modificaciones que tuvo este antes de ser compartido.



## Difusión episodio 2:

Se realiza el respectivo alojamiento del episodio en las distintas plataformas de streaming, así como en las distintas redes sociales de La Paradoja para su proceso de difusión.



La paradoja - Saberes en Investigación  
13 oct 2022

#2 La Paradoja - La investigación desde los ojos de un diseñador - Fabio Martínez

Reproducir • 1 h 6 min

En el episodio #2 de La Paradoja tenemos como invitado a Fabio Martínez, docente de diseño gráfico y Coordinador del programa de Comunicación Social y Periodismo de la sede Uniminuto Soacha. El nos contó de su sobre su vida, sobre su experiencia en la investigación y el cómo se une esta con el diseño, nos habló del semillero de investigación recientemente nacido llamado VISUS, y muchas cosas más.

Aquí puedes encontrar el trabajo de Fabio Martínez:

<https://co.linkedin.com/in/fabiohmartinez>

<https://www.behance.net/piggyhouse>

[https://www.instagram.com/fabio\\_piggy/](https://www.instagram.com/fabio_piggy/)

<https://www.instagram.com/piggyhouse/>



# 34 Videopodcast La Paradoja



**#2 La Paradoja - La investigación desde los ojos de un diseñador - Fabio Martínez**

13 oct • 106:27

Este episodio se publicó y se puede escuchar en cualquier plataforma donde tu podcast esté disponible.

En el episodio #2 de La Paradoja tenemos como invitado a Fabio Martínez, docente de diseño gráfico y Coordinador del programa de Comunicación Social y Periodismo de la sede Uniminuto Soacha. Él nos contó de su vida, sobre su experiencia en la investigación y el cómo se une esta con el diseño, nos habló del semillero de investigación recientemente nacido llamado VISUS , y muchas cosas

5  
Cantidad total de reproducciones



EPISODIO DE PODCAST

## #2 La Paradoja - La investigación desde los ojos de un diseñador - Fabio Martínez

La paradoja - Saberes en investigación

14 oct. • 1h 6 min

Descripción del episodio

En el episodio #2 de La Paradoja tenemos como invitado a Fabio Martínez, docente de diseño gráfico y Coordinador del programa de Comunicación Social y Periodismo de la sede Uniminuto Soacha. Él nos contó de su vida, sobre su experiencia en la investigación y el cómo se une esta con el diseño, nos habló del semillero de i... [ver más](#)



laparadoja\_videopodcast  
Soacha, Cundinamarca

## 2. DOS FABIO H. MARTÍNEZ

LA PARADOJA

laparadoja\_videopodcast ¡Nuestro segundo invitado en La Paradoja! Él es Fabio Martínez, docente de diseño y... más



**La Paradoja Videopodcast**  
9 min · 🌐

¿Ya escuchaste el segundo episodio de La Paradoja? Fabio Martínez nos acompañó y nos contó de toda su experiencia en el mundo del diseño, de las necesidades de la innovación en la divulgación y el cómo desde el diseño se pueden hacer procesos distintos.



## Preproducción episodio 3 - Victor Conejo

Para el tercer episodio oficial de La Paradoja, el invitado fue el profesor investigador Victor Conejo, al igual que en el episodio uno, se seleccionó su proyecto de maestría en el que exploró los medios comunitarios y su actuación durante el 28A.



La investigación se realizó a partir de el repositorio universitario, y también desde las distintas redes sociales del invitado, así como la información que se le solicita a cada uno de los invitados

Acerca de

Profesional en Comunicación Social - Periodismo, magister en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

Repositorio institucional UNIMINUTO / Trabajos de Grado / Maestrías / Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

Por favor, use este identificador para citar o enlazar este ítem: <https://hdl.handle.net/19056/14789>

Título : Aprendizajes de una práctica comunicativa: el cubrimiento de las movilizaciones del 28A- 2021 por parte de los medios ciudadanos/comunitarios del municipio de Soacha

Autor : Conejo Sandoval, Victor Alexander

Aesor: Rocha Cesar

Palabras clave : Medios Ciudadanos  
Medios Comunitarios  
Prácticas Sociales  
Sentidos  
Movilizaciones Sociales

Editorial : Corporación Universitaria Minuto de Dios

Citación : Conejo, V. (2022). Aprendizajes de una práctica comunicativa: el cubrimiento de las movilizaciones del 28A- 2021 por parte de los medios ciudadanos/comunitarios del municipio de Soacha. (Tesis de maestría). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá - Colombia.

Resumen : La presente investigación busca comprender el sentido de una práctica comunicativa particular: el cubrimiento informativo que realizaron los medios ciudadanos/comunitarios del municipio de Soacha a las movilizaciones del 28 de abril del 2021. Para ello, aborda conceptualmente las categorías de movilización social, los modos de identificación de estas experiencias comunicativas y, no obstante, un abordaje conceptual sobre las prácticas comunicativas. Igualmente implementa desde una mirada cualitativa y una metodología etnográfica crítica, la entrevista y el análisis de contenido cualitativo



Aprendizajes de una práctica comunicativa: el cubrimiento de las movilizaciones del 28A- 2021 por parte de los medios ciudadanos/comunitarios del municipio de Soacha.

Victor Alexander Conejo Sandoval

A partir de la información recolectada gracias a la investigación, y gracias a la información suministrada por parte del invitado, se establece el guion del episodio, el guion de cada episodio está completamente fijo, y se aplica con cada uno de los invitados que llegan al programa.

No. Capítulo	3. Capítulo 3
Nombre de los conductores	Luna Camila Vega y Juan David Torres
Invitado	Victor Conejo

Guion			
Sección	Audio y video	Tiempo real	Tiempo concurrido
Inicio	<b>Luna:</b> Hola hola, esto es la paradoja	0"	15"
Presentación	Ambos conductores	15"	55"
Introducción	<b>Luna:</b> Introducción al tema y al invitado.	55"	2'23"
Yo soy	<b>Juan:</b> Introducción a la sección.  <b>Profesor Victor Conejo:</b> Presentación	2'23"	6'41"
Qué, cómo, cuándo y donde	<b>Juan:</b> Introducción a la sección.  <i>Proyecto a trabajar: Aprendizajes de una práctica comunicativa: el cubrimiento de las movilizaciones del 28A-2021 por parte de los medios ciudadanos/comunitarios del municipio de Soacha</i>  <b>Profesor Victor Conejo:</b> Presentación Descripción del proyecto investigativo  Intervenciones de ambos conductores	6'41"	47'21"
Decidí investigar por...	<b>Luna:</b> Introducción a la sección. <b>Profesor Victor Conejo:</b> Descripción de su motivación por la investigación.	47'21"	48'59"

Consejos del invitado	<b>Luna:</b> Introducción a la sección <b>Profesor Victor Conejo:</b> Consejos para los escuchas	48'59"	51'40"
¿Cómo contactar al invitado?	<b>Juan:</b> ¿Cómo contactar al invitado? <b>Profesor Victor Conejo:</b> Descripción de medio de contactos	51'40"	53'08"
Agradecimientos	<b>Luna:</b> Agradecimiento al invitado	53'08"	53'51"
Despedida	<b>Ambos conductores:</b> Cierre del capítulo	53'51"	54'11"

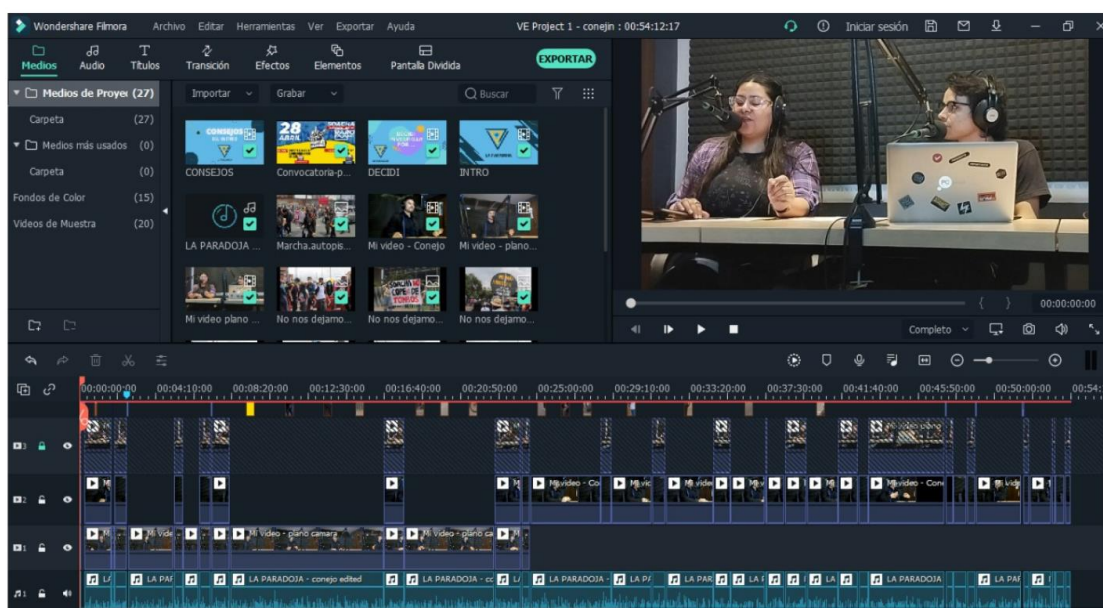
### Producción episodio 3:

Se toman recortes/pantallazos del episodio, y se comparte la fotografía final con el invitado del episodio



### Post producción episodio 3:

Una vez realizada la edición del episodio, se realiza una captura al proceso ya finalizado desde Wondershare, donde se evidencia todos los recortes y modificaciones que tuvo este antes de ser compartido.

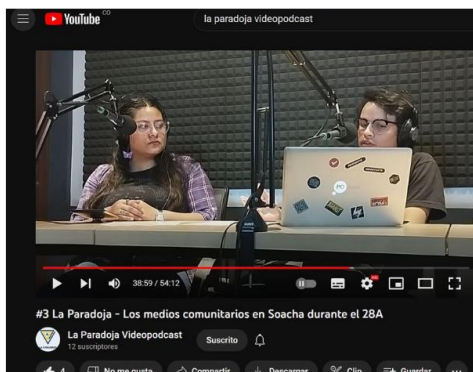


40

## Videopodcast La Paradoja

### Difusión episodio 3:

Se realiza el respectivo alojamiento del episodio en las distintas plataformas de streaming, así como en las distintas redes sociales de La Paradoja para su proceso de difusión.



La paradoja - Saberes en investigación  
Hace 5 días

#3 La Paradoja - Los medios comunitarios en Soacha durante el 28A

Reproducir • 54 min

En el nuevo episodio de La Paradoja, tenemos como invitado al docente investigador Victor Conejo, quien nos contó de su vida, de sus experiencias investigativas, y sobre todo, nos habló sobre su más reciente proyecto investigativo titulado Aprendizajes de una práctica comunicativa: el cubrimiento de las movilizaciones del 28A- 2021 por parte de los medios ciudadanos/comunitarios del municipio de Soacha, un trabajo que sirvió para dar cuenta de la gran labor de los medios comunitarios existentes en Soacha, y todo su cubrimiento durante las protestas del año 2021, conocidas como el 28A.

Link del trabajo:  
[https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14789/1/TM\\_CD\\_ConejoSandovaIV%C3%ADctorAlexander\\_2022](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14789/1/TM_CD_ConejoSandovaIV%C3%ADctorAlexander_2022)





EPISODIO DE PODCAST

## #3 La Paradoja - Los medios comunitarios en Soacha durante el 28A

La paradoja - Saberes en investigación

19 oct. · 54 min 12 s

Descripción del episodio

En el nuevo episodio de La Paradoja, tenemos como invitado al docente investigador Víctor Conejo, quien nos contó de su vida, de sus experiencias investigativas, y sobre todo, nos habló sobre su más reciente proyecto investigativo titulado Aprendizajes de una práctica



### #3 La Paradoja - Los medios comunitarios en Soacha durante el 28A - Víctor Conejo

18 oct · 54:12

Este episodio se publicó y se puede escuchar en cualquier plataforma donde tu podcast esté disponible.

En el nuevo episodio de La Paradoja, tenemos como invitado al docente investigador Víctor Conejo, quien nos contó de su vida, de sus experiencias investigativas, y sobre todo, nos habló sobre su más reciente proyecto investigativo titulado Aprendizajes de una práctica comunicativa: el cubrimiento de las movilizaciones del 28A- 2021 por parte de los medios ciudadanos/comunitarios del





## Preproducción episodio 4 - Juan Fonseca

En La Paradoja hay espacio para todos, por esa razón para el episodio número 4 se invitó a un estudiante de Uniminuto CRS que hace parte de la carrera de Psicología, este nos habló acerca de sus distintos proyectos desarrollados desde los semilleros de investigación, así como su trabajo de tesis, centrado en la educación sexual para los niños y niñas de Soacha.

Para la fase investigativa de este episodio, la exploración se hizo principalmente en base a la tesis adelantada por el estudiante, también se exploraron sus distintos proyectos realizados durante su carrera en los semilleros investigativos de la Universidad.

Salud mental en contextos universitarios,  
un reto posible para la comunicación  
Juan Fonseca\*, Miguel Castiblanco\*, Alfonso Malpica  
2022

### Resumen

Este trabajo busca generar una propuesta para visibilizar el impacto que genera en los contextos de educación superior la problemática de salud mental a partir de la exploración de recursos comunicativos digitales, para ello se realiza una revisión académica desde los ámbitos internacional, nacional y local, eventualmente se desarrollan unas bases teóricas sustentada en tres categorías, se desarrolla una metodología cualitativa descriptiva en la cual se aplican dos instrumentos, una entrevista semiestructurada de 11 preguntas fundamentadas en categorías previamente establecidas aplicada en 7 docentes de psicología, comunicación social y programas de bienestar, se implementa un cuestionario de 31 ítems seccionado en cuatro categorías de análisis que surgen a partir de la revisión teórica, se aplica en 27 estudiantes universitarios de diferentes carreras, universidades, semestres y modalidades con



**Representación Social de la Sexualidad en el Hogar: Diferencias entre Hombres y**

**Mujeres**

Fonseca Ballesteros Juan Carlos Fonseca y Rodríguez Hortua Erica Roció

(España) Predicciones de texto: activado Accesibilidad: es necesario investigar

Concentración

A partir de la información recolectada gracias a las investigaciones y la tesis adelantada por el estudiante, se establece el guion del episodio.

No. Capítulo	4. Capítulo 4
Nombre de los conductores	Luna Camila Vega y Juan David Torres
Invitado	Juan Fonseca

Guion			
Sección	Audio y video	Tiempo real	Tiempo concurrido
Inicio	<b>Luna:</b> Hola hola, esto es la paradoja	0"	16"
Presentación	Ambos conductores	16"	1'18"
Introducción	<b>Luna:</b> Introducción al tema y al invitado.	1'18"	2'53"
Yo soy	<b>Juan:</b> Introducción a la sección.  <b>Estudiante Juan Fonseca:</b> Presentación	2'53"	6'06"
Qué, cómo, cuándo y donde	<b>Juan:</b> Introducción a la sección.  <i>Proyecto a trabajar:</i> <i>Representación Social de la Sexualidad en el Hogar:</i> <i>Diferencias entre Hombres y Mujeres</i>  <b>Estudiante Juan Fonseca:</b> Presentación Descripción del proyecto investigativo  Intervenciones de ambos conductores	6'06"	39'58"
Decidí investigar por...	<b>Luna:</b> Introducción a la sección. <b>Estudiante Juan Fonseca:</b> Descripción de su motivación por la investigación.	39'58"	42'14"
Consejos del invitado	<b>Luna:</b> Introducción a la sección  <b>Estudiante Juan Fonseca:</b> Consejos para los escuchas	42'14"	45'43"

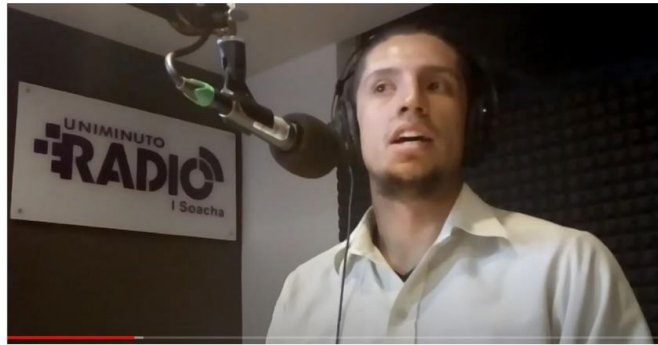
## 44

## Videopodcast La Paradoja

¿Cómo contactar al invitado?	<b>Juan:</b> ¿Cómo contactar al invitado?  <b>Estudiante Juan Fonseca:</b> Descripción de medio de contactos	45'43"	46'08"
Agradecimientos	<b>Luna:</b> Agradecimiento al invitado	46'08"	46'45"
Despedida	<b>Ambos conductores:</b> Cierre del capítulo	46'45"	47'41"

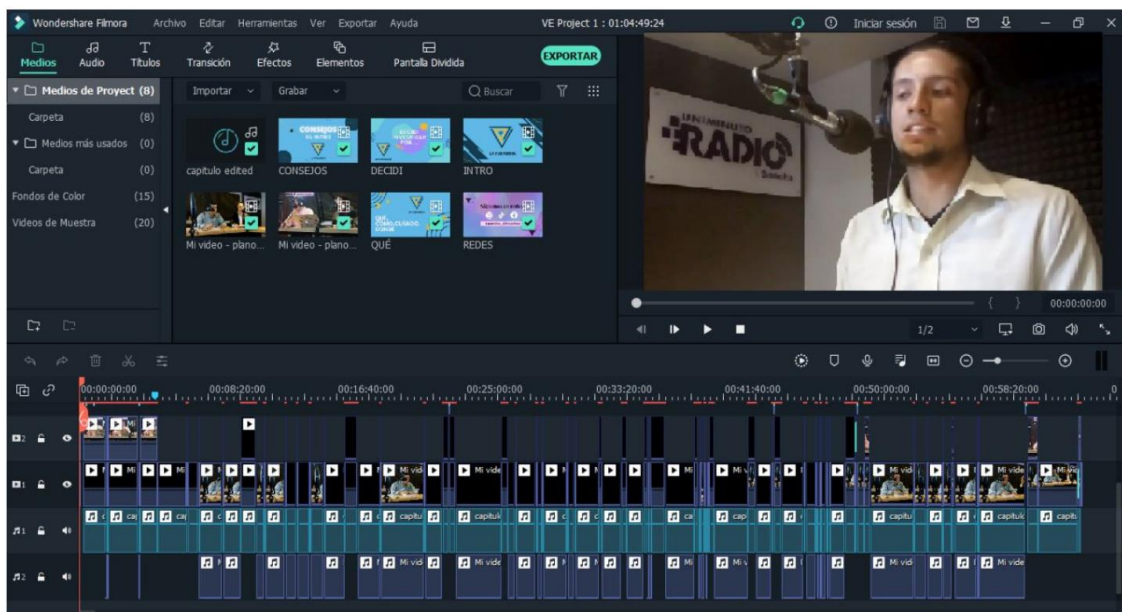
### Producción episodio 4:

Se toman recortes/pantallazos del episodio, y se comparte la fotografía final con el invitado del episodio



## Post producción episodio 4:

Una vez realizada la edición del episodio, se realiza una captura al proceso ya finalizado desde Wondershare, donde se evidencia todos los recortes y modificaciones que tuvo este antes de ser compartido.



## Difusión episodio 4:

Se realiza el respectivo alojamiento del episodio en las distintas plataformas de streaming, así como en las distintas redes sociales de La Paradoja para su proceso de difusión.



La paradoja - Saberes en investigación  
Hace 4 días

### #4 La Paradoja - La investigación en el campo de la psicología

Reproducir • 48 min

En el nuevo episodio de La Paradoja, tenemos como invitado a un estudiante de Uniminuto del campo de la Psicología llamado Juan Fonseca, él nos contó sobre su vida, la razón por la cual comenzó su carrera, las razones por las que la investigación es necesaria en el campo estudiantil, y nos habló sobre el proyecto de tesis que se encuentra realizando, el cual está orientado a la educación sexual que se da desde el hogar tanto para niños como para niñas, todos los avances, encuentros significativos y logros que ha tendido desde este.

Redes del invitado: Instagram: <https://www.instagram.com/juanf180797/>



48

## Videopodcast La Paradoja



#### #4 La Paradoja - La investigación en el campo de la psicología

21 oct • 47:42

Este episodio se ha publicado y puede escucharse en cualquier lugar en el que esté disponible tu pódcast.

En el nuevo episodio de La Paradoja, tenemos como invitado a un estudiante de Uniminuto del campo de la Psicología llamado Juan Fonseca, él nos contó sobre su vida, la razón por la cual comenzó su carrera, las razones por las que la investigación es necesaria en el campo estudiantil, y nos habló sobre el proyecto de tesis que se encuentra realizando, el cual está orientado a la educación sexual que



## Preproducción episodio 5 - Javier Mongui y Darlan Guaqueta

Para el quinto episodio de La Paradoja, llegaron nuevamente cosas nuevas al programa, comenzando por el hecho de que en esta ocasión hubo dos invitados, y además el campo de estudio que se exploró fue el de la contaduría. Se abordaron las formas de trabajo desde los semilleros investigativos en este campo, y se exploraron las experiencias investigativas de ambos invitados.

*Javier Mongui Pinentel, contador público con 20 años de experiencia en el sector industrial, financiero y de servicios, Magister en administración de empresas con especialidad en Finanzas Corporativas de la Universidad Viña del Mar (Chile), docente universitario de la Corporación Universitaria Minuto de Dios con 14 años de antigüedad y experiencia en diferentes cargos.*

*Actualmente me desempeño como docente – investigador, Líder del semillero de investigación del programa de contaduría pública SICOMP, con el propósito de establecer redes académicas, para potenciar la investigación en lo referente a publicaciones en revistas indexadas y formulación de proyectos, así como, la participación de ponencias en eventos que fortalecen la investigación científica, donde participan los estudiantes que integran el semillero SICOMP. En este momento adelanto la formulación del proyecto "Análisis de la pobreza multidimensional en Colombia."*

Otros proyectos ya culminados

- La contabilidad como instrumento para el desarrollo social comunitario.
- Diseño de una herramienta de software libre para el Balance Social en el fortalecimiento de la construcción de un tejido social en las empresas del sector solidario.

Para ampliar la información como investigador le comparto el CvLac: [https://scienti.minciencias.gov.co/cv/cv/visualizador?generarCurriculoCv.do?cod\\_th=0001474503](https://scienti.minciencias.gov.co/cv/cv/visualizador?generarCurriculoCv.do?cod_th=0001474503)

*Me considero una persona vanguardista y proactiva, dispuesta a los cambios, para los cuales mantengo una constante actualización sobre aspectos contables, administrativos, financieros y laborales.*

A diferencia de la investigación realizada en los demás episodios, este programa se centró principalmente en las experiencias investigativas de los invitados, así como las formas de investigación en el campo de estudio de la contaduría, por lo que el programa se preparó directamente orientado de esta forma.

### Hoja de vida

Nombre	Javier Mongui Pinentel
Nombre en citas	MONGUI PINENTEL, JAVIER
Nacionalidad	Colombiana
Sexo	Masculino
<b>Redes sociales académicas</b>	
<a href="#">Google Scholar</a> <a href="#">Bases de datos institucionales</a>	
<b>Identificadores de autor</b>	
<a href="#">Open Researcher and Contributor ID (ORCID)</a>	
<b>Formación Académica</b>	
Maestría/Magister Universidad de Viña del Mar Magister en Administración de Empresas con Especialidad en Finanzas Corporativas Octubre 2013 - Octubre 2015 Diseño de un Plan Estratégico Financiero para la Empresa Asoprogress	
Pregrado/Universitario FUNDACION UNIVERSITARIA COMPENSAR Contaduría Pública Marzo de 1996 - Junio de 2000 Simulación de procesos contables para medianas y pequeñas empresas	
<b>Formación Complementaria</b>	
MBA Universidad de Viña del Mar Magister en Administración de Empresas con Especialidad en Finanzas Corporativas Octubre de 2013 - Octubre de 2015	



50

## Videopodcast La Paradoja

## Preproducción episodio 5 - Javier Mongui y Darlan Guaqueta

Muy buena tarde: envió el perfil inicial

Perfil profesional: Darlan A. Guaqueta, COND - CRS

Profesional en economía, con experiencia en el sector público durante 10 años, Programa de las Naciones Unidas – PNUD y en docencia 14 años, sobre asignaturas relacionadas con las ciencias económicas y contables, con una corta experiencia en investigación formativa y aplicada.

Formación pregrado en Economía y posgrado en Gerencia Financiera, MBA y Máster en Comercio Internacional, con más de 600 horas de formación continuada, jurado de trabajos de grado, ponencias, posters, líder del semillero del programa de Contaduría Pública Distancia “INTERCOND” semillero creado desde el año 2020.

[https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0000063439](https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000063439)

Más información	Producción en arte	Buscar	Hoja de vida
Nombre			Darlan Alberto Guaqueta
Nombre en citas			GUAQUETA , DARLAN ALBERTO
Nacionalidad			Colombiana
Sexo			Masculino
<b>Formación Académica</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Maestría/Magister Escuela Europea de Dirección y Empresa</li> <li>Maestría en Dirección y Administración de Empresas MBA</li> <li>Octubre 2012 - Octubre 2013</li> <li>Trabajo de Grado: Exportación de Panela granula de el salvador a Madrid España</li> <li>Especialización Universidad Jorge Tadeo Lozano</li> <li>Gerencia Financiera</li> <li>Enero 2003 - Diciembre 2003</li> <li>Trabajo de grado: Análisis Financiera de una Cementera en Colombia</li> <li>Pregrado/Universitario Universidad Santo Tomás De Aquino - Sede Bogotá - Usta</li> <li>Economía</li> <li>Agosto 1991 - Julio 1999</li> <li>Inversión Japonesa en Colombia y su perspectiva</li> <li>Secundario COLEGIO NACIONAL SAN SIMÓN</li> <li>Enero 1981 - Diciembre 1988</li> <li>Primaria Escuela Rural Mixta Laureles</li> <li>Enero 1976 - Diciembre 1980</li> </ul>			
<b>Experiencia profesional</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO</li> <li>Dedicación: 24 horas Semanales Agosto de 2018 Diciembre de 2018</li> <li>Actividades de Investigación</li> <li>Investigación y Desarrollo - Título: En proceso de colocar el nombre Agosto 2018 Diciembre 2018</li> <li>servicio nacional de aprendizaje</li> <li>Dedicación: 40 horas Semanales Enero de 2014 de</li> </ul>			

A partir de la información recolectada gracias a las investigaciones y la tesis adelantada por el estudiante, se establece el guion del episodio.

No. Capítulo	5. Capítulo 5
Nombre de los conductores	Luna Camila Vega y Juan David Torres
Invitado	Javier Pinentel y Darlan Guaqueta

Guion			
Sección	Audio y video	Tiempo real	Tiempo concurrido
Inicio	Luna: Hola hola, esto es la paradoja	0"	17"
Presentación	Ambos conductores	17"	
Introducción	Luna: Introducción al tema y al invitado.	1'26"	4'54"
Yo soy	Juan: Introducción a la sección.  Profesores Javier Pinentel y Darlan Guaqueta: Presentación	4'54"	23'54"
Qué, cómo, cuándo y donde	Juan: Introducción a la sección.  <i>Proyecto a trabajar: Semilleros surgidos desde el el programa de contaduría</i>  Profesores Javier Pinentel y Darlan Guaqueta: Presentación Descripción del proyecto investigativo  Intervenciones de ambos conductores	23'54"	44'55"
Decidí investigar por...	Luna: Introducción a la sección. Profesores Javier Pinentel y Darlan Guaqueta: Descripción de su motivación por la investigación.	44'55"	50'19"
Consejos del invitado	Luna: Introducción a la sección  Profesores Javier Pinentel y Darlan Guaqueta: Consejos para los escuchas	50'19"	60'01"

¿Cómo contactar al invitado?	<b>Juan:</b> ¿Cómo contactar al invitado?  <b>Profesores Javier Pinentel y Darlan Guaqueta:</b> Descripción de medio de contactos	60'01"	60'04"
Agradecimientos	<b>Luna:</b> Agradecimiento al invitado	60'04"	60'04"
Despedida	<b>Ambos conductores:</b> Cierre del capítulo	60'04"	60'04"



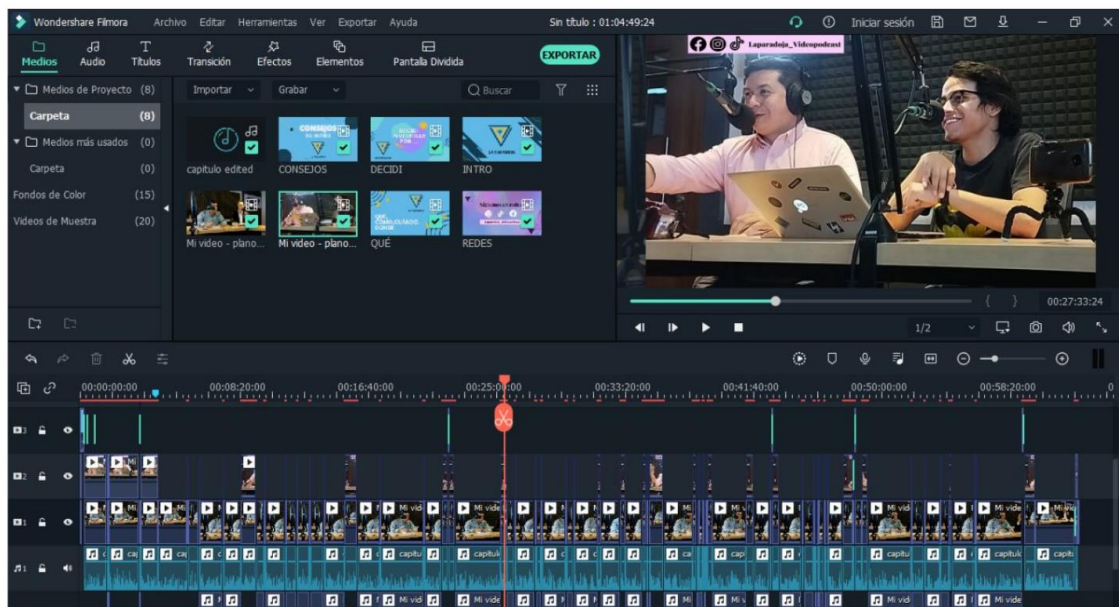
## Producción episodio 5:

Se toman recortes/pantallazos del episodio, y se comparte la fotografía final con el invitado del episodio



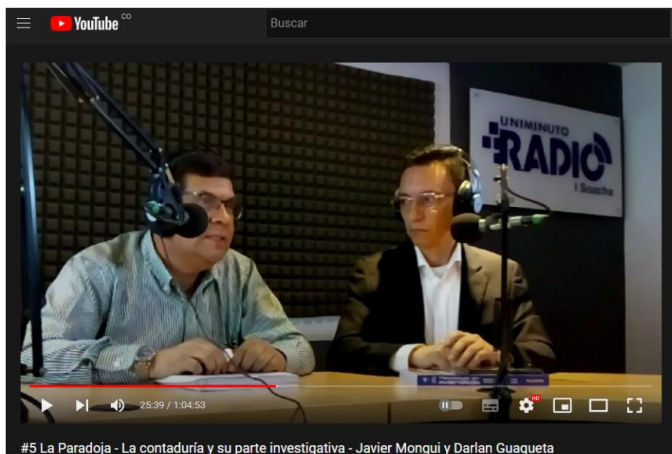
## Post producción episodio 5:

Una vez realizada la edición del episodio, se realiza una captura al proceso ya finalizado desde Wondershare, donde se evidencia todos los recortes y modificaciones que tuvo este antes de ser compartido.



## Difusión episodio 5:

Se realiza el respectivo alojamiento del episodio en las distintas plataformas de streaming, así como en las distintas redes sociales de La Paradoja para su proceso de difusión.



**5. QUINTO**

**DARLAN GUAQUETA**  
**JAVIER MONGUI**

NUEVO EPISODIO DE PÓDCAST

# #5 La Paradoja - La contaduría y su parte investigativa - Javier Mongui y Darlan Guaqueta

La paradoja - Saberes en investigación

25 oct · 1 hr 4 min

▶ ↓ + ⋮

**Descripción del episodio**

En el quinto episodio de La Paradoja, saliéndonos de nuestra zona de confort, y también de los invitados habituales, para esta ocasión tuvimos el placer de entrevistar a dos profesionales en contaduría, que nos hablaron de toda su experiencia investigativa en este campo, en cómo se da la contaduría desde la contaduría, y tamb... [ver más](#)

56

# Videopodcast La Paradoja



## #5 La Paradoja - La contaduría y su parte investigativa - Javier Mongui y Darlan Guaqueta

25 oct • 1:04:49

Este episodio se ha publicado y puede escucharse en cualquier lugar en el que esté disponible tu pódcast.

En el quinto episodio de La Paradoja, saliéndonos de nuestra zona de confort, y también de los invitados habituales, para esta ocasión tuvimos el placer de entrevistar a dos profesionales en contabilidad, que nos hablaron de toda su experiencia investigativa en este campo, en cómo se da la contabilidad desde la contaduría, y también nos contaron sobre los semilleros investigativos surgidos

amazon music INICIO PODCASTS BIBLIOTECA Buscar Iniciar Sesión

**5. QUINTO**  
**DARLAN GUAQUETA**  
**JAVIER MONGUI** LA PARADOJA

**#5 LA PARADOJA - LA CONTADURÍA Y SU PARTE INVESTIGATIVA - JAVIER MONGUI Y DARLAN GUAQUETA**  
 La paradoja - Saberes en investigación  
 Hoy • 1 hora 4 minutos

En el quinto episodio de La Paradoja, saliéndonos de nuestra zona de confort, y también de los invitados habituales, para esta ocasión tuvimos el placer de entrevistar a dos profesionales en contabilidad, que nos hablaron de toda su experiencia investigativa en este campo, en cómo se da la contabilidad desde la contaduría, y también nos contaron sobre los semilleros investigativos surgidos desde este campo de estudio.  
 — ¡Síguenos en redes sociales! Instagram : <https://www.instagram.com/laparadoja...> Facebook : <https://www.facebook.com/profile.php?...> Tiktok : [https://www.tiktok.com/@laparadoja\\_vi...](https://www.tiktok.com/@laparadoja_vi...)  
 — Send in a voice message: <https://anchor.fm/laparadojapodcast/message>

laparadoja\_videoodcast Soacha, Cundinamarca

laparadoja\_videoodcast En nuestro quinto capítulo hablamos con dos docentes de Contaduría Pública que nos contaron cómo es la investigación desde las ciencias administrativas 🙌  
 8 min

1 Me gusta  
 HACE 8 MINUTOS

Añade un comentario... Publicar

## Conclusión.

El presente producto comunicativo fue diseñado para marcar un precedente en la forma de divulgar ciencia desde la academia, por lo cual se espera que enseñando paso a paso todo el proceso de su realización, logre impactar en futuras investigaciones e innovar la forma de divulgar la ciencia.





## Realizadores

Los realizadores de este producto comunicativo son Luna Camila Vega Gutiérrez y Juan David Torres Munera, dos estudiantes de UNIMINUTO Centro Regional Soacha que en 2018 emprendieron el sueño de graduarse como profesionales en comunicación social y periodismo

Ambos apasionados por la radio y el mundo del podcasting que encontraron en la investigación que dió como fruto el videopodcast La Paradoja una forma de hacer lo que les apasiona y brindar su grano de arena para contribuir con el bien de la sociedad académica y del mundo de la ciencia.



## Colaborador

Detrás del proyecto se encontró el docente investigador Miguel Ángel Castiblanco, quien con más de 12 años de experiencia como maestro guió desde un inicio el proyecto. Una persona apasionada por la investigación que disfruta el método científico y contagiarle su gusto por la investigación a los estudiantes que pasan por su aula.

## **Capítulo V**

### **Resultados**

Con base a los análisis e interpretaciones obtenidos de los campos semánticos realizados desde los bloques temáticos, que fueron aplicados durante las entrevistas a los expertos y los estudiantes que permitieron comprender inicialmente un estado actual frente a lo que es hoy la divulgación científica, también se logró entender desde sus perspectivas y prospectivas qué se divisa para esta, y finalmente la viabilidad del producto comunicativo pensado para este proyecto, se obtienen los siguientes resultados:

### **1 – Realidades frente a la divulgación científica**

-El hábito de la lectura en la comunidad universitaria generalmente se está perdiendo, y esto obstruye la investigación, fundamentación y sustentación de las investigaciones y la divulgación científica

-Es necesaria la exploración de nuevas herramientas digitales surgidas desde la tecnología para lograr una conexión en presente y a futuro de la comunidad universitaria y el estudiantado, así mismo, con vistas a la evolución de la mano de la tecnología, se deben modernizar las formas presentar una investigación

-De la mano de los instrumentos surgidos de la tecnología, la inclusión social es necesaria para llegar a muchas más personas, y no solamente las habituales (comunidad universitaria). Esto ayudará al entendimiento y creación de aprendizaje.

-La atracción de nuevas audiencias del mundo de la investigación es vital para la divulgación científica académica, se deben entender las tendencias de la actualidad con proyectos que logren sensibilizar y se logren relacionar empáticamente con nuevos públicos.

### **2 – Perspectivas/prospectivas frente a la divulgación científica**

-Hace falta variedad en la naturaleza de los contenidos aceptados frente a la divulgación científica. Sus formas y dificultades provocan cansancio frente a los investigadores y audiencia. Hoy estas formas aceptadas tienen un "enemigo" que está en la

web y sus distintas plataformas de ocio, se debe ver y entender como un aliado en las dos últimas.

-Los investigadores deben gozar de incentivos que vengan desde las directivas Universitarias para que los proyectos sean más fructíferos. Estos incentivos se deben reflejar en materia monetaria, temporal y de personal destinado a la investigación.

-El sector investigativo debe estar en constante actualización, y debe involucrar a los estudiantes desde los inicios de las carreras a la investigación y la divulgación con el fin de formar profesionales con esta experticia.

### **3 – Viabilidad del videopodcast como recursos de divulgación científica académica.**

-El videopodcast se presenta como una herramienta de divulgación científica académica apropiada debido a su innovación y adaptación tecnológica, que rompe el esquema tradicional aceptado y se muestra de una forma más cercana a las audiencias según las tendencias de la actualidad.

-Gracias a su adaptación a la tecnología y distintas herramientas surgidas en los últimos tiempos, su capacidad de divulgación permite gracias a los contenidos llegar a muchas a más personas, fin principal de la divulgación científica

-Su forma de aplicarse no pierde rigurosidad frente las demás formas de divulgación científica aceptadas, suma empatía y genera lazos con los escuchas y los invitados de los programas, generando así nuevo y distinto público.

-Su capacidad de ser alojado en distintas plataformas provoca un fácil acceso a muchas más personas, lo que a su vez permite dar a conocer de manera más masiva las experiencias, investigaciones y hallazgos de los proyectos de cada uno de los invitados.

## **Capítulo VI**

### **Discusión y conclusiones**

Durante todo el trabajo investigativo previo, se recolectaron múltiples experiencias, teorías y hallazgos extraídos con base al análisis del proceso necesario para llevar a cabo una investigación de carácter científico académico, lo cual permitió a los investigadores generar una serie de conclusiones que abarcan y dan respuesta tanto al objetivo general como a los objetivos específicos estipulados al principio del proceso.

Referente al primer objetivo específico el cual buscó realizar una caracterización de anteriores experiencias exitosas de divulgación científica en contextos universitarios teniendo en cuenta sus audiencias, alcances, limitaciones y valores diferenciales se determinó que, a pesar de evidenciar experiencias previas exitosas, estas pudieron tener más alcance por medio de mejores herramientas ya sea de ejecución como de distribución.

En cuanto a su ejecución, el tono y manejo del lenguaje en el cual se ejecutaron diversos proyectos analizados al ser técnico y sin dinamismo genera un desinterés en su contenido, lo que puede llegar a consolidar el imaginario de lo tedioso que puede resultar consumir procesos investigativos. Durante la investigación realizada, se demostró que es posible divulgar procesos científicos académicos sin perder su rigurosidad pero manteniendo la atención del espectador por medio de una charla amena que permitiese empatizar con el investigador para así comprender mejor los motivos por los cuales realizó el proceso compartido en el programa, además, al añadir una serie de preguntas personales fue posible humanizar a los invitados del producto comunicativo y acercar la investigación a más personas. En la caracterización de trabajos previos relacionados se evidenció que entre más dinámico fuese el producto comunicativo, más alcance puede llegar a tener.

Ahora bien, referente a sus limitaciones, entre las experiencias analizadas se encontraron materiales de valor que al ser distribuidos por medio de radios universitarias perdieron alcance, ya que el modelo tradicional de radio requiere un horario específico de emisión y un tiempo limitado para consumo del material y aunque algunos de estos procesos

fuesen alojados posteriormente en la web, al ser pensados como contenido para emitir en vivo, pierden oportunidades de implementar herramientas de postproducción que complementasen y enriquecieran el contenido. En adición a lo anterior, los contenidos pensados para alojarse desde un inicio en línea fueron más fáciles de localizar y de analizar, lo que a su vez es signo de poseer un mayor alcance que aquellos pensados para la radio en vivo.

Otra de las limitaciones encontradas durante la caracterización de experiencias previas está asociada con la visibilización en línea del producto comunicativo realizado, factor de gran importancia en la actualidad, ya que, gracias al gran impacto de las redes sociales, estas se han convertido en una fuente de búsqueda de información relevante en la sociedad, por lo cual el estar o no presente en estas puede contribuir a llegar al público específico del contenido realizado o perderse en la inmensidad de la red. Por lo cual, participar activamente en redes sociales bajo una estrategia comunicativa previamente planteada ayudó a que el contenido realizado en el producto comunicativo titulado La Paradoja, tomase relevancia y se difundiera entre el sector de interés que buscó impactar. Demostrando así que el buen uso de las herramientas brindadas por las redes sociales puede contribuir a divulgar la ciencia en línea.

Se debe agregar que, en cuanto al contenido de las temáticas analizadas, la divulgación de la ciencia es entendida principalmente desde los campos de las ciencias exactas y naturales, dejando de lado por lo general a las ciencias humanas, dicha afirmación proviene de la diferencia en la cantidad de contenidos encontrados que fueron diseñados para divulgar ciencias exactas y naturales y aquellos para divulgar ciencias humanas. Por lo cual se encontró un espacio de innovación durante la caracterización realizada para crear más espacios para divulgar ciencia entendida también desde la arista humana.

Para finalizar con las conclusiones del primer objetivo específico, es necesario mencionar que, en la búsqueda de experiencias exitosas realizada, no fue posible encontrar

referentes de divulgación por medio de videopodcast aplicado en un entorno local, es decir que, el trabajo realizado fue pionero en implementar la herramienta del videopodcasting en la divulgación y visibilización de procesos investigativos de corte académico en Soacha y Bogotá.

Pasando al objetivo número dos, gracias a la construcción realizada de espacios de dialogo entre expertos, docentes investigadores y estudiantes, quienes ayudaron crítica y objetivamente a la creación y formación del videopodcast como una posibilidad de recurso comunicativo y divulgativo científicamente, se puede concluir que:

Inicialmente, para la realización de un producto que busque situarse como método de divulgación científica académica, este principalmente debe respetar la rigurosidad con la que ya cuentan los procedimientos aceptados para este proceso, pues ahí radica la importancia y responsabilidad que tienen los métodos ya aprobados a la hora de divulgar trabajos investigativos surgidos desde la academia y darles el valor e importancia que merecen cada uno de estos. De la misma manera, a la hora de aplicar la divulgación científica, los métodos empleados para su construcción deben constar de claridad, precisión, y objetividad, deben sumarle también a estos últimos un lenguaje comprensible y coherencia con el producto de divulgación científica académica finalmente compartido, esto facilita el entendimiento para la comunidad universitaria y agentes externos, lo que a su vez provoca el afianzamiento de antiguo y nuevo público.

La claridad en los productos de divulgación científica aceptados hoy es esencial para el mantenimiento de la audiencia a la que le apunta, el paso del tiempo, la tecnología y las herramientas llegadas con esta, ha provocado que el público prefiera hoy productos rápidos, principalmente sencillos de acceder y fáciles de entender, estos productos con ayuda de las TIC deben ser dotados de distintas motivaciones que inciten a la audiencia a quedarse y querer saber más del tema investigativo que se esté tratando, deben provocar expectativa a lo



que vendrá después, deben apuntar a mantener a su público habitual de la divulgación científica académica y la creación de un público activo y curioso por los temas de investigación. Así mismo, estos productos nacidos desde las TIC deben deshacerse de los tecnicismos y los ejemplos complicados de entender, deben familiarizarse con las tendencias de consumo hoy mostradas por la sociedad, y adaptarse y evolucionar según lo vaya marcando la tecnología y la sociedad.

Finalizando con la orientación y el entendimiento del segundo objetivo, es importante mencionar que los productos de divulgación científica académica deben provocar un impacto social. Comenzando por la búsqueda de la sensibilización de los temas tratados y explorados desde las investigaciones, deben apuntar a la generación de cambios y tendencias sociales para bien, de la misma manera la inclusión social debe ser atendido de forma más clara y activa, deben incluir y apropiarse de la mano de la tecnología, herramientas que permitan a todo público ser parte y sentirse identificado con lo comunicado, y siguiendo por la misma rama, debe acercarse más a toda la comunidad universitaria, y en caso tal, capacitar a esta para la generación de proyectos de investigación o productos de divulgación científica académica.

Por otro lado, atendiendo a lo encontrado desde el tercer objetivo específico al que apuntaba este proyecto, que no era otro que lograr la producción de un recurso comunicativo (videopodcast) que permitiera visibilizar los procesos de investigación científica académica desarrollados en UNIMINUTO CRS, se puede concluir que:

La creatividad fue factor primordial para la creación del recurso comunicativo empleado en el proyecto, para su realización se tuvo en cuenta el conocimiento adquirido durante la academia y durante la realización del proyecto investigativo, todo pensado desde un esfuerzo y pensamiento creativo por parte de cada uno de los involucrados. Se determinó que la creatividad e innovación hoy es importante para cualquier proceso de divulgación científica académica, pues esta favorece los potenciales ya existentes dentro de los aceptados

rigurosamente como productos de divulgación, y abre la posibilidad del uso de los recursos y herramientas tecnológicas como apoyo primordial para lo que busca finalmente la divulgación científica, y a su vez mejora, pensando desde la academia los procesos de enseñanza y aprendizaje.

El dinamismo que se imprimió en el recurso comunicativo del proyecto permitió concluir que este es crucial para atraer a la comunidad universitaria y también a agentes externos. Es importante el centrarse en distintos campos de investigación vigentes en la universidad y buscar el dinamismo en cada uno de los espacios que se dan con cada uno de estos, sin prestar importancia a la rama de estudio, esto permitió al proyecto acercarse de manera más significativa y humana a todos y cada uno de los trabajos y campos explorados, demostrando que los espacios creados para la divulgación científica, no solamente deben centrar su intención en presentar los resultados investigativos, también deben hablar de lo que hay detrás de la investigación, lo que hay detrás del estudio y del humano.

De la mano de la innovación, este proyecto permitió concluir que la divulgación científica debe buscar nuevos espacios y formas de emplearse, pues está siendo aquejada como lo fue el mundo de la comunicación y los medios, por las tantas redes sociales y espacios de ocio e información surgidos a lo largo de los años, la información hoy está a la orden del día y normalmente al alcance de la mano de cualquiera, el flujo de información es constante, y esto también ha traído consecuencias poco favorables para la divulgación científica académica, tanto en la calidad de la información que es compartida en los sitios web, como en la pérdida de importancia frente a estos sitios, pues son mucho más sencillos de encontrar y acceder. Así pues, se concluye que la divulgación científica debe innovar en sus formas de presentarse y exponerse ante la audiencia, debe adaptarse y apropiarse de las herramientas tecnológicas y divulgativas recientemente surgidas con el fin de resaltar en la web y generar mayor visibilización, fin principal de la divulgación científica. El recurso

comunicativo de este proyecto se basó en todo lo anterior para su presentación, concluyéndose como una forma de divulgación científica que toma todo lo que está bien en los procesos actualmente aceptados para esto, y que se apoya de la tecnología y herramientas que esta brinda para lograr su fin principal, dar a conocer de forma más significativa y cercana los proyectos investigativos surgidos desde UNIMINUTO CRS.

Finalmente, para dar cierre a las conclusiones encontradas a partir del objetivo general del proyecto que buscó explorar del videopodcast como recurso comunicativo en los procesos de divulgación científica académica desarrollados en UNIMINUTO CRS, cabe citar a Carrión (2019) cuando menciona que “los podcast son parte de estos objetos que pertenecen al ecosistema cultural del siglo XXI, representados por narrativas o producciones contemporáneas que están en el límite entre el arte y la comunicación” sumándole a lo mencionado por Scolari (2021) cuando habla del auge y relevancia del podcast en los últimos tiempos al decir que “la más importante (...) la razón económica: las empresas tecnológicas y las plataformas han visto un capital enorme en los asistentes personales, en los algoritmos de voz, en la difusión de música y audio series” resaltando esta herramienta, y la implementada en el proyecto (el videopodcast) con hoy más que importantes para la sociedad actual al momento de buscar y consumir información, convirtiéndose en una de las principales fuentes a la hora de hacerlo, de ahí la importancia de usarlo como instrumento para la divulgación científica.

En conclusión, el trabajo investigativo presentado demostró que el uso de nuevas herramientas tecnológicas puede favorecer para expandir los alcances de investigaciones científicas académicas rompiendo imaginarios y reinterpretando el significado de divulgar ciencia, creando un espacio que humaniza la investigación y los entes detrás de esta, dando una alternativa a los modelos tradicionales que cumplen con un lenguaje y un alcance rígido y preestablecido, generando espacios innovadores que pueden impulsar el contenido ofrecido

por la ciencia gracias a la comunicación. Ya que, según la aproximación de teorías y experiencias sobre el podcast en el mundo de la investigación, Galán (2018) afirmó que “Necesitamos plataformas de comunicación que permita que la comunidad investigadora se conozca y se reconozca más allá de canales tradicionales como el Congreso o el artículo científico.” (Pág. 1179). Mostrando una clara necesidad de que la forma de divulgar las investigaciones realizadas avance a la par con las herramientas novedosas que contribuyen a su expansión y reconocimiento. Dicho proceso, es ideal para el rol que cumple el comunicador social y periodista en la sociedad, ya que gracias a las múltiples facetas que puede adoptar, es compatible para comunicar hallazgos de investigaciones científicas desde la arista del periodismo científico; tal y como lo afirmó Briceño (2012) “se trata de tender un puente entre el mundo científico y el resto del mundo; es el canal que permite al público la integración del conocimiento científico a su cultura.” (Pág. 3). Al generar los recursos necesarios para que las audiencias se apropien del conocimiento científico, el comunicador social y periodista contribuye a la consolidación de nuevos espacios para brindar soluciones a situaciones específicas y a la sociedad en general.

### Referencias bibliográficas:

- Alonso, I., Gorina, A. & Martín, M. (2018). Gestión universitaria de la difusión y divulgación científica: Dos caras de una misma moneda. *Maestro y Sociedad*, 1(3), 151-166. <https://core.ac.uk/download/pdf/185266002.pdf>
- Alquerque Suárez, E, Cárdenas Almeida, J, Salinas Gamarra, H, Alquerque Suárez, E, Cárdenas Almeida, J y Salinas Gamarra, H. (2013). *Sin tinta radio: Estrategia de comunicación para la socialización de los productos radiofónicos de los estudiantes de comunicación social de la universidad Jorge Tadeo Lozano*, Universidad Tecnológica de Bolívar y Universidad de Cartagena. Universidad de Cartagena. <https://repositorio.unicartagena.edu.co/handle/11227/882>
- Álvarez-Risco, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>
- Arenas, Gómez (2013). *Las Rúbricas o Matrices de Valoración, Herramientas de Planificación e Implementación de una Evaluación por Desempeños*. *Revista UIS Ingenierías*, 12(1), 81-87. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6299666.pdf>
- Belenguer, M. (2003). *Información y divulgación científica: dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico*. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 9. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/44125/4-01.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Briceño, M. (2012). *La importancia de la divulgación científica*. *Revista Visión Gerencial*, 11(1), 3+.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A451149380/AONE?u=anon~6d2de160&sid=googleScholar&xid=7216b04b>

Caicedo moreno, L. M. (2017). *Plan De Divulgación Resultado Del Desarrollo De Proyectos De Investigación En El Marco Del Grupo De Comunicación*. [Tesis]. Universidad Autónoma de Occidente.

Cebrián Herreros, M. (2008). *La Web 2.0 como red social de comunicación e información*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 345-361.  
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110345A>

Dávila Newman, G., (2006). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales*. *Laurus*, 12(Ext), 180-205.  
de los medios de comunicación

Del-Campo-Cañizares, E. (2018). El podcast como medio de divulgación científica y su capacidad para conectar con la audiencia. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 347. <https://doi.org/10.14198/medcom2018.9.1.15>

Díaz Duarte, Norberto Fabian; Arciniegas Martínez, Ana Teresa. 2021. «*NODOS: una propuesta de investigación para divulgar los proyectos transmedia y multiplataforma realizados en Colombia entre 2009 y 2020*». *Artnodes*, n.º 28. UOC. [doi.org/10.7238/a.v0i28.386895](https://doi.org/10.7238/a.v0i28.386895)

Fair, Hernán (2010). *Una aproximación al pensamiento político de Michel Foucault*. *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 6(1),13-42.  
[fecha de Consulta 30 de agosto de 2022]. ISSN: 1870-2333. Disponible en:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72616110002>

Foucault, M. (2002). *La arqueología del saber*. Siglo XXI Ediciones.

Galán (2018). *La innovación en la comunicación científica: del podcast al screencast*. *Comunicación y Conocimiento: resúmenes del VI Congreso Internacional de laAE-IC*, 2018, ISBN 978-84-09-03393-5, págs. 1177-1186, 1177-1186.  
<http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/190084>

Gallego, J. (2010). *Podcasting: Distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica Española. [Tesis de doctorado, Universidad Complutense De Madrid]*

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/11205/1/T32070.pdf>

González Montero, E. M. (2021). *Caminos de la comunicación educación [Tesis]. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.*

<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/26172/GonzalezMonteroErikaMilady2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González, R. R. (2015, 7 julio). Divulgación científica en Internet. *Taller Servicio 24 Horas*. <http://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/2916>

Hernández Arteaga, I., Alvarado Pérez, J. C., & Luna, S. M. (2015). *Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación profesional*. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (44), 135-151.

JENKINS, Henry (2006): *Convergence culture: La cultura de la convergencia*

Lozano, M., Maldonado, J. (2010). *Estrategia Nacional De Apropiación Social de la Ciencia, La Tecnología y La Innovación*. 27/06/2022, de MINCIENCIAS. <https://minciencias.gov.co/cultura-en-ctei/apropiacion-social/definicion>

Martín-Romo, L.Catela, I (2020). *Las narrativas transmedia como oportunidad para la divulgación de las Humanidades: El caso del podcast «Videodrome»*. De la filosofía digital a la sociedad del video-juego. *Literatura, pensamiento y gamificación en la era de las redes sociales*, 2021, ISBN 978-84-1377-561-6, págs. 267-286, 267-286.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8054238>

Minciencias. (2010). *Apropiación Social del Conocimiento* 28/6/2022, de MINCIENCIAS Sitio web:

[https://legadoweb.minciencias.gov.co/programa\\_estrategia/apropiacion-social-del-conocimiento](https://legadoweb.minciencias.gov.co/programa_estrategia/apropiacion-social-del-conocimiento)

Minciencias. (2016). *Transferencia de conocimiento, una estrategia para potencializar la investigación*. 27/6/2022, de MINCIENCIAS Sitio web:

[https://minciencias.gov.co/sala\\_de\\_prensa/transferencia-conocimiento-una-estrategia-para-potencializar-la-investigacion](https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/transferencia-conocimiento-una-estrategia-para-potencializar-la-investigacion)

Minciencias. (s. f.). *Unidad de I+D+i de la empresa*. Recuperado 6 de septiembre de 2022, de

[https://minciencias.gov.co/portafolio/reconocimiento\\_de\\_actores/unidad-idi-la-empresa](https://minciencias.gov.co/portafolio/reconocimiento_de_actores/unidad-idi-la-empresa)

Monteros, M. J. E. D. L. (2021, 11 marzo). *Carlos A. Scolari: Los 'podcasts' están explorando los límites de la comunicación oral*. El País. Recuperado 25 de agosto de 2022, de

[https://elpais.com/elpais/2021/03/09/dias\\_de\\_vino\\_y\\_podcasts/1615276257\\_140958.html](https://elpais.com/elpais/2021/03/09/dias_de_vino_y_podcasts/1615276257_140958.html)

nytimes.com. (2019, 1 diciembre).

<https://www.nytimes.com/es/2019/12/01/espanol/opinion/un-nuevo-canon-cultural-en-diez-objetos.html>

Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología. (2020). *Indicadores de Ciencia y Tecnología Colombia 2019*.

<https://ocyt.org.co/Informeindicadores2019/indicadores-2019.pdf>

Pabón, R. (2017). *Apropiación social del conocimiento: una aproximación teórica y perspectivas para Colombia*. Educación y Humanismo, 20(34).

<https://doi.org/10.17081/eduhum.20.34.2629>



Parra Duque, C. & Riaño Peña, J. P. (2017). *El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios*. *Anagramas - rumbos y sentidos de la comunicación*, 15(30), 81-100.

<https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a4>

Piscitelli, Alejandro (2008). *Nativos digitales*. *Contratexto*, (16),43-56. [fecha de Consulta 26 de agosto de 2022]. ISSN: 1025-9945. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570667390008>

Podcaster noun - *Definition, pictures, pronunciation and usage notes* | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. (s. f.).

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/podcaster>

Rivas Torres, F. E. (2017). *La importancia de la Divulgación Científica en la investigación*. *Sapienza Organizacional*, 4–241.

<https://doi.org/10.29057/esat.v5i10.3276>

Robles, Bernardo (2011). *La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico*. *Cuicuilco*, 18(52),39-49. [fecha de Consulta 14 de Septiembre de 2022]. ISSN: 1405-7778. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35124304004>

Rodríguez, A. (2021). *El consumo de pódcast en Colombia: ¿ilusión o realidad?* Pontificada Universidad Javeriana.

Sánchez, M. C. (2013). *Divulgación científica en las emisoras universitarias de Bogotá diagnóstico y propuesta para el periodismo científico*. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/10554/14696>.

Santos, T. I. (2022). *podcast manual*. Marcombo.

Semir, D. V. & Revuelta, G. (2017). *Periodistas científicos. Corresponsales en el mundo de la investigación y el conocimiento (Manuales)*. Editorial UOC, S.L.

Scolari, Carlos (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*.

Vargas Cordero, Z. R. (2009). *La Investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica*. *Revista Educación*, 33(1), 155–165.

<https://doi.org/10.15517/revedu.v33i1.538>

**Anexos:****Links episodios La Paradoja, redes sociales y plataformas podcasting:****Episodios La Paradoja****-Enlace al canal YouTube:**

<https://www.youtube.com/channel/UCNFGGysO7Xop4v-WVI96CwA>

**Episodios:****Piloto**

[https://www.youtube.com/watch?v=XHPakUXGeAw&ab\\_channel=LaParadojaVideopodcast](https://www.youtube.com/watch?v=XHPakUXGeAw&ab_channel=LaParadojaVideopodcast)

**Ep1**

[https://www.youtube.com/watch?v=gYdED8Tizho&ab\\_channel=LaParadojaVideopodcast](https://www.youtube.com/watch?v=gYdED8Tizho&ab_channel=LaParadojaVideopodcast)

**Ep2**

[https://www.youtube.com/watch?v=SCaeUN5Vus&ab\\_channel=LaParadojaVideopodcast](https://www.youtube.com/watch?v=SCaeUN5Vus&ab_channel=LaParadojaVideopodcast)

**Ep3**

[https://www.youtube.com/watch?v=PmjpbB9OGL7g&ab\\_channel=LaParadojaVideopodcast](https://www.youtube.com/watch?v=PmjpbB9OGL7g&ab_channel=LaParadojaVideopodcast)

**Ep4**

[https://www.youtube.com/watch?v=mFF7k9ge7qU&t=1598s&ab\\_channel=LaParadojaVideopodcast](https://www.youtube.com/watch?v=mFF7k9ge7qU&t=1598s&ab_channel=LaParadojaVideopodcast)

**Ep5**

[https://www.youtube.com/watch?v=CU1hA8uKz18&ab\\_channel=LaParadojaVideopodcast](https://www.youtube.com/watch?v=CU1hA8uKz18&ab_channel=LaParadojaVideopodcast)

**-Enlaces a redes sociales:****Facebook:**

<https://www.facebook.com/laparadojavideopodcast>

**Instagram:**

[https://www.instagram.com/laparadoja\\_videopodcast/](https://www.instagram.com/laparadoja_videopodcast/)

**TikTok:**

[https://www.tiktok.com/@laparadoja\\_videopodcast](https://www.tiktok.com/@laparadoja_videopodcast)

**Enlaces a plataformas podcasting:**

**Anchor:**

<https://anchor.fm/laparadojapodcast>

**Spotify:**

<https://open.spotify.com/show/41yTSH2TfAFND2JBizhgZA>

**Google Podcast:**

<https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3luZm0vcy9iYzU1MGMzYy9wb2RjYXN0L3Jzcmw>

**Amazon Music**

<https://music.amazon.es/podcasts/aa12faee-81d4-4d53-b386-73b5c9616521/la-paradoja--saber-en-investigaci%C3%B3n>

## Tablas de caracterización

### Tabla 9

*Cuadro de caracterización de trabajos previos*

<b>Cuadro de caracterización</b>		
<b>Universidad: Universidad de los Andes</b>		
<b>Programa: Shots de ciencia</b>		
<b>Estructura del formato</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Tiempo de duración de cada episodio</b>	Ya que el podcast cuenta con diferentes mini programas dentro del mismo, la duración de sus capítulos ha llegado a ser de 2 minutos a 1 hora con 13 minutos, aun así, la mayoría ronda los 45 minutos.	
<b>Secciones que maneja el programa</b>	El podcast no cuenta con secciones predeterminadas, ya que su propósito es tener una charla informal sobre distintos temas de carácter científico.	

<b>Pautas Institucionales</b>	Al finalizar el programa, se invita al oyente a seguirlos en redes sociales.	
<b>Emisión - ¿Con qué regularidad se transmite el programa?</b>	La emisión no es de carácter periódico, ni en cantidad de semanas, ni en días de publicación.	
<b>Contenido que difunde</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Lenguaje que se maneja durante el programa</b>  <b>Estructura del temario que se usa</b>	El lenguaje de todo el podcast y sus derivados transmedia, son de carácter informal y coloquial.	
<b>Vigencia en los contenidos a tratar</b>	Los temas que tratan suelen ser de actualidad.	
<b>Pertenencia disciplinar – involucrados principales del programa</b>	Los hosts del programa cuentan con pregrados y postgrados en el área de las ciencias y del periodismo científico.	
<b>Profundidad que se maneja en los contenidos traídos al programa</b>	Dependiendo de la temática particular del capítulo, se profundiza en	

	los contenidos científicos, sin perder su esencia amena y entendible para todo el público.	
<b>Realidad y alcances de ayer a hoy</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Promoción y acceso del producto a nivel multimedia</b>	El podcast se encuentra disponible en las plataformas de podcast más conocidas, además de contar con una página web y diversas redes sociales que direccional al interesado a diversas plataformas del podcast.	
<b>Cobertura y público objetivo</b>	El público objetivo del proyecto, son todas aquellas personas interesadas en conocer más sobre el mundo entendido desde la ciencia.	
<b>Visibilidad del formato para la institución que lo promueve</b>	Al tratarse de un proyecto transmedia, desde las diferentes redes sociales como Instagram,	

	TikTok, y demás es posible encontrar el podcast.	
<b>¿Capacidad de difusión del producto?</b>	Por medio de sus cuentas en Instagram, Facebook, Twitter, TikTok y YouTube es posible interconectarse las unas con las otras, lo que permite que el oyente encuentre de forma accesible el proyecto dependiendo de sus gustos y predilecciones en la red.	
<b>Conexión multimedia</b>	La conexión con otros medios es vital para el podcast, ya que por su naturaleza transmedia se complementa con el contenido creado en otras redes.	Aun así, el contenido de cada red social es válido por sí mismo.



**Tabla 10***Cuadro de caracterización de trabajos previos*

<b>Cuadro de caracterización</b>		
<p><b>Universidad:</b> Universidad del Rosario – Todo es ciencia (Estrategia de divulgación de la comunicación pública de la ciencia, tecnología e innovación)</p> <p><b>Emisora:</b> U Rosario Radio</p> <p><b>Programa:</b> La Curva</p>		
<b>Estructura del formato</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Tiempo de duración de cada episodio</b>	Cada capítulo del podcast cuenta con una duración de 26 a 30 minutos	
<b>Secciones que maneja el programa</b>	<p>-Inicio:</p> <p>Introducción pregrabada con la mención a los realizadores, nombre del proyecto, propósito, y llamado a seguirlos en redes sociales.</p> <p>-Introducción al tema: Se menciona el tema principal a tratar, qué número de capítulo es y se</p>	

	<p>da la bienvenida al escucha.</p> <p>-Inicio del programa de parte de la conductora habitual, que llama a la comunidad escucha a participar activamente por medio de preguntas que serán resueltas en el programa.</p> <p>-Preguntas por parte de los oyentes sobre el tema del capítulo.</p> <p>-Presentación al invitado experto en el área particular de cada capítulo, se menciona sus estudios y trabajos destacados.</p> <p>-Desarrollo: La conductora del programa realiza una serie de preguntas al invitado basadas en las dudas que los oyentes compartieron.</p>	
--	---	--

	<p>-Despedida: Se da cierre al programa agradeciendo al invitado, invitando al oyente a seguir el trabajo del invitado, a que participe activamente en el programa por medio de preguntas a resolver en futuros capítulos.</p> <p>-Finalización: Introducción pregrabada con la mención a los realizadores, nombre del proyecto, propósito, y llamado a seguirlos en redes sociales.</p>	
<p><b>Pautas Institucionales</b></p>	<p>A lo largo de los capítulos se encuentran de 4 a 5 pautas institucionales que llaman al oyente a seguirlos en redes sociales</p>	<p>Estas interrupciones por lo general se ubican en el lapso de un tema a otro, sin embargo, también han llegado a interrumpir abruptamente la conversación y se pierde naturalidad.</p>

<p><b>Emisión - ¿Con qué regularidad se transmite el programa?</b></p>	<p>4 de los 5 capítulos pertenecientes a la primera temporada del programa se emitieron miércoles, mientras que el último capítulo, salió al aire un martes.</p> <p>En cuanto a la periodicidad, del primer capítulo al último hay una diferencia de 125 días, es decir, poco más de 4 meses, publicando así el programa de forma irregular.</p>	
<p><b>Contenido que difunde</b></p>		<p><b>Observaciones</b></p>
<p><b>Lenguaje que se maneja durante el programa</b></p> <p><b>Estructura del temario que se usa</b></p>	<p>El lenguaje que manejan es ameno, accesible, fresco, y en algunos momentos, coloquial.</p>	
<p><b>Vigencia en los contenidos a tratar</b></p>	<p>Al tratarse de un podcast centrado en el impacto del Covid-19 en</p>	<p>A pesar de lo anterior, son contenidos aun validos a</p>

	diferentes ámbitos de la sociedad, en el momento de la publicación de los capítulos los temas tratados eran de actualidad.	la hora de entender los sucesos de los últimos años.
<b>Pertenencia disciplinar – involucrados principales del programa</b>	La encargada del programa cuenta con estudios en virología, lo que la hace pertinente a la hora de hablar de la pandemia por covid-19. Así mismo, todos los invitados del programa son expertos en el campo a tratar, los cuales son muy diversos, dando paso a la interdisciplinaridad.	
<b>Profundidad que se maneja en los contenidos traídos al programa</b>	No se suele profundizar en los contenidos a tratar, se da un vistazo general y se resuelven dudas desde una perspectiva más superficial.	A pesar de que no se ahonde en las respuestas, no se pierde el impacto que estas poseen.
<b>Realidad y alcances de ayer a hoy</b>	<b>Observaciones</b>	

<p><b>Promoción y acceso del producto a nivel multimedia</b></p>	<p>El podcast está disponible tanto en el repertorio de podcast de la U Rosario Radio como en 8 plataformas de podcast.</p>	
<p><b>Cobertura y público objetivo</b></p>	<p>El público objetivo es todo aquel ciudadano que se interese en comprender distintos factores relacionados a la pandemia del covid-19, así mismo también va dirigido a aquellos que desean resolver diferentes dudas del tema central.</p>	
<p><b>Visibilidad del formato para la institución que lo promueve</b></p>	<p>El podcast se puede entrar en el repositorio de la U Rosario Radio, además de contar con 3 artículos que lo mencionan publicados en la página del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.</p>	
<p><b>¿Capacidad de difusión del producto?</b></p>	<p>A lo largo del podcast, se mencionan los</p>	<p>En Instagram, Facebook y YouTube el</p>

	<p>nombres de usuarios de 4 diferentes redes sociales, aun así, al momento de consultarlas, estos nombres de usuario no aparecen, ya que se ha cambiado el nombre de la mayoría para dar paso a nuevos proyectos.</p>	<p>nombre fue cambiado de “Todo es ciencia” a “Estrategia de Divulgación de la CTel”</p> <p>Mientras que en Twitter aún conserva el nombre de usuario, pero no posee contenido alguno.</p>
<p><b>Conexión multimedia</b></p>	<p>El podcast jamás contó con redes sociales propias, ya que al ser una alianza entre MinCiencias y la Universidad del Rosario su identidad en redes sociales pertenecía al proyecto “Todo es ciencia” por lo que no es de fácil acceso en redes sociales.</p>	

**Tabla 11***Cuadro de caracterización de trabajos previos*

<b>Cuadro de caracterización</b>		
<b>Universidad:</b> Universidad Pedagógica Nacional		
<b>Emisora:</b> La Pedagógica Radio		
<b>Programa:</b> Conciencia y Tecnología UPN		
<b>Estructura del formato</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Tiempo de duración de cada episodio</b>	Este programa tiene una duración promedio de 1 hora a 1 hora y 5 minutos. Siempre ronda los mismos minutos, con cualquier tema que traten dentro de este.	
<b>Secciones</b>	-Cuenta con sección musical  -Pausa institucional: comerciales de los programas de radio de la U, comentan ayudas a estudiantes y maestros, hablan de buenos hábitos universitarios  -Sección de noticias de ciencia	



<p><b>Pautas</b></p> <p><b>Institucionales</b></p>	<p>-Durante el inicio del programa</p> <p>-Durante la pausa institucional</p> <p>-Al final del programa</p>	
<p><b>Emisión - ¿Con qué regularidad se transmite el programa?</b></p>	<p>El programa se emite semanalmente, los miércoles y jueves</p>	<p>No suelen tener regularidad en el momento de montar los programas a las plataformas, si bien tienen estipulado ese horario.</p>
<p><b>Contenido que difunde</b></p>		<p><b>Observaciones</b></p>
<p><b>Lenguaje que se maneja durante el programa</b></p> <p><b>Estructura del temario que se usa</b></p>	<p>El programa, en un principio se maneja de manera muy tranquila y agradable, inclusive manejando cierto humor; esto con el fin de hacerse más cercano para los escuchas, (pensando en los temas que se tratarán posteriormente) y también con el invitado, con el fin de poder pasar luego al</p>	

	<p>tema fuerte a tratar, que son sus investigaciones y logros. Luego de superar esta primera fase, y pasar entonces a abarcar los temas investigativos del programa o del invitado, el podcast pasa a usar tecnicismos, algunos bastante confusos que no podrían ser fácilmente comprendidos.</p>	
<p><b>Vigencia en los contenidos a tratar</b></p>	<p>Los distintos programas que tienen normalmente están a la vanguardia, y se tratan temas de actualidad o de proyectos en vigencia</p>	<p>Puede llegar a quedar algo desactualizado, cuando abarcan proyectos que llevan mucho tiempo en vigencia, y se van a los comienzos de estos.</p>
<p><b>Pertenencia disciplinar – involucrados principales del programa</b></p>	<p>Dado que trata normalmente temas de actualidad, los estudiantes están normalmente involucrados en ellos, pero también se traen expertos sobre los distintos temas,</p>	

	con más años de experiencia.	
<b>Profundidad que se maneja en los contenidos traídos al programa</b>	No suelen profundizar en los contenidos, el experto apenas da una perspectiva	Los hosts del programa no intentan ir más allá cuando se trata algún tema de interés.
<b>Realidad y alcances de ayer a hoy</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Promoción y acceso del producto a nivel multimedia</b>	Cuenta con la plataforma radial de la Universidad, donde está todo muy ordenado para buscar el programa.	
<b>Cobertura y público objetivo</b>	El público objetivo es la comunidad universitaria, pero también busca llegar a todos aquellos que se interesen en todos los temas que se tratan durante los distintos programas	
<b>Visibilidad del formato para la institución que lo promueve</b>	Se hace mediante la página web de la radio de la universidad, página que también está linkeada con	

	las demás redes de la Universidad	
<b>¿Capacidad de difusión del producto?</b>	Tienden a ser muy ordenados con los programas establecidos en la radio universitaria, por lo que cada uno cuenta con su red social de Instagram, y en esta se puede evidenciar cierta interacción de su público en cada publicación que se hace	
<b>Conexión multimedia</b>	Las redes sociales universitarias, las redes la radio, la radio universitaria y también la plataforma de Spotify	

**Tabla 12***Cuadro de caracterización de trabajos previos*

<b>Cuadro de caracterización</b>		
<b>Universidad:</b> Universidad distrital Francisco José de Caldas		
<b>Emisora:</b> LAUD 90.4 FM		
<b>Programa:</b> Con-Ciencia		
<b>Estructura del formato</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Tiempo de duración de cada episodio</b>	El tiempo de duración del programa es de una hora, a una hora y 3 minutos.	
<b>Secciones que maneja el programa</b>	-Noticias: cada host (tienen 3 host) lleva una noticia de ciencia, la expone y la charlan brevemente  -Sección de invitado, primero lo presentan brevemente y luego comienzan la charla/entrevista	
<b>Pautas Institucionales</b>	Cuenta con pauta de la radio universitaria y del programa radial al	

	inicio y al final de cada episodio	
<b>Emisión - ¿Con qué regularidad se transmite el programa?</b>	El programa se emite semanalmente, cada miércoles a la 1:30 pm	
<b>Contenido que difunde</b>		<b>Observaciones</b>
<p><b>Lenguaje que se maneja durante el programa</b></p> <p><b>Estructura del temario que se usa</b></p>	<p>En el podcast, al comenzar su sección de presentación con el invitado, se maneja lenguaje normal, amable y cercano, en búsqueda de generar afinidad con el invitado y con los escuchas.</p> <p>Una vez terminan la presentación e introducción del invitado, pasan a profundizar en los distintos logros del invitado, y profundizan sobre algunos de manera significativa, es en este momento en que comienzan a hablar con más tecnicismos.</p>	

<p><b>Vigencia en los contenidos a tratar</b></p>	<p>Se abordan temas de actualidad, y los invitados siguen aún hoy en vigencia de los distintos temas que exploran</p>	
<p><b>Pertenencia disciplinar – involucrados principales del programa</b></p>	<p>Cuenta con tres host, dos de ellos estudiantes y el otro es el profesor del campo radial, por lo que se dominan temas de actualidad y también temas de pasado</p>	
<p><b>Profundidad que se maneja en los contenidos traídos al programa</b></p>	<p>Al comienzo de las entrevistas se hace una breve revisión de la experiencia, una vez que lo han hecho, ya ahondan en los distintos temas de manera significativa</p>	
<p><b>Realidad y alcances de ayer a hoy</b></p>		<p><b>Observaciones</b></p>
<p><b>Promoción y acceso del producto a nivel multimedia</b></p>	<p>Se expone en la plataforma radial de la universidad, y cuenta con un calendario que expone</p>	

	<p>cada uno de los programas radiales, donde es posible encontrarlo de manera sencilla</p>	
<p><b>Cobertura y público objetivo</b></p>	<p>El público objetivo son los interesados en los distintos profesionales y temas a tratar de los invitados del programa</p>	
<p><b>Visibilidad del formato para la institución que lo promueve</b></p>	<p>Usan la página web para exponer el programa. No tienen una imagen específica del programa, ni tampoco se promociona individualmente.</p>	
<p><b>¿Capacidad de difusión del producto?</b></p>	<p>No cuenta con redes sociales individuales, y no se difunde en otras plataformas podcasting, solamente se monta la plataforma radial de la universidad y también en la plataforma de YouTube, de la cual se puede</p>	<p>La universidad no cuenta con una red social aparte para la radio universitaria, y hacen pocas publicaciones para promocionar la radio y los programas existentes en esta</p>



	observar que tiene poco o nada de interacción	
<b>Conexión multimedia</b>	Solamente se encuentra en la plataforma radial de la universidad y en la plataforma de YouTube	

**Tabla 13**

*Cuadro de caracterización de trabajos previos*

<b>Cuadro de caracterización</b>		
<b>Universidad: Sergio Arboleda</b>		
<b>Emisora: La Sergio Radio</b>		
<b>Programa: Hablando Hipotéticamente</b>		
<b>Estructura del formato</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Tiempo de duración de cada episodio</b>	Los episodios de este podcast suelen ser muy variables, pueden ser desde 20 minutos, hasta 50 minutos, esto depende directamente del tema que se traten en cada una de las emisiones, y de la	

	extensión que dé de charla el invitado	
<b>Secciones que maneja el programa</b>	<p>-Pauta sobre el programa (dan solamente nombre del host principal, y se indica el eslogan del misma en la pauta)</p> <p>-Introducción al tema</p> <p>-Cortinilla para el invitado (ponen una breve cortinilla del programa)</p> <p>-Introducción del invitado, hablan brevemente de sus logros y trayecto</p> <p>-Charla con el invitado</p> <p>-Promoción de los desarrollos y creaciones del invitado</p> <p>-Despedida y agradecimientos</p>	A partir de una pregunta, el invitado comienza una charla sin intervención del host, se abren los micrófonos para él

<p><b>Pautas</b></p> <p><b>Institucionales</b></p>	<p>No cuenta con pautas institucionales</p>	<p>Solamente se sabe de la institución cuando la mencionan durante el programa</p>
<p><b>Emisión - ¿Con qué regularidad se transmite el programa?</b></p>	<p>Según la revisión de las plataformas en las que es publicado este programa, no tiene una regularidad establecida.</p>	<p>Esto se puede evidenciar desde las plataformas en las que es publicado el programa, pues la emisión de episodios se hace sin ningún cronograma específico, puede ser semanal, quincenal o mensual.</p>
<p><b>Contenido que difunde</b></p>		<p><b>Observaciones</b></p>
<p><b>Lenguaje que se maneja durante el programa</b></p> <p><b>Estructura del temario que se usa</b></p>	<p>En un comienzo del programa, los hosts de este hablan de manera amable, cercana y coloquial con la audiencia, más se hace de una manera muy breve, antes de comenzar la intervención del invitado.</p> <p>La intervención del invitado se torna bastante extensa, sin rebote de</p>	

	<p>dialogo y con bastantes tecnicismos</p>	
<p><b>Vigencia en los contenidos a tratar</b></p>	<p>No tratan temas de actualidad, normalmente solo tratan la trayectoria, con vistas al pasado de todos los invitados que traen al programa.</p>	
<p><b>Pertenencia disciplinar – involucrados principales del programa</b></p>	<p>Los involucrados son estudiantes y maestros de la institución. También se involucran todos los expertos/invitados que se traen al programa</p>	
<p><b>Profundidad que se maneja en los contenidos traídos al programa</b></p>	<p>La profundidad es alta, pues una vez que en el programa se da la bienvenida al invitado, realizan una breve mirada a su trayectoria, y posteriormente le dan la palabra al invitado sin rebote de dialogo, sin intervenciones y sin</p>	<p>El hecho de darle la palabra al invitado, y no realizar el programa de una manera más amable a los escuchantes, provoca que el producto se haga bastante tedioso y aburrido, pues no tiene ningún tipo de novedad y distinción que haga querer volver a escucharlo de vuelta.</p>

	interrupciones de los conductores del podcast, tornándose monótono	
<b>Realidad y alcances de ayer a hoy</b>		<b>Observaciones</b>
<b>Promoción y acceso del producto a nivel multimedia</b>	<p>Este programa se expone en la plataforma radial de la Universidad, también cuenta con una página web creada desde la Universidad, donde se exhiben todos los productos de esta clase, y ahí se puede encontrar.</p> <p>También se puede encontrar en distintas plataformas destinadas al podcasting como: Spotify, Ivoox, speaker, apple podcast y Google podcast</p>	
<b>Cobertura y público objetivo</b>	<p>El público objetivo del programa es en general la Comunidad Universitaria, y todos aquellos con especial</p>	

	<p>interés en los temas específicos que se traten en sus diferentes episodios.</p>	
<p><b>Visibilidad del formato para la institución que lo promueve</b></p>	<p>Se expone en la plataforma radial de la Universidad, también cuenta con una página web creada desde la Universidad, donde se exhiben todos los productos de esta clase, aquí es posible encontrar el programa con su respectivo resumen y episodios de manera ordenada y accesible, estos también se pueden encontrar en las distintas plataformas podcasting.</p>	
<p><b>¿Capacidad de difusión del producto?</b></p>	<p>Cuenta con una alta capacidad de difusión, esto gracias a su exposición desde la página web universitaria, y gracias a la página creada dedicada</p>	<p>La promoción que se hace desde las redes sociales no es estrictamente del programa, sino de la radio universitaria.</p>

	<p>solamente a los podcasts universitarios, además del hecho de que el programa se difunde en distintos portales destinados al podcast. Por otro lado, la Universidad también lo promociona regularmente desde las redes sociales</p>	
<p><b>Conexión multimedia</b></p>	<p>La conexión multimedia se puede hallar en este programa desde la página web destinada a los podcasts creados desde la Universidad, y de esta se puede ir directamente a todas las plataformas podcasting en las que el podcast es emitido. Desde el programa, se promocionan redes sociales de la universidad.</p>	

## Continuación de la Tabla 8

### Parrilla contenido redes sociales

FECHA	RED SOCIAL	TIPO DE PUBLICACIÓN	TEXTO EN LA PIEZA (COPY)	TEXTO DE ACOMPAÑAMIENTO
Miércoles 12 de Octubre	Instagram + Facebook	Ecard	Pieza de portada del capítulo piloto – Miguel.	¡Portada oficial del episodio piloto de la paradoja! Comenzamos con Miguel Ángel Castiblanco, quien nos contará de toda su experiencia investigativa 📸
Miércoles 12 de Octubre	TikTok	Video	Fragmentos inicio + intervenciones piloto – Miguel.	Aquí unos consejos de Miguel Ángel Castiblanco para aquellos que quieran acercarse a la investigación 🎧🎧🎧
Miércoles 12 de Octubre	Instagram + Facebook	Foto	Captura pantalla videopodcast - Cap. Piloto – Miguel.	¿Ya escuchaste el episodio piloto de La Paradoja? Puedes escucharlo en YouTube, Spotify y las demás plataformas podcasting 🎧🎧
Jueves 13 de Octubre	Instagram + Facebook	Carrusel	Pieza 1: En la paradoja somos (Desliza) Pieza 2: 2 Estudiantes de comunicación social y periodismo - Luna Vega y Juan Torres Pieza 3: En cada capítulo tenemos un invitado especial (Piloto) Miguel Ángel Castiblanco - Pieza 4: Y la estrella del programa - La	La Paradoja Un videopodcast pensado para divulgar proyectos investigativos creados desde UNIMINUTO CRC. 📺 Realizado por dos estudiantes de Comunicación 🗣️👤 ¡Cada episodio cuenta con un invitado especial con gran experiencia en investigación! 🎧 La investigación científica, es la gran estrella de nuestro videopodcast ★



			investigación científica académica.	
Jueves 13 de Octubre	TikTok	Video	Fragmento interesante intervención Miguel.	¿Ya escuchaste el episodio piloto de La Paradoja? Aquí te dejamos un fragmento de Miguel Ángel Castiblanco, escúchanos en las distintas plataformas podcasting. 🎧
Viernes 14 de Octubre	Instagram + Facebook	Foto	Captura pantalla videopodcast - Cap. 1 – Nubia.	¡Aquí está el primer episodio oficial de La Paradoja! ▲ Nuestra primera invitada oficial es Nubia Marcela Gómez, licenciada en Pedagogía Infantil, quien nos contó de ella, de su experiencia investigativa y gran trabajo junto a los niños y niñas de Soacha
Viernes 14 de Octubre	TikTok	Video	Fragmentos inicio + intervenciones cap. 1 "En el primer capítulo de la paradoja..."	Ella es Nubia Marcela Gómez, licenciada en Pedagogía Infantil, quien nos contó sobre su vida, sus distintos trabajos investigativos, y de la importancia de trabajar con la comunidad 👥
Sábado 15 de Octubre	Instagram + Facebook	Ecard	Pieza de portada del capítulo 1 – Nubia.	Nuestro primer episodio oficial de La Paradoja ya se encuentra en YouTube y en todas las plataformas podcasting. ¡Míranos o escúchanos! 📺 🎧

Sábado 15 de Octubre	Instagram + Facebook	Foto	Foto conductores en la cabina radial.	Juan y Luna, dos estudiantes de Comunicación, quienes buscan que la divulgación científica sea algo más cercano para la Comunidad Universitaria 🎧📺
Sábado 15 de Octubre	TikTok	Video	Cómo es un día de grabación.	¿Qué se hace antes de grabar un episodio de La Paradoja? ¡Míralo aquí! 🎧📺🎧📺
Domingo 16 de Octubre	Instagram + Facebook	Ecard	Pieza de portada del capítulo 2 – Fabio.	¡Nuestro segundo invitado en La Paradoja! Él es Fabio Martínez, docente de diseño y Coordinador del programa de Comunicación Social. Nos contó sobre su experiencia investigativa, sobre sus proyectos personales, y sobre el cómo interviene el diseño en el mundo de la investigación, y la divulgación 🎧📺
Domingo 16 de Octubre	Instagram + Facebook	Foto	Foto Fabio y conductores.	¿Ya escuchaste el segundo episodio de La Paradoja? Fabio Martínez nos acompañó y nos contó de toda su experiencia en el mundo del diseño, de las necesidades de la innovación en la divulgación y el cómo desde el diseño se pueden hacer procesos distintos.

Domingo 16 de Octubre	TikTok	Video	Cabina Tour.	¡Aquí es donde se hace la magia! ¡Aquí se crea La Paradoja! Conoce la cabina radial de UNIMINUTO sede Soacha 🗣️🎧
Lunes 17 de Octubre	Instagram + Facebook	Ecard	Síguenos en TikTok como... La Paradoja Videopodcast.	¡A La Paradoja también la puedes encontrar en TikTok! Encuentra algunos de los fragmentos más interesantes de todas nuestras entrevistas 🎧🎧🎧
Lunes 17 de Octubre	TikTok	Video	En el cap. 2 de la paradoja... Cap. 2 – Fabio.	El segundo episodio de La Paradoja lo puedes encontrar en YouTube, en Spotify y en todas las plataformas podcasting. ¡Escúchanos! 🎧🔊
Martes 18 de Octubre	Instagram + Facebook	Foto	Foto con Víctor y conductores.	¡Este es el tercer invitado oficial de La Paradoja! Se trata de Víctor Conejo, profesor de comunicación que nos contó sobre su trabajo de maestría y todo aquello que encontró durante las marchas del 28A del 2021
Martes 18 de Octubre	Instagram + Facebook	Ecard	Pieza de portada del capítulo 3 – Víctor.	¿Ya escuchaste el tercer episodio de La Paradoja? Tuvimos como invitado al profesor Víctor Conejo, él nos contó sobre él, sobre su experiencia y sobre el trabajo que adelantó desde UNIMINUTO como maestría.

Martes 18 de Octubre	TikTok	Video	En el cap. 3 de la paradoja... Cap. 3 – Víctor.	Una de las intervenciones de nuestro último invitado en La Paradoja, ¿ya escuchaste el episodio?
Miércoles 19 de Octubre	Instagram + Facebook	Foto	Foto cabina de grabación.	¡Aquí es donde se hace la magia para La Paradoja!
Miércoles 19 de Octubre	TikTok	Video	Cómo es editar un cap. de la paradoja.	Aquí un poco de la parte edición. Luego de que se graba cada episodio, viene un trabajo arduo de edición 😊➡️
Jueves 20 de Octubre	Instagram + Facebook	Ecard	Pieza de portada del capítulo 4 - Juan Carlos.	Este es el 4 episodio de La Paradoja Él es Juan Fonseca, estudiante de Psicología de UNIMINUTO CRS quien también nos contó su experiencia investigativa y el trabajo de tesis que está adelantando
Viernes 21 de Octubre	TikTok	Video	En el cap. 4 de la paradoja... Cap. 4- Juan Carlos.	En La Paradoja hay espacio para todos los investigadores que hagan parte de UNIMINUTO, por eso nuestro 4 invitado es un estudiante de psicología que nos contó de toda su experiencia universitaria, y de sus logros en la tesis que se encuentra adelantando.
Sábado 22 de Octubre	Instagram + Facebook	Foto	Foto Juan Carlos y conductores.	Nuestra fotografía con Juan Fonseca, el 4 invitado oficial de La Paradoja

Lunes 24 de Octubre	Instagram + Facebook	Ecard	La paradoja - Video podcast de divulgación científica académica desde UNIMINUTO Sede Soacha - Martes y Jueves (Logos podcast y YouTube).	¡Esto es La Paradoja! Un videopodcast nacido desde UNIMINUTO CRS que busca acercar más la divulgación científica a la Comunidad Universitaria.
Martes 25 de Octubre	Instagram + Facebook	Foto	Foto Darlan y Javier con conductores.	Nuestros invitados del episodio número 5 de La Paradoja, dos investigadores que llegan desde el programa de contaduría de UNIMINUTO CRS
Martes 25 de Octubre	TikTok	Video	En el cap. 5 de la paradoja... Cap. 5 - Darlan y Javier.	Nuestro invitado ___ nos cuenta sobre el cómo lograr atraer a los estudiantes de UNIMINUTO CRS para unirse a los semilleros de investigación.
Martes 25 de Octubre	Instagram + Facebook	Ecard	Pieza de portada del capítulo 5 - Darlan y Javier.	¿Ya escuchaste el 5 episodio de la Paradoja? Recuerda que puedes encontrarnos en todas las plataformas de streaming de podcast y en YouTube, ¡te esperamos!
Jueves 27 de Octubre	TikTok	Video	Nosotros yendo a entregar el archivo final de nuestro trabajo de grado - Despeinados-Sin dormir.	Lo hemos logrado... □