

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche Grado en
Comunicación Audiovisual
Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2024-25



Modalidad: Estudio descriptivo

Título: Estudio piloto sobre la relación entre el consumo de podcasts y el bienestar psicológico en jóvenes adultos

Autor: Carmen González Romero

DNI:

Tutor: Álvaro García del Castillo López

Índice

<i>Resumen</i>	2
<i>Introducción</i>	4
Objetivos del estudio.....	8
<i>Método</i>	9
Diseño y participantes.....	9
Procedimiento	11
Variables e instrumentos	12
Análisis de Datos	12
<i>Resultados</i>	13
<i>Discusión</i>	20
<i>Referencias bibliográficas</i>	23
Tabla 1.....	10
Tabla 2.....	10
Tabla 3.....	14
Figura 1.....	18
Figura 2.....	19

Resumen

Este estudio piloto analiza la relación entre el consumo de podcasts y el bienestar psicológico en jóvenes adultos, considerando la temática del contenido como variable diferenciadora. A través de un diseño cuantitativo transversal, se administró un cuestionario que incluía medidas validadas de satisfacción con la vida (SWLS), orientación vital (LOTR) y bienestar psicológico (Ryff) a una muestra de estudiantes universitarios. Los participantes fueron clasificados según el tipo de podcast que consumen habitualmente (salud y bienestar, autoayuda, historia, humor, noticias, otros, o no oyentes). Los resultados revelan que los oyentes de contenidos vinculados al desarrollo personal y la salud tienden a presentar puntuaciones más elevadas en dimensiones como autoaceptación, propósito en la vida y crecimiento personal. En contraste, quienes consumen contenidos humorísticos o históricos muestran puntuaciones más bajas en satisfacción vital y bienestar general. El análisis de correlaciones confirmó asociaciones positivas entre todas las variables medidas, especialmente entre satisfacción con la vida y orientación vital. Estos hallazgos sugieren que la escucha de podcasts puede actuar como un factor modulador del bienestar subjetivo, dependiendo de su contenido, y reflejan el papel creciente de los medios digitales en la configuración emocional y psicológica de la juventud.

Palabras clave: bienestar psicológico, podcasts, jóvenes, salud mental.

Introducción

El podcast, según la RAE («Pódcast», Adaptación Al español, 2022), es el archivo multimedia, en especial de audio, concebido fundamentalmente para descargar y escuchar en ordenadores o en reproductores portales. La idea principal que se extrae de esta definición es la función de acompañamiento del podcast en la vida de quien lo consume, de modo que conforma su forma de pensar y apoya sus opiniones y argumentaciones sobre temas cotidianos.

El podcast se ha convertido en los últimos años en un aliado del periodismo, una forma de llevarlo a cabo, de conseguir hacer más atractiva la historia y poder darle así un enfoque distinto, más cercano y detallado.

El *podcasting*, en definitiva, se basa en la producción de archivos de audio o vídeo y la creación de canales de distribución sencillos para todos los públicos. Estos archivos brindan independencia y libertad al usuario para que pueda escucharlos en cualquier momento y cualquier lugar (Gutiérrez & Rodríguez, 2010).

El podcast es para algunos un medio barato y fácil de conseguir una sensación de comodidad y control personal, que sirve como una especie de autocuidado emocional mediado. Las propiedades informales, conversacionales y auditivas del medio ayudan a los oyentes a entenderse a sí mismos como sujetos en el mundo, al definirse en relación con las voces que escuchan (Robson, 2021).

Solo en 2022, el número de oyentes de este tipo de audio digital en el país llegó a casi tres millones de personas, con un consumo semanal de 10 horas, aplicándose respecto al año anterior. A finales de 2023, más de 3 millones de personas habían escuchado podcast en España. Esta cifra representa un aumento de 500.000 de usuarios con respecto al año anterior. Según Statista (2024) las previsiones muestran que el crecimiento continuará durante los próximos cinco años y alcanzará los 5 millones de oyentes en 2028.

A cierre de 2025 aproximadamente 462.5 millones de personas escuchaban podcast en el mundo. Esta cifra, que supuso un incremento de algo más de 50 millones con respecto al año previo, confirma la tendencia positiva que este formato viene experimentando recientemente y que no parece que vaya a terminar en el futuro. Siguiendo las últimas previsiones de Statista (2024), el número de oyentes continuará en aumento en el próximo quinquenio hasta sobrepasar el umbral de los 715 millones en 2029. Y ello pese

a que el consumo diario descendió ligeramente durante 2024. En concreto, en el tercer trimestre de dicho año se destinó globalmente alrededor de 50 minutos por día a su escucha.

El formato del podcast supone un atractivo para un público más joven que dentro del periodismo más tradicional no encuentra un espacio interesante en el que poder participar tanto de forma activa o pasiva. El podcast puede presentarse de distintas formas, de un modo más conversacional, donde se le da voz a mucha gente de forma informal y con un factor indudable de proximidad a quien lo consume o también en formato de historia, como ocurre con las ficciones sonoras, que introducen sonidos que pretenden hacer más realista aquello que se está contando. Con respecto al primer estilo de elaboración, destaca el factor ambiental que genera, lo que inspira confianza e invita a la escucha relajada de ciertos temas más controvertidos dentro del ámbito sanitario, entre otros.

Además, se utiliza cada vez más como complemento del asesoramiento y las terapias psicológicas, así como en la investigación psicológica, y se emplean con frecuencia para compartir narraciones (historias personales cohesionadas, testimonios, etc.) de personas con experiencias vividas (Carrotte et al., 2023). Un estudio transversal (Carrotte et al., 2023) ha identificado asociaciones entre la escucha de podcast sobre temas de salud mental y niveles más bajos de actitudes estigmatizantes, y un estudio experimental (Morrison et al., 2011), descubrió que escuchar una entrevista en podcast con un clínico sobre la psicosis reducía la adhesión de los oyentes a mitos y estereotipos sobre este diagnóstico (Carrotte et al., 2023).

La investigación también ha identificado cómo la creación de podcast y la narración de historias pueden ser procesos terapéuticos en sí mismos; por ejemplo, el estudio de Carrotte et al. (2023), describió cómo la narración de historias indígenas a través de podcast y otros medios modernos de narración de historias puede facilitar la curación y promover la conexión con la familia y la cultura.

El estigma de la enfermedad mental se refiere a los estereotipos perjudiciales y las respuestas emocionales en torno a la experiencia de los problemas de salud mental. Las intervenciones basadas en los medios de comunicación pueden reducir las actitudes estigmatizadoras del público mejorando los conocimientos sobre salud mental, el atractivo emocional y la intimidad del discurso (Carrotte et al., 2023).

Los medios han jugado un papel importante en el abordaje de temas complejos como lo son las redes sociales y los problemas de salud mental. Esto ha dado lugar a que los

estereotipos erróneos de los problemas mentales se pongan de relieve en los medios de comunicación incluso cuando no son relevantes para la noticia (Medina, 2020).

En general, los medios han adoptado un enfoque más consciente y equilibrado hacia la salud, destacando la importancia de romper estigmas y normalizar la discusión sobre este tema. Los programas de televisión, podcast y artículos en línea han proporcionado testimonios personales y consejos de expertos para abordar de manera más abierta temas como la ansiedad, la depresión y el estrés. Pallejà (2023) afirma que este cambio en la narración ha ayudado a la sociedad a comprender la importancia de cuidar la salud mental y buscar ayuda cuando sea necesario.

La crisis del 2008 en Europa ha afectado al empleo juvenil y ha propiciado que los jóvenes tengan cada vez trabajos más precarios. Esto ha dificultado la transición entre la educación y la entrada al mundo laboral. El elevado número de personas jóvenes que sufren procesos psicopatológicos de salud mental ha crecido, a su vez, a raíz de las crisis sanitaria, social y económica, derivadas de la pandemia de la COVID-19, arrastrándose al periodo pospandémico, y todo ello se ha traducido en una mayor demanda de servicios de atención a la salud mental juvenil (Rosselló et al., 2023). El elevado desempleo lleva asociado una creciente precarización del trabajo asalariado que afecta especialmente a los jóvenes y que supone el empobrecimiento y la quiebra de expectativas de futuro para este segmento de la población en un contexto de profunda crisis económica y sistémica (García, 2013).

Según Bolívar y Padrosa (2024), los factores laborales, económicos y residenciales operan como determinantes sociales del bienestar emocional en la población joven, así como de las desigualdades que se manifiestan en dicho bienestar dentro del propio colectivo. Es por ello por lo que, el abordaje de los problemas de salud mental y emocional no puede centrarse únicamente en el individuo, sino que debe ampliarse a los aspectos estructurales que generan desigualdades en las oportunidades de disfrutar de una vida digna. Desde esta aproximación estructural a la salud y el bienestar, Navarro (2008) pone el foco en “las causas de las causas” de los problemas y las desigualdades en salud, vinculándolas, por tanto, a cuestiones que remontan de las condiciones materiales de existencia, tanto de vida como de trabajo, hasta los ejes de desigualdad, el contexto socioeconómico y político, o las relaciones de poder que las enmarcan.

En la escucha de determinados podcasts entra en juego la repercusión que estos tienen sobre los oyentes en función de su posición vital y sus expectativas. Para su análisis,

es determinante el discurso que se extrae de las redes sociales y la influencia de estas, pues suelen ser personajes reconocidos quienes ponen voz a las distintas temáticas en un contexto de intimidad. El hecho de que queramos ser como la persona del podcast, que queramos ser como ella nos dice y que veamos solo el éxito y no el proceso que hay detrás. El carácter íntimo del podcast y la conexión que esto crea puede propiciar que nos olvidemos del derecho a poner en duda aquello que nos están contando (Robson, 2021). Un estudio realizado por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, en Texas, analiza la relación que existe entre el uso de Redes Sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios, del cual extrae que las personas más ansiosas son las que obtuvieron mayores puntuaciones de adicción (Reyes et al., 2021).

Si relacionamos este concepto con el uso del podcast para hablar sobre la relación que existe entre el consumo de determinados discursos con la salud mental, nos encontramos con una categoría de podcast nombrada por la plataforma Spotify como “Mente sana, vida sana” así como otras de “Autoayuda”, “Educación y bienestar” o “*Influencers de salud*”.

A su vez, para hacer énfasis en otros aspectos mencionados anteriormente como la economía o el ámbito laboral, existe la categoría de “Economía y finanzas”, “Empresa y negocios” o “Actualidad económica”, entre otros.

Si nos centramos en el discurso de, por ejemplo, los podcasts de la categoría “Autoayuda”, su consumo se posiciona como una respuesta hacia las inquietudes, el malestar y el deseo de un cambio. En el sistema neoliberal, la vida social se basa en una lógica de competencia empresarial, donde cada individuo asume sus riesgos y, por ende, es responsable de su éxito o su capacidad de incrementar su capital humano (Castro, 2015), concibiendo al sujeto como una máquina de producción que se regula a partir de la autorrealización, la autonomía y la responsabilidad (Brito & Leonardo, 2019). Este discurso tiene una gran inferencia cultural, fomentando nuevas dinámicas sociales basadas en el esfuerzo y el individualismo para alcanzar el éxito (Brito & Leonardo, 2019).

A su vez, es preciso citar a Byung - Chul Han, filósofo y Premio Princesa de Asturias 2025: “*La obligación de ser feliz genera una presión devastadora. Hemos convertido la felicidad en un mandato individual*”.

La periodista Carlota Acuña, en su artículo para Vanitatis de El Confidencial, habla acerca de una sociedad en la que la felicidad es casi un “producto de consumo” y toma como referencia un artículo de la revista ‘Cuerpamente’ que tiene una cita del filósofo surcoreano (Acuña, 2025). En él, cuestiona cómo entendemos la felicidad: “una felicidad impuesta, optimizada, decorada con frases y rutinas perfectas que prometen el bienestar “permanente”.

A la luz de las evidencias expuestas, se hace patente la necesidad de profundizar en el análisis del impacto que el consumo de podcasts puede tener sobre el bienestar psicológico de los jóvenes adultos. El auge del formato podcast, su papel emergente como recurso de acompañamiento, autoconocimiento y transmisión de conocimientos, así como su creciente utilización en contextos de asesoramiento y divulgación en salud mental, justifican la necesidad de este estudio para analizar y profundizar en la repercusión que tiene. En un contexto en el que resalta la precariedad laboral, la presión social hacia la autorrealización y la obligación de ser feliz resulta imprescindible comprender cómo los medios digitales, y en particular los podcasts, pueden influir en la gestión de la salud mental y el bienestar emocional de la juventud.

Objetivos del estudio

El presente trabajo tiene como objetivo principal analizar la relación entre el consumo de distintos tipos de contenido en formato podcast y el bienestar psicológico de jóvenes adultos. Específicamente, se pretende examinar cómo varían las dimensiones del bienestar subjetivo y psicológico - como la satisfacción con la vida, el optimismo, la autoaceptación o el propósito vital - en función de la temática del podcast que se escuche. A su vez, se exploran posibles diferencias en dichas variables según el sexo de los participantes. Es preciso aclarar que en todo momento se trata de un proyecto piloto ya que la muestra, formada por 84 participantes, es demasiado pequeña y podría ampliarse en futuras investigaciones.

A partir de las evidencias teóricas escritas anteriormente, en este estudio se formularon las siguientes hipótesis:

H1. Habrá más gente que escuche podcast que personas que no consuman un formato como lo es el podcast.

H2. Las personas que escuchan podcast sobre salud y bienestar tendrán un mayor dominio del entorno.

H3. Las personas que escuchen podcast sobre estilo de vida tendrán mayores expectativas ante la vida por lo que experimentarán una satisfacción menor ante la misma.

H4. Las personas que se encuentren en una situación laboral precaria presentarán un menor nivel de crecimiento personal.

H5. Las personas que escuchen podcast de autoayuda tendrán una mayor autoconciencia frente a las que escuchen otro tipo de géneros o a las que no escuchen ningún contenido auditivo.

H6. Las relaciones de las personas que escuchen podcast de autoayuda serán más positivas que las de las personas que escuchen podcast sobre otra temática.

Método

Diseño y participantes

Se llevó a cabo un estudio piloto cuantitativo de diseño transversal, descriptivo y relacional. En total, participaron 84 personas, se analizaron las siguientes variables sociodemográficas: edad, sexo estado civil, nivel máximo de estudios finalizados y situación laboral actual. La muestra estuvo compuesta mayoritariamente por personas jóvenes, con edades comprendidas entre los 18 y los 37 años, siendo especialmente frecuente el rango entre los 19 y 26 años. En cuanto al sexo, predominó la participación de mujeres, aunque también se incluyeron hombres y un porcentaje del 1.2% de personas que no se identifican con el género binario.

Respecto al estado civil, la gran mayoría se identificó como soltera, aunque también se recogieron casos de convivencia en pareja y otras situaciones. En términos de formación académica, predominan los niveles de grado universitario y máster. Finalmente, en relación con la situación laboral, se observó una amplia representación de estudiantes, personas empleadas - tanto a jornada completa como parcial - así como un grupo considerable de personas desempleadas en búsqueda activa de empleo.

Esta caracterización sociodemográfica resulta fundamental para interpretar los resultados del estudio, ya que permite comprender el contexto vital desde el cual los participantes evalúan su bienestar psicológico y su relación con el consumo de podcast.

Tabla 1

Análisis estadístico-descriptivo sociodemográfico de los participantes.

	EDAD	SEXO	ESTADO CIVIL	NIVEL ESTUDIOS	SITUACION LABORAL
N	84	84	84	84	84
Media	23.70	1.32	1.43	2.5	2.23
Mediana	23.00	1.00	1.00	3.00	2.00
Desv. estándar	2.80	0.50	0.84	1.06	1.36

Como se puede ver en la Tabla 1, la media de edad fue 23.70 años (DE = 2.80), con una mediana de 23 años, lo que indica que la mayoría de los participantes son jóvenes adultos, con un rango de edad entre 19 y 37 años. Respecto al sexo, la media fue 1.32, con una mediana de 1, lo que sugiere una mayor representación de mujeres en la muestra. La desviación estándar para el sexo fue baja (DE = 0.50), lo que confirma la homogeneidad en la distribución.

En cuanto al estado civil, la media fue 1.43 y la mediana 1, indicando que la mayoría de los participantes son solteros. El nivel de estudios presentó una media de 2.75 y una mediana de 3, lo que refleja que la mayoría de los participantes tienen estudios de grado universitario. Finalmente, la situación laboral mostró una media de 2.23 y una mediana de 2, lo que sugiere una predominancia de estudiantes y personas empleadas a jornada completa.

Tabla 2

Frecuencias de las variables sociodemográficas de los participantes.

Grupo	N	Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sexo	84	Mujer	58	69.0
		Hombre	25	29.8
		No binario	1	1.2
Estado civil	84	Soltero	61	72.6
		Pareja	16	19.0
		Separado	1	1.2
		Otro	6	7.1
Nivel de estudios	84	Grado	33	39.3

		Bachiller	16	19.0
		Formación profesional	12	14.3
		Máster	23	27.4
Situación laboral	84	Autónomo	1	1.2
		Estudiante	39	46.4
		Media jornada	8	9.5
		Jornada completa	24	28.6
		Empleado	30	35.7
		Otro	6	7.1
		Desempleado	6	7.1

En la Tabla 2 se presentan las frecuencias y porcentajes de las variables sociodemográficas. Respecto al sexo, la mayoría de los participantes fueron mujeres ($n = 58$, 69.0%), seguidos de hombres ($n = 25$, 29.8%) y una persona que se identificó como otro. En cuanto al estado civil, la mayoría de los participantes eran solteros ($n = 61$, 72.6%), seguidos de personas en pareja ($n = 16$, 19.0%), separados ($n = 1$, 1.2%) y otros ($n = 6$, 7.1%).

En relación con el nivel de estudios, los participantes con estudios de grado fueron los más numerosos ($n = 33$, 39.3%), seguidos de personas con máster ($n = 23$, 27.4%), bachillerato ($n = 16$, 19.0%) y formación profesional ($n = 12$, 14.3%). Finalmente, respecto a la situación laboral, la mayoría de los participantes eran estudiantes ($n = 39$, 46.4%) o empleados a jornada completa ($n = 24$, 28.6%). También se registraron casos de empleados a media jornada ($n = 8$, 9.5%), desempleados ($n = 6$, 7.1%), autónomos ($n = 1$, 1.2%) y otras situaciones laborales ($n = 6$, 7.1%).

Procedimiento

La recolección de datos se llevó a cabo mediante la administración de un cuestionario online, distribuido a través de redes sociales, por medio de un video divulgativo en la plataforma 'Instagram'. El cuestionario incluye preguntas sociodemográficas y las escalas psicométricas utilizadas en el estudio. Se garantizó la confidencialidad y el anonimato de las respuestas, y se solicitó el consentimiento informado a todos los participantes antes de su participación. Para la ejecución de los procedimientos estadísticos se utilizó el software Jamovi (versión 2.4) y el lenguaje R (versión 4.1)

empleando tanto pruebas paramétricas como no paramétricas según los supuestos de normalidad y homogeneidad de varianzas.

Variables e instrumentos

Se recogieron datos sociodemográficos básicos, incluyendo la edad, sexo, nivel educativo y situación laboral, con el fin de caracterizar a la muestra.

La temática del podcast consumido se categorizó a partir de una pregunta de opción múltiple en la que los participantes indicaban el tipo de contenido que escuchaban con mayor frecuencia. Las categorías incluyeron: salud y bienestar, estilo de vida o autoayuda, historia o curiosidades, humor, noticias, otros y no oyentes (para aquellos que declararon no consumir este tipo de contenido de forma habitual). La satisfacción con la vida fue evaluada mediante la *Satisfaction With Life Scale* (SWLS; Diener et al., 1985), un instrumento compuesto por cinco ítems con formato de respuesta tipo Likert, que valora la percepción global de satisfacción vital. En la versión española validada en Chile, el coeficiente de fiabilidad (alfa de Cronbach) oscila entre .68 y .84 según diferentes grupos, con un valor promedio de .80 para la muestra total (Bagherzadeh et al., 2018). La orientación vital, entendida como la disposición al optimismo o pesimismo, se midió con el *Life Orientation Test-Revised* (LOT-R; Scheier et al., 1994), compuesto por nueve ítems con formato Likert de cinco puntos. En su adaptación al español validada con estudiantes universitarios en Chile, el LOT-R mostró una estructura factorial unidimensional y una consistencia interna adecuada, con $\alpha = .72$ (Ortiz et al., 2016). El bienestar psicológico se evaluó utilizando la escala de Ryff (Ryff, 1989), que permite valorar seis dimensiones fundamentales del funcionamiento positivo: autoaceptación, relaciones positivas con los demás, autonomía, dominio del entorno, crecimiento personal y propósito en la vida. Cada dimensión se midió mediante un conjunto de ítems con formato de respuesta tipo Likert, adaptado y validado para población española. Estudios psicométricos recientes (Assar et al, 2024) indican una consistencia interna total muy alta ($\alpha = .92$), con subescalas que presentan valores entre .67 y .86.

Análisis de Datos

Se utilizó el software *Jamovi* (versión 2.4) y el lenguaje R (versión 4.1) para la ejecución de los procedimientos estadísticos, empleando tanto pruebas paramétricas como no paramétricas según los supuestos de normalidad y homogeneidad de varianzas. Se calcularon las puntuaciones totales de las escalas, así como las dimensiones

correspondientes. Se realizaron análisis descriptivos de las variables principales en función de la temática de podcast consumida por los participantes.

Para explorar las asociaciones entre las distintas dimensiones del bienestar psicológico, se construyó una matriz de correlaciones de Pearson entre las puntuaciones totales de la escala de satisfacción con la vida (SWLS), la orientación vital (LOTR) y los seis subdimensiones de la escala de Ryff.

Para explorar diferencias entre grupos, se realizaron pruebas *t* de muestras independientes en aquellas variables que cumplieran los supuestos de normalidad y homogeneidad de varianzas, evaluados mediante la prueba de Shapiro-Wilk y el test de Levene, respectivamente. En aquellos casos donde se observaron violaciones significativas a los supuestos ($p < .05$), se recurrió a la prueba no paramétrica de *Mann-Whitney U* como alternativa robusta. Además de los valores *p*, se calcularon tamaños del efecto mediante la correlación biserial de rangos (r_{tb}), proporcionando una estimación de la magnitud de las diferencias observadas.

Se estableció un nivel de significación estadística de $\alpha = 0.05$ para todas las pruebas. El conjunto de análisis fue diseñado para maximizar la validez interna y comparabilidad de los resultados, adoptando un enfoque mixto (descriptivo e inferencial).

Resultados

Descriptivos por género de podcast

Con el objetivo de explorar las diferencias en el bienestar psicológico en función de la temática del contenido auditivo consumido, se analizaron las puntuaciones medias, medianas, desviaciones estándar y rangos de las escalas de Satisfacción con la Vida (SWLS), Orientación Vital (LOTR), y de las seis dimensiones del bienestar psicológico de Ryff (Autoaceptación, Relaciones Positivas, Autonomía, Dominio del Entorno, Crecimiento Personal y Propósito en la Vida), agrupados (Tabla 1). Se agrupó a los participantes en función del tema principal del podcast que escuchan: grupo 0 (no consumen podcast), grupo 1 (salud y bienestar), grupo 2 (estilo de vida o autoayuda), grupo 3 (historia o curiosidades), grupo 4 (humor), grupo 5 (noticias), y grupo 6 (otros).

En cuanto a la satisfacción con la vida (SWLS), los mayores promedios se observaron en el grupo 6 (otros; $M = 19.4$, $DT = 3.26$, rango = 15–25) y el grupo 5 (noticias; $M = 19.3$, $DT = 2.87$, rango = 16–23). Le siguen los grupos 1 (salud y bienestar) y 2 (estilo de vida), ambos con $M = 17.8$. Los valores más bajos se registraron en el grupo 4 (humor; $M = 14.3$, $DT = 4.75$, rango = 7–21) y el grupo 3 (historia; $M = 14.9$, $DT = 5.35$,

rango = 5–25). El grupo 0 (no oyentes) presentó un valor medio intermedio ($M = 17.0$, $DT = 3.46$, rango = 11–25).

Respecto al optimismo (LOTR), los grupos con mayores puntuaciones fueron el grupo 0 (no oyentes; $M = 30.8$, $DT = 3.24$, rango = 25–35), el grupo 2 (estilo de vida; $M = 30.8$, $DT = 3.07$, rango = 26–36) y el grupo 6 (otros; $M = 30.3$, $DT = 3.49$, rango = 26–36). Por su parte, el grupo 3 (historia) tuvo la puntuación más baja ($M = 27.9$, $DT = 3.09$, rango = 22–32).

En la dimensión de Autoaceptación, el grupo 6 (otros) obtuvo la media más alta ($M = 24.6$, $DT = 4.27$, rango = 17–30), seguido por el grupo 1 (salud; $M = 23.0$, $DT = 4.69$). Las puntuaciones más bajas se observaron en los grupos 4 (humor; $M = 18.5$, $DT = 6.16$) y 3 (historia; $M = 17.6$, $DT = 7.08$).

Tabla 3

Estadísticos descriptivos por grupo

	Grupo	N	Media	Mediana	DT	Mínimo	Máximo
SWLS	0	20	17.0	16.5	3.46	11	25
	1	13	17.8	18	3.24	12	22
	2	9	17.8	18	4.06	11	24
	3	13	14.9	14	5.35	5	25
	4	12	14.3	13.0	4.75	7	21
	5	4	19.3	19.0	2.87	16	23
	6	12	19.4	19.0	3.26	15	25
LOTR	0	20	30.8	31.5	3.24	25	35
	1	13	29.1	29	3.75	22	35
	2	9	30.8	31	3.07	26	36
	3	13	27.9	29	3.09	22	32
	4	12	28.3	28.0	3.68	23	35
	5	4	29.8	29.5	1.71	28	32
	6	12	30.3	29.5	3.49	26	36

	Grupo	N	Media	Mediana	DT	Mínimo	Máximo
Autoaceptación	0	20	21.1	20.0	4.00	16	30
	1	13	23.0	23	4.69	13	30
	2	9	21.9	21	4.46	17	29
	3	13	17.6	17	7.08	7	30
	4	12	18.5	19.0	6.16	7	27
	5	4	22.0	21.5	5.48	16	29
	6	12	24.6	25.5	4.27	17	30
Relaciones positivas	0	20	21.4	21.0	3.84	14	27
	1	13	21.4	22	4.41	10	27
	2	9	20.3	21	3.28	16	26
	3	13	20.2	19	4.36	11	26
	4	12	19.8	19.0	3.76	12	26
	5	4	22.3	22.5	3.50	18	26
	6	12	19.6	21.0	3.70	12	24
Autonomía	0	20	25.9	26.0	6.02	14	35
	1	13	27.6	28	4.56	21	35
	2	9	21.2	20	6.36	13	31
	3	13	27.5	27	6.53	17	37
	4	12	24.3	24.5	5.88	14	35
	5	4	26.5	27.0	7.77	17	35
	6	12	26.4	25.0	4.27	19	35
Dominio Entorno del	0	20	20.9	21.0	4.67	11	30
	1	13	22.2	21	3.31	18	30
	2	9	22.0	21	4.66	17	30
	3	13	19.5	19	4.54	13	26
	4	12	20.1	20.0	3.96	15	29

	Grupo	N	Media	Mediana	DT	Mínimo	Máximo
	5	4	23.5	22.5	4.04	20	29
	6	12	23.3	23.0	5.15	12	30
Crecimiento Personal	0	20	27.8	27.5	3.12	19	33
	1	13	28.2	28	2.94	23	33
	2	9	28.7	29	4.80	20	34
	3	13	26.5	28	4.75	17	32
	4	12	25.6	25.5	3.26	19	31
	5	4	25.5	25.5	1.29	24	27
	6	12	26.0	26.0	3.36	22	31
Propósito en la vida	0	20	21.1	22.0	4.86	12	28
	1	13	23.2	22	4.60	15	30
	2	9	22.4	21	4.13	17	30
	3	13	18.8	20	6.39	8	27
	4	12	20.2	20.5	4.43	14	28
	5	4	20.8	20.5	4.11	16	26
	6	12	24.7	26.0	4.33	18	30

Nota: Se indican las puntuaciones totales de las escalas y subescalas correspondientes.

Para Relaciones Positivas, las puntuaciones oscilaron entre $M = 22.3$ (grupo 5, noticias; $DT = 3.50$) y $M = 19.6$ (grupo 6, otros; $DT = 3.70$), con valores relativamente similares en el resto de los grupos (M entre 19.8 y 21.4).

En Autonomía, el grupo 1 (salud) presentó el valor más alto ($M = 27.6$, $DT = 4.56$), seguido por los grupos 3 (historia; $M = 27.5$), 5 (noticias; $M = 26.5$) y 6 (otros; $M = 26.4$). El grupo 2 (estilo de vida) presentó la puntuación más baja ($M = 21.2$, $DT = 6.36$).

El Dominio del Entorno mostró valores similares entre los grupos con máximos en grupo 5 (noticias; $M = 23.5$, $DT = 4.04$) y grupo 6 (otros; $M = 23.3$, $DT = 5.15$), mientras que el grupo 3 (historia) mostró el promedio más bajo ($M = 19.5$, $DT = 4.54$).

En la dimensión de Crecimiento Personal, todos los grupos presentaron valores medios elevados, destacando el grupo 2 (estilo de vida; $M = 28.7$, $DT = 4.80$) y el grupo 1 (salud; $M = 28.2$, $DT = 2.94$), mientras que el grupo 5 (noticias) tuvo el valor más bajo ($M = 25.5$, $DT = 1.29$), aunque aún dentro de un rango alto.

Por último, en Propósito en la Vida, el grupo 6 (otros) sobresalió con el valor más alto ($M = 24.7$, $DT = 4.33$, rango = 18–30), seguido del grupo 1 (salud; $M = 23.2$, $DT = 4.60$). Los valores más bajos se observaron en el grupo 3 (historia; $M = 18.8$, $DT = 6.39$) y el grupo 4 (humor; $M = 20.2$, $DT = 4.43$).

En síntesis, los participantes que escuchan contenidos orientados al desarrollo personal o informativo (salud, estilo de vida, noticias, otros) tienden a mostrar puntuaciones más elevadas en diversas dimensiones del bienestar psicológico, mientras que quienes consumen contenidos humorísticos o de tipo histórico presentan consistentemente puntuaciones más bajas, especialmente en satisfacción con la vida, autoaceptación y propósito vital. El grupo que no consume podcasts ocupa posiciones intermedias en todas las dimensiones, lo que sugiere que la temática del contenido auditivo, más que su consumo per se, puede estar relacionada con la percepción subjetiva del bienestar.

Análisis de correlaciones

Las asociaciones entre las variables objeto de estudio se pueden contemplar en la Figura 1. El análisis reveló patrones consistentes de asociaciones positivas entre todas las variables consideradas, lo que sugiere una estructura cohesionada del bienestar psicológico en la muestra analizada.

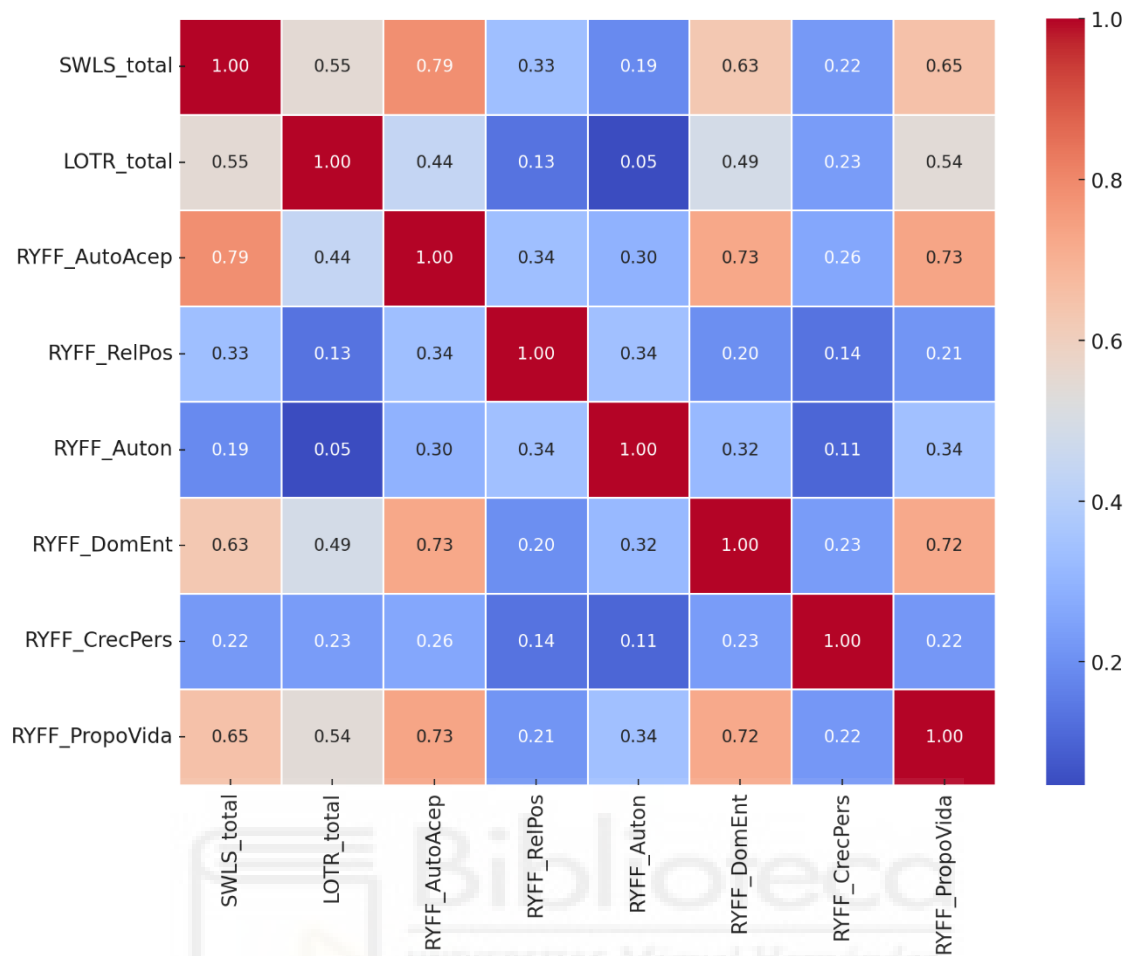


Figura 1. Mapa de calor de las correlaciones entre las variables principales

La satisfacción con la vida (SWLS_total) mostró una correlación positiva moderada con la orientación vital (LOTR_total; $r = .63$), indicando que, a mayor satisfacción vital, mayor es la tendencia al optimismo. Esta variable también se asoció positivamente con el propósito en la vida ($r = .59$), la autoaceptación ($r = .56$) y el crecimiento personal ($r = .52$), todos ellos con coeficientes superiores a $.50$, lo cual evidencia una relación consistente entre la percepción subjetiva de bienestar general y aspectos más específicos del bienestar psicológico.

Por su parte, las subescalas de Ryff presentaron correlaciones particularmente elevadas entre sí. La asociación más fuerte se observó entre crecimiento personal y propósito en la vida ($r = .66$), seguida de la relación entre autoaceptación y dominio del entorno ($r = .64$), así como entre autoaceptación y propósito en la vida ($r = .59$). Estos resultados refuerzan la idea de que el sentido de autorrealización personal y el propósito vital se encuentran íntimamente vinculados, y que una percepción positiva de uno mismo suele acompañarse de una sensación de eficacia ambiental.

Las correlaciones más bajas dentro del conjunto de variables analizadas, aunque aún positivas, se observaron entre relaciones positivas con los demás y autonomía ($r = .34$), y entre relaciones positivas y crecimiento personal ($r = .36$), lo cual podría interpretarse como una menor superposición conceptual entre estas dimensiones, posiblemente reflejando diferencias en el foco interpersonal versus intrapersonal de cada constructo.

Análisis por sexo

Los resultados revelaron una diferencia estadísticamente significativa únicamente en la dimensión de Relaciones Positivas con los demás, donde los hombres obtuvieron puntuaciones significativamente más altas que las mujeres ($U = 491$, $p = .020$), con un tamaño del efecto moderado ($r_{rb} = .323$). Esta diferencia sugiere que, en esta muestra, los varones tienden a percibir una mayor calidad en sus vínculos interpersonales, lo que podría estar vinculado a patrones diferenciales de socialización o percepción emocional (Figura 2).

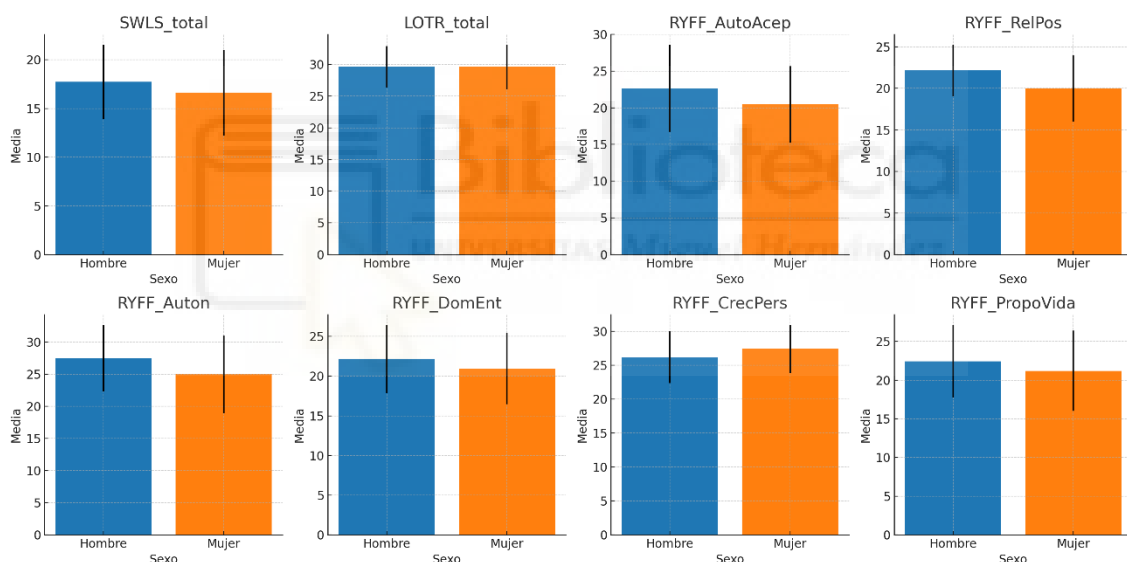


Figura 2. Comparación de variables principales en función del sexo

En cuanto a la Autoaceptación ($U = 543$, $p = .070$) y la Autonomía ($U = 554$, $p = .090$), si bien las diferencias no alcanzaron significación estadística, los tamaños del efecto fueron próximos al umbral de relevancia práctica ($r_{rb} = .252$ y $.236$, respectivamente). En ambas dimensiones, los hombres también puntuaron más alto, lo que sugiere una posible tendencia hacia un mayor reconocimiento personal y autogestión percibida, que merecería ser explorada en futuras investigaciones con muestras más amplias.

Por otro lado, no se observaron diferencias significativas entre hombres y mujeres en las dimensiones de Dominio del Entorno ($U = 628$, $p = .334$), Crecimiento Personal ($U = 588$, $p = .172$) ni Propósito en la Vida ($U = 627$, $p = .332$). Estas dimensiones reflejan

componentes más estables del desarrollo psicológico y la percepción del sentido vital, donde ambos grupos mostraron puntuaciones comparables.

En conjunto, los hallazgos apuntan a que, si bien el nivel global de bienestar psicológico es similar entre sexos en esta muestra, pueden existir diferencias sutiles en dimensiones específicas asociadas a la interacción social, la autoevaluación y la independencia personal.

Discusión

Los resultados obtenidos en este estudio confirman una asociación significativa entre la temática del contenido de podcast consumido y varias dimensiones del bienestar psicológico en jóvenes adultos universitarios. En particular, los oyentes de podcasts relacionados con salud, autoayuda o desarrollo personal presentan niveles más elevados de satisfacción con la vida, autoaceptación y propósito vital en comparación con quienes escuchan contenidos de humor o historia, que muestran puntuaciones más bajas en estas dimensiones. Este patrón sugiere que el tipo de contenido auditivo desempeña un papel más relevante que el mero hecho de consumir podcasts.

Estos hallazgos coinciden con la literatura reciente sobre los efectos beneficiosos del consumo de podcasts centrados en salud mental. En general, los medios adoptan un enfoque más consciente y equilibrado hacia la salud, destacando la importancia de romper estigmas y normalizar la discusión sobre este tema. Los programas de televisión, podcasts y artículos en línea proporcionan testimonios personales y consejos de expertos para abordar de manera más abierta temas como la ansiedad, la depresión y el estrés. Este cambio en la narración ayuda a la sociedad a comprender la importancia de cuidar la salud mental y buscar ayuda cuando sea necesario (Pallejà, 2023).

Aun así, las redes sociales conducen a fenómenos psicológicos como el FOMO o “Fear of Missing Out” (miedo a perderse algo), caracterizado por una ansiedad persistente de que otros estén teniendo experiencias más satisfactorias o gratificantes sin que uno esté presente. Se trata de una forma de inquietud social donde el individuo teme no estar al tanto o no participar en eventos, noticias, o actividades sociales importantes. Es por ello por lo que las redes sociales han amplificado este fenómeno debido a varias características intrínsecas de estas plataformas como la comparación social continua, aumentando los sentimientos de insuficiencia y la percepción de estar perdiéndose algo (Marcos, 2024).

El formato íntimo del podcast genera una conexión única que puede tener efectos terapéuticos específicos. A diferencia de otros medios, los podcasts se consumen típicamente en momentos de soledad y durante actividades cotidianas, generando de este modo una sensación de acompañamiento personal. Por lo tanto, este tipo de contenido auditivo tiene la capacidad hacer sentir al oyente más conectado y menos aislado (Robson, 2023).

Los oyentes de contenido humorístico y de tipo histórico muestran niveles más bajos de bienestar, en particular en satisfacción vital, autoaceptación y orientación vital. Aunque estos resultados no implican una relación causal, pueden reflejar un uso más evasivo o distractor del contenido, sin efectos directos sobre el bienestar psicológico profundo. Reseñas como la de Lara Wolfers y Utz (2022) sugieren que el uso del entretenimiento digital como estrategia de afrontamiento puede tener efectos limitados en la mejora del bienestar a largo plazo.

El análisis de los determinantes sociales de la salud en población juvenil demuestra que factores laborales, económicos y residenciales se configuran como elementos clave del bienestar emocional. En este contexto, el consumo de podcast orientados al desarrollo personal puede interpretarse como una estrategia de afrontamiento ante la incertidumbre vital que caracteriza la situación de la juventud (Bolívar & Padrosa, 2024).

Destaca a su vez la juventud como una etapa que se caracteriza por la transición a la vida adulta, durante la cual se asientan las bases de un proyecto de vida propio (McAdams, 2014). Como todo proceso de transición, constituye una fuente de estrés que, sin las habilidades y recursos necesarios para hacerle frente, puede influir negativamente en la salud mental y emocional (Wheaton, 1990). En este sentido, la incorporación al mercado laboral plantea importantes retos relacionados con la construcción y deconstrucción de expectativas y el desarrollo de la identidad profesional, estrechamente ligada a la identidad personal (Miscenko & Day, 2016), que pueden influir en la salud mental y emocional.

La investigación contemporánea sobre culturas terapéuticas revela cómo el concepto de *wellness* se ha diferenciado del simple “fitness físico” para abarcar un estado de plenitud que involucra la realización personal, la salud y el equilibrio emocional. Sin embargo, esta búsqueda del bienestar es ampliamente comercializada y simplificada, lo que la convierte en un producto de consumo (Torres, 2015).

Como señala el filósofo Byung – Chul Han en su análisis de la sociedad del cansancio, el mandato de “trabajar en uno mismo” puede llevar al agotamiento cuando el individuo se convierte en su propio proyecto (Acuña, 2025). Esta perspectiva es relevante para

entender el consumo de podcast entre jóvenes que se enfrentan a condiciones de precariedad.

En relación con las diferencias en función del sexo observadas en los hallazgos, cabe señalar que estas pueden manifestarse de forma sutil en dimensiones específicas vinculadas a la interacción social, la autoevaluación y la independencia personal. En esta línea, García-Alandete (2013) analiza la existencia de diferencias de género en el bienestar psicológico en una muestra de estudiantes universitarios españoles, encontrando diferencias significativas en la dimensión de Crecimiento Personal, siendo las mujeres quienes obtienen puntuaciones más elevadas.

A su vez, los resultados en función del sexo pueden reflejar patrones más amplios de socialización y experiencias diferenciales con los medios digitales. Las investigaciones sobre redes sociales muestran que los estudiantes universitarios con mayor adicción a estas plataformas manifiestan niveles más altos de ansiedad y menores niveles de autoestima (Reyes et al., 2021).

En conclusión, este estudio piloto pone de manifiesto que el tipo de contenido consumido en formato podcast puede estar asociado con distintas dimensiones del bienestar psicológico en jóvenes de entre 18 y 37 años. En concreto, los resultados sugieren que los contenidos orientados a la salud, la autoayuda o el desarrollo personal se relacionan con niveles más altos de satisfacción vital, autoaceptación y propósito en la vida, mientras que los contenidos humorísticos o históricos presentan asociaciones más débiles con estos indicadores. Además, se identifican diferencias sutiles en función del sexo, especialmente en aspectos como las relaciones interpersonales y la autoevaluación. Estos hallazgos deben interpretarse en relación con una muestra pequeña, ya que no establecen relaciones causales, pero aportan evidencia relevante sobre el potencial de los medios digitales como moduladores del bienestar. En un contexto marcado por la incertidumbre laboral, la presión por sentirse realizado y los retos que son propios del tránsito a la vida adulta, el papel de los discursos mediáticos en la construcción emocional y psicológica de los jóvenes se vuelve especialmente significativo. Futuras investigaciones pueden ampliar esta línea de estudio con muestras más amplias que permitan explorar con mayor profundidad los efectos del consumo mediático en el bienestar.

Referencias bibliográficas

- Acuña, C. (2025, 14 de mayo). Byung-Chul Han, filósofo y Premio Princesa de Asturias 2025: "La obligación de ser feliz genera una presión devastadora. Hemos convertido la felicidad en un mandato individual". Vanitatis elConfidencial https://www.vanitatis.elconfidencial.com/vida-saludable/2025-05-14/bienestar-salud-mental-felicidad-experto-han-1qrt_4128824/
- Assar, R., Barros, P., & Jiménez, J. P. (2024). Análisis psicométrico de la versión española de la escala de Bienestar Psicológico de Ryff en estudiantes universitarios chilenos. *Revista CES Psicología*, 17(1), 147–159. <https://doi.org/10.21615/cesp.7061>
- Bagherzadeh, M., Loewe, N., Mouawad, R. G., Batista-Foguet, J. M., Araya-Castillo, L., & Thieme, C. (2018). Spanish version of the Satisfaction With Life Scale: Validation and factorial invariance analysis in Chile. *Spanish Journal of Psychology*, 21, E2. <https://doi.org/10.1017/sjp.2018.2>
- Bolíbar, M., & Padrosa, E. (2024). Transiciones juveniles, precariedad y bienestar: un análisis de las formas y efectos de la precariedad en el bienestar emocional de las personas jóvenes. *Anuario IET de Trabajo y Relaciones Laborales*, 10, e127. <https://doi.org/10.5565/rev/aiet.127>
- Carrotte, E. R., Blanchard, M., Groot, C., Hopgood, F., & Phillips, L. (2023). Podcasts, Mental Health, and Stigma: Exploring Motivations, Behaviors, and Attitudes Among Listeners. *Communication Studies*, 74(3), 200-216. <https://doi.org/10.1080/10510974.2023.2196433>
- Carrotte, E., Hopgood, F., Blanchard, M., Groot, C., & Phillips, L. (2023). A new podcast for reducing stigma against people living with complex mental health issues: Co-design study. *JMIR Formative Research*, 7, e44412. <https://doi.org/10.2196/44412>

Ferrández Marcos, A. (2024). *Creación y diseño de un podcast sobre salud mental y redes sociales "Conversaciones Abiertas"*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad Católica de Murcia]. <http://hdl.handle.net/10952/8083>

García-Alandete, J. (2013). Bienestar psicológico, edad y género en universitarios españoles. *Salud & Sociedad*, 4(1), 48–58. <https://doi.org/10.22199/S07187475.2013.0001.00004>

García, S. G. (2013). Juventud, desempleo y precariedad laboral: la red como espacio para la construcción de alternativas. *Revista de Estudios de Juventud*, 103, 161–180. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5073316>

McAdams, D. P. (2014). Life Authorship in Emerging Adulthood. En *Oxford University Press eBooks*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199795574.013.004>

Miscenko, D., & Day, D. V. (2015). Identity and identification at work. *Organizational Psychology Review*, 6(3), 215-247. <https://doi.org/10.1177/2041386615584009>

Morrison, A. P., Turkington, D., Wardle, M., Spencer, H., Barratt, S., Dudley, R., Brabban, A., & Hutton, P. (2011). A preliminary exploration of predictors of outcome and cognitive mechanisms of change in cognitive behaviour therapy for psychosis in people not taking antipsychotic medication. *Behaviour Research And Therapy*, 50(2), 163-167. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2011.12.001>

Ortiz, M. S., Gómez-Pérez, D., Canoino, M., & Barrera-Herrera, A. (2016). Validation of the Spanish Version of the Life Orientation Test-Revised (LOT-R) in a Chilean sample of college age students. *Terapia psicológica*, 34(1), 53-58. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48082016000100006>

«pódcast», adaptación al español. (2022, 4 abril). FundéuRAE. <https://www.fundeu.es/recomendacion/podcast-adaptacion-al-espanol/>

- Reyes, V. P., Amaya, J. A. Á., & Capps, J. W. (2021). Relación del uso de redes sociales con la autoestima y la ansiedad en estudiantes universitarios. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 3(1), 139–149. <https://www.revistacneip.org/index.php/cneip/article/view/182>
- Robson, M. (2021). Intimacy in isolation: Podcasting, affect, and the pandemic. *Perspectives in Biology and Medicine*, 64(3), 388–407. <https://doi.org/10.1353/pbm.2021.0034>
- Robson, M. (2023). Sound, self and crisis: Mapping the affective dimensions of podcast media. [Tesis doctoral, Victoria University of Wellington—Te Herenga Waka]. <https://researcharchive.vuw.ac.nz/handle/10063/XXXXX>
- Torres, A. (2015, 14 de octubre). ¿Qué es el wellness? El nuevo bienestar mental y físico. *Psicología y Mente*. https://psicologiymente.com/vida/wellness-bienestar-fisico-mental**
- Wheaton, B. (1990). Life Transitions, Role Histories, and Mental Health. *American Sociological Review*, 55(2), 209. <https://doi.org/10.2307/2095627>
- Wolfers, L. N., & Utz, S. (2022). Social media use, stress, and coping. *Current Opinion In Psychology*, 45, 101305. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101305>